

T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

2019

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ABD

GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ

BİLGE BOSTANCIERİ YÜKSEK LİSANS TEZİ

GAZİANTEP’TE KÜLTÜR TURİZMİ: YERLİ TURİSTLERİN ALGILARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

BİLGE BOSTANCIERİ

GAZİANTEP
TEMMUZ 2019

T.C.
GAZIANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

**GAZIANTEP’TE KÜLTÜR TURİZMİ: YERLİ
TURİSTLERİN ALGILARININ
DEĞERLENDİRİLMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

BİLGE BOSTANCIERİ

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Nalan IŞIK

GAZIANTEP
TEMMUZ 2019


T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

“Gaziantep’te Kültür Turizmi: Yerli Turistlerin Algılarının Değerlendirilmesi”


Tez Savunma Tarihi: 01.07.2019

Sosyal Bilimler Enstitüsü Onayı


Dr. Öğr. Üyesi Meltem MUŞLU
Enstitü Müdür Yardımcısı


Doç. Dr. Zekiye ANTAKYALIOĞLU
SBE Müdürü ✓

Bu tezin Yüksek Lisans tezi olarak gerekli şartları sağladığını onaylarım.


Doç. Dr. Atıncı OLCAY
Enstitü ABD Başkanı

Bu tez tarafımda (tarafımızca) okunmuş, kapsamı ve niteliği açısından bir Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.


Doç. Dr. Nalan IŞIK
Tez Danışmanı

Bu tez tarafımızca okunmuş, kapsam ve niteliği açısından bir Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri:

Doç. Dr. Atıncı OLCAY (Jüri Başkanı)

Doç. Dr. Nalan IŞIK (Danışman)

Dr. Öğr. Üyesi Eda DİNERİ (Jüri Üyesi)

İmzası




ETİK BEYAN

Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Bilge BOSTANCIERİ

01.07.2019



ÖZET
GAZİANTEP’TE KÜLTÜR TURİZMİ: YERLİ TURİSTLERİN
ALGILARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

BOSTANCIERİ, Bilge
Yüksek Lisans Tezi, Turizm İşletmeciliği ABD
Tez Danışmanı: Doç. Dr. Nalan IŞIK
Temmuz 2019, 201 sayfa

Turizm sektörünün gün geçtikçe gelişmesi ve değişmesi ile birlikte turizm destinasyonları arasında rekabet de giderek artmaktadır. Bu rekabet ortamında yaşanan değişikliklere ayak uydurabilmek ve turizmden daha fazla gelir elde etmek isteyen ülkeler turizmde yeni ürün ve pazar arayışlarına girmeye başlamıştır. Ayrıca insanların eğitim seviyesinin yükselmesiyle, teknoloji ve ulaşımında yaşanan gelişmelerle turist profili de giderek değişmiş ve farklı arayışlar içerisine giren turist profili oluşmuştur. Bu bağlamda, ülkeler için farklı turizm türleri giderek önem kazanmaya başlamıştır. Kültür turizmi de birçok ülke için vazgeçilmez bir turizm türü haline gelmiştir. Gaziantep’in kültürel değerleri göz önüne alındığında şehirde kültür turizminin geliştirilmesi gerekmektedir. Bir bölgede kültür turizminin geliştirilebilmesi için turistlerin kültür turizmine ilişkin algıları ise göz ardı edilemeyecek kadar önem taşımaktadır.

Yapılan bu araştırmanın temel amacını, Gaziantep’te kültür turizminin mevcut durumunun incelenmesi ile Gaziantep’i ziyaret eden yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep’e yönelik algılarının belirlenmesi oluşturmaktadır. Bununla birlikte yerli turistlerin seyahat deneyimlerine göre Gaziantep’i nasıl değerlendirdikleri ve memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi de araştırmanın diğer amaçlarıdır. Ayrıca kültürel algıların oluşturduğu ölçüde boyutları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığının incelenmesi, kültürel algıların ve memnuniyet düzeylerinin demografik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesi ve elde edilen sonuçlar doğrultusunda Gaziantep’te kültür turizminin gelişimine katkı sağlayacak öneriler sunulması da bu araştırmanın amaçları arasında yer almaktadır. Bu amaçlar doğrultusunda 1 Ağustos 2017- 31 Ekim 2017 tarihleri arasında Gaziantep’i ziyaret eden 852 yerli turistte anket uygulanmıştır.

Anket verileri, güvenilirlik analizi, faktör analizi, ifadelerin ortalamaları ve standart sapma değerleri kullanılarak değerlendirilmiş, ayrıca korelasyon ve farklılık analizlerine tabi tutulmuştur. Bununla beraber; yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep’e ilişkin algılarının değerlendirilmesi için hazırlanan ölçüde faktör analizi uygulanmış ve “kültürel amaçlı seyahat, kültürel değerlerin önemi, tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” olmak üzere 3 faktörde toplanmıştır. Yapılan bu araştırmanın sonucunda, yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak

Gaziantep'e ilişkin algularının genel olarak yüksek olduğu tespit edilmiş ve bu algularının cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve aylık gelir durumlarına göre farklılık gösterdiği, medeni durumlarına göre ise farklılık göstermediği saptanmıştır. Yerli turistler seyahat deneyimlerine göre Gaziantep'i genel olarak iyi şekilde değerlendirmişlerdir. Ayrıca memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğu ve memnuniyet düzeylerinin demografik özelliklerine göre bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Buna benzer çalışmaların yapılmaya devam etmesi ve bu çalışmalara yurtdışından gelen turistlerin de dâhil edilmesi şehirde kültür turizminin gelişmesine katkı sağlayabilir. Ayrıca bu çalışmanın akademik literatüre katkı sağlayacağı ve turizm sektörüyle ilgili karar alıcılarına yol gösterici olacağı, yeni politika ve strateji oluşturulmasında yararlı olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gaziantep, kültür turizmi, algı, yerli turist.

ABSTRACT
CULTURAL TOURISM IN GAZİANTEP: EVALUATION OF DOMESTIC
TOURISTS PERCEPTIONS

BOSTANCIERİ, Bilge
Master Thesis, Department of Tourism Management
Thesis Advisor: Assoc. Prof. Dr. Nalan IŞIK
July 2019, 201 pages

With the development and changing of the tourism sector day by day, it is increasing in the competition among the tourism destinations. Countries that want to keep up with the changes experienced in this competitive environment and generate more revenue from tourism have started to look for new products and markets in tourism. In addition, today, with the increase in the level of education of people and the developments in technology and transportation, the tourist profile is changing and entering into different quests. In this context, different types of tourism have started to gain importance for countries. Cultural tourism has also become an indispensable tourism type for many countries among these types of tourism. Considering the cultural values of Gaziantep, cultural tourism should be developed in the city. In order to develop cultural tourism in a region, tourists' perceptions about cultural tourism are so important that they cannot be ignored.

The main purpose of this study is to examine the current situation of cultural tourism in Gaziantep and to determine the perception of local tourists visiting Gaziantep as a cultural destination for Gaziantep. However, according to the travel experience of local tourists, how they evaluate Gaziantep and satisfaction levels are the other objectives of the study. Furthermore, the study of whether there is a significant relationship between the dimensions of the scale that constitutes cultural perceptions, whether cultural perceptions and levels of satisfaction differed according to demographic characteristics, and the suggestions that will contribute to the development of cultural tourism in Gaziantep are among the other objectives of this study. For these purposes, 852 domestic tourists visited Gaziantep between August 2017 and October 2017 were surveyed.

Data obtained from surveys were analyzed using SPSS 21.0 for Windows statistical package program. In this context, the survey data were evaluated by using reliability analysis, factor analysis, averages of expressions and standard deviation values, and also subjected to correlation and difference analysis. In this study, factor analysis was applied to the scale prepared for the evaluation of perceptions of local tourists regarding Gaziantep as a cultural destination and three factors were collected as “cultural travel, the importance of cultural values, promotion and cultural activity

deficiencies”. As a result of this research, it was determined that the perceptions of local tourists regarding Gaziantep as a cultural destination are generally high and these perceptions differ according to their gender, age, educational status and monthly income status and they did not differ according to their marital status. According to the travel experiences, local tourists generally evaluated Gaziantep as good. In addition, it was determined that satisfaction levels were high and their satisfaction levels did not differ according to their demographic characteristics.

The continuation of similar studies and the inclusion of tourists from abroad can contribute to the development of cultural tourism in the city. In addition, this study will contribute to the academic literature and will guide the decision makers in the tourism sector and it will be useful in forming new policies and strategies.

Key Words: Gaziantep, culture tourism, perception, domestic tourist.



ÖNSÖZ

Bu çalışma, Gaziantep'te kültür turizminin mevcut durumunun incelenmesi ve Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep'e yönelik algılarının belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Bununla beraber, seyahat deneyimlerine göre Gaziantep'i nasıl değerlendirdiklerinin ve memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi, kültür turizminde yeterliliğinin tespit edilmesi ve geliştirilmesine yönelik önerilerin oluşturulması ve paylaşılması da hedeflenmiştir. Bununla beraber, kültürel algılarını oluşturan ölçeğin boyutları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığının ortaya konulması, yerli turistlerin kültürel algılarının ve memnuniyet düzeylerinin demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği, farklılık olması durumunda bu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının ortaya konulması da hedeflenmiştir.

Yüksek lisans eğitimim boyunca derslerinden faydalandığım ve danışmanlığımı üstlenen, engin bilgi ve tecrübelerinden yararlandığım, bütün problemlerimi hoşgörü ve sabırla dinleyip elinden geleni yapan ve öğrencisi olmaktan onur duyduğum çok kıymetli hocam Doç. Dr. Nalan IŞIK'a bütün emeklerinden dolayı sonsuz teşekkür ve saygılarımı sunarım.

Yüksek lisans eğitimim boyunca benden bilgilerini, yardımlarını ve desteklerini hiç esirgemeyen değerli hocam Doç. Dr. Atınç OLCAY'a, Doç. Dr. İbrahim GİRİTLİOĞLU'na, Dr. Öğretim Üyesi Yusuf BOZGEYİK'e ve Öğretim Görevlisi Metin SÜRME'ye teşekkürü bir borç bilirim.

Son olarak sevgilerini, maddi ve manevi desteklerini hiçbir zaman üzerimden eksik etmeyen, her zaman yanımda olup, kararlarımı saygı duyan sevgili anneme, babama ve kardeşlerime çok teşekkür ederim.

Bilge BOSTANCIERİ

Temmuz 2019

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT	iii
ÖNSÖZ	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar LİSTESİ	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xv
KISALTMALAR LİSTESİ	xvi
BİRİNCİ BÖLÜM	1
GİRİŞ	1
İKİNCİ BÖLÜM	4
KÜLTÜR TURİZMİ VE GAZİANTEP	4
2.1. TURİZM, KÜLTÜR, KÜLTÜREL MİRAS	4
2.1.1. Turizm Kavramı	4
2.1.2. Dünyada Turizmin Tarihsel Gelişimi	5
2.1.3. Türkiye’de Turizmin Tarihsel Gelişimi	7
2.1.4. Kültür Kavramı	9
2.1.4.1. Kültür türleri.....	11
2.1.4.2. Kültürün özellikleri	13
2.1.5. Kültürel Miras	14
2.1.5.1. Somut kültürel miras	16
2.1.5.2. Somut olmayan kültürel miras	18
2.2. KÜLTÜR TURİZMİ VE İÇERİĞİ	20
2.2.1. Kültür Turizmi	20
2.2.2. Kültür Turizminin Tarihsel Gelişimi	22
2.2.3. Kültür Turizminin Kaynakları	23
2.2.4. Kültür Turizminin Özellikleri	25
2.2.5. Kültür Turizminin Önemi	26
2.2.6. Kültür Turizminin Etkileri	27

2.2.7. Kùltür Turizminin Çeşitleri.....	28
2.2.7.1. Kùltürel miras turizmi	30
2.2.7.2. Tematik rotalar	30
2.2.7.3. Kùltürel şehir turizmi	31
2.2.7.4. Etnik turizm.....	32
2.2.7.5. Etkinlik ve festival turizmi	33
2.2.7.6. Dini turizm	33
2.2.7.7. Özgün turizm.....	34
2.2.8. Kùltür Turisti	35
2.2.8.1. Kùltür turisti çeşitleri	35
2.2.9. Dünyada Kùltür Turizmi.....	38
2.2.10. Türkiye’de Kùltür Turizmi.....	41
2.3. KÜLTÜREL BİR DESTİNASYON OLARAK GAZİANTEP	46
2.3.1. Gaziantep İli Hakkında Genel Bilgi.....	46
2.3.1.1. Gaziantep’in tarihi.....	46
2.3.1.2. Gaziantep’in coğrafi özellikleri ve iklimi	48
2.3.1.3. Gaziantep’in sosyo-ekonomik durumu	50
2.3.1.4. Gaziantep kültürü	52
2.3.2. Gaziantep’te Turizm Arzı	54
2.3.2.1. Konaklama işletmeleri	54
2.3.2.2. Seyahat işletmeleri	55
2.3.2.3. Yiyecek –içecek işletmeleri	56
2.3.2.4. Rekreasyon işletmeleri	57
2.3.2.5. Ulaşım hizmetleri	59
2.3.3. Gaziantep’te Turizm Talebi	60
2.3.4. Gaziantep İlinin Kùltür Turizmi Potansiyeli	62
2.3.4.1. Müzeler	63
2.3.4.1.1. Zeugma Mozaik Müzesi	65
2.3.4.1.2. Gaziantep Arkeoloji Müzesi.....	66
2.3.4.1.3. Yesemek Açık Hava Müzesi	67
2.3.4.1.4. Emine Göğüş Mutfak Müzesi.....	67
2.3.4.1.5. Bayazhan Kent Müzesi.....	68
2.3.4.1.6. Gaziantep Savunması ve Kahramanlık Panorama Müzesi	68
2.3.4.1.7. Şahinbey Milli Mücadele Müzesi.....	69
2.3.4.1.8. Gaziantep Mevlevihanesi Vakıf Müzesi	69

2.3.4.1.9. Hasan Süzer Etnografya Müzesi	69
2.3.4.1.10. Gaziantep Zooloji ve Doğa Müzesi.....	70
2.3.4.1.11. Gaziantep Oyun ve Oyuncak Müzesi	70
2.3.4.1.12. Gaziantep Hamam Müzesi	71
2.3.4.1.13. Ali İhsan Göğüş Müzesi ve Gaziantep Araştırmaları Merkezi .	71
2.3.4.1.14. Gaziantep Atatürk Anı Müzesi.....	71
2.3.4.1.15. İslam Bilim Tarihi Müzesi	72
2.3.4.1.16. Arkeolojik Cam Eserler Müzesi (Medusa Müzesi).....	72
2.3.4.1.17. 15 Temmuz Demokrasi Müzesi.....	72
2.3.4.1.18. Gaziantep Kültür Tarihi Müzesi.....	73
2.3.4.1.19. Gaziantep Baklava Müzesi	73
2.3.4.1.20. Gaziantep İl Eğitim Tarihi Müzesi	73
2.3.4.2. Tarihi kaleler	74
2.3.4.2.1. Gaziantep Kalesi.....	74
2.3.4.2.2. Araban Kalesi	75
2.3.4.2.3. Tılbaşar Kalesi.....	75
2.3.4.2.4. Rumkale.....	76
2.3.4.3. Dini yapılar.....	77
2.3.4.3.1. Tarihi camiler	77
2.3.4.3.2. Tarihi türbeler.....	78
2.3.4.3.3. Tarihi kiliseler	79
2.3.4.4. Tarihi hamamlar	80
2.3.4.5. Tarihi hanlar	80
2.3.4.6. Tarihi bedestenler.....	81
2.3.4.7. Tarihi kasteller	81
2.3.4.8. Festivaller	82
2.3.4.9. Geleneksel el sanatları.....	83
2.3.4.9.1. Sedef kakma işlemeciliği.....	83
2.3.4.9.2. Bakırcılık	84
2.3.4.9.3. Kutnuculuk	85
2.3.4.9.4. Aba dokumacılığı	85
2.3.4.9.5. Yemencilik	86
2.3.4.9.6. Takunyacılık.....	87
2.3.4.9.7. Antep işi el işlemesi	87

2.3.4.9.8. Gümüş işlemeciliği.....	88
2.3.4.9.9. Antep kilimciliği.....	88
2.3.4.9.10. Küpçülük	89
2.3.4.9.11. Kuyumculuk	90
2.3.4.9.12. Zurnacılık	90
2.3.4.10. Geleneksel Gaziantep mutfağı	91
2.4. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR	94
2.4.1. İlgili Yerli Araştırmalar.....	94
2.4.2. İlgili Yabancı Araştırmalar	103
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	109
MATERYAL VE YÖNTEM.....	109
3.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ.....	109
3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	112
3.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	112
3.4. VERİLERİN TOPLANMA SÜRECİ VE ARAŞTIRMANIN ÖLÇEĞİ ...	113
3.5. ARAŞTIRMANIN VERİ ÇÖZÜMLEME YÖNTEMLERİ	115
3.6. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ	118
3.7. ARAŞTIRMANIN PİLOT UYGULAMASI VE ÖLÇÜMÜN GÜVENİLİRLİĞİ.....	119
3.8. ARAŞTIRMANIN ESAS UYGULAMASI VE ÖLÇÜMÜN GÜVENİLİRLİĞİ.....	121
3.9. ÖLÇEĞİN GEÇERLİLİĞİ	121
3.10. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ	122
3.11. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI VE VARSAYIMLARI.....	126
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	128
BULGULAR.....	128
4.1.YERLİ TURİSTLERİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE YÖNELİK BULGULAR.....	128
4.2.YERLİ TURİSTLERİN GAZİANTEP SEYAHATLERİNE YÖNELİK BULGULAR.....	130
4.3.YERLİ TURİSTLERİN GAZİANTEP DESTİNASYONUNU TANIMLAMALARI, BİLGİ KAYNAKLARI, ZİYARET ETTİKLERİ KÜLTÜREL MEKÂNLAR VE KATILDIKLARI AKTİVİTELERE YÖNELİK BULGULAR	132
4.4.YERLİ TURİSTLERİN SEYAHAT DENEYİMLERİNE GÖRE GAZİANTEP DESTİNASYONUNU DEĞERLENDİRMELERİNE YÖNELİK BULGULAR.....	134

4.5. YERLİ TURİSTLERİN GAZİANTEP'İ KÜLTÜREL BİR DESTİNASYON OLARAK ALGILAMALARINA YÖNELİK TEMEL BULGULAR	136
4.5.1. Yerli Turistlerin Gaziantep'i Kültürel Bir Destinasyon Olarak Algılamalarını Oluşturan Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bulgular.....	136
4.5.2. Yerli Turistlerin Gaziantep'i Kültürel Bir Destinasyon Olarak Algılamalarına Yönelik Bulgular.....	137
4.6. YERLİ TURİSTLERİN MEMNUNİYET DURUMLARINA YÖNELİK BULGULAR.....	139
4.7. YERLİ TURİSTLERİN GAZİANTEP İLİNE GELİŞ BİÇİMLERİNİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE FARKLILIK ANALİZLERİNE YÖNELİK BULGULAR.....	140
4.8. YERLİ TURİSTLERİN GAZİANTEP İLİNDE KONAKLAMA SÜRELERİNİN AYLIK GELİR DÜZEYLERİNE GÖRE FARKLILIK ANALİZLERİNE YÖNELİK BULGULAR.....	142
4.9. YERLİ TURİSTLERİN GAZİANTEP'İ KÜLTÜREL BİR DESTİNASYON OLARAK ALGILAMALARININ DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE FARKLILIK ANALİZLERİNE YÖNELİK BULGULAR.....	143
4.10. YERLİ TURİSTLERİN GAZİANTEP'İ KÜLTÜREL BİR DESTİNASYON OLARAK ALGILAMALARININ GAZİANTEP'E İLK KEZ GELME VE TEKRAR ZİYARETİNDE BULUNMA DURUMLARINA GÖRE FARKLILIK ANALİZİNE YÖNELİK BULGULAR.....	152
4.11. YERLİ TURİSTLERİN KÜLTÜREL ALGILARINI OLUŞTURAN BOYUTLAR ARASINDAKİ İLİŞKİYE YÖNELİK BULGULAR.....	153
4.12. YERLİ TURİSTLERİN GAZİANTEP İLİNİ ZİYARETLERİNE İLİŞKİN MEMNUNİYET DURUMLARININ DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE FARKLILIK ANALİZLERİNE YÖNELİK BULGULAR.....	154
4.13. ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN KABUL-RED DURUMLARI	156
BEŞİNCİ BÖLÜM.....	158
SONUÇ VE TARTIŞMA	158
KAYNAKLAR.....	167
EKLER.....	194
EK 1. ANKET FORMU	195
EK 2. ANKET FORMU İZİN DİLEKÇESİ.....	199
EK3.GAZİANTEP HAVALİMANI MEYDAN İŞLETME MÜDÜRLÜĞÜ TARAFINDAN VERİLEN ANKET İZİN BELGESİ	200
ÖZGEÇMİŞ	201
VITAE	201

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 2.1. Türkiye geneli korunması gerekli taşınmaz kültür varlıkları	17
Tablo 2.2. Kültür turizminin çeşitleri	29
Tablo 2.3. 2017 yılı uluslararası turist varışlarında ilk 10 ülke	39
Tablo 2.4. 2014-2018 yılları arasında Türkiye’den çıkış yapan ziyaretçilerin geliş nedenleri	43
Tablo 2. 5. Türkiye’de müze ve ören yerlerinin 2000-2017 yıllarına ait ziyaretçi sayıları	44
Tablo 2.6. Türkiye’deki Tescilli Sit Alanları.....	45
Tablo 2.7. Gaziantep’in yıllara göre nüfusu	50
Tablo 2.8. 2018 yılında en fazla ihracat yapan ilk on şehir	51
Tablo 2.9. Gaziantep ilindeki konaklama işletmeleri	55
Tablo 2.10. Son 15 yılda Gaziantep’e giriş yapan turist sayısı.....	60
Tablo 2.11. Turizm işletme belgeli tesislerde konaklayan turist sayısı	61
Tablo 2.12. Gaziantep’e 2018 yılında hudut kapılarından giriş-çıkış yapanların giriş sayısı en çok olan ilk 10 ülke	62
Tablo 2.13. Gaziantep ilinde yer alan müzeler	64
Tablo 2.14. Gaziantep’te taşınmaz kültür varlıkları	65
Tablo 2.15. 2017 yılında en çok ziyaret edilen on müze	66
Tablo 3.1. Aritmetik ortalamaların aralık değerleri	114
Tablo 3.2. Evren büyüklüklerine karşılık örneklem büyüklüğü	119
Tablo 4.1. Yerli turistlerin demografik özelliklerine yönelik bulgular.....	129
Tablo 4.2. Yerli turistlerin Gaziantep seyahatlerine yönelik bulgular.....	131
Tablo 4.3. Yerli turistlerin Gaziantep’i tanımlamalarına yönelik bulgular	132
Tablo 4.4. Yerli turistlerin Gaziantep’e gelmeden önceki ve geldikten sonraki bilgi kaynaklarına yönelik bulgular	133
Tablo 4.5. Yerli turistlerin ziyaret ettiği kültürel mekânlar ve katıldığı aktivitelere yönelik bulgular.....	134
Tablo 4.6. Yerli turistlerin seyahat deneyimlerine göre Gaziantep destinasyonunu değerlendirmelerine yönelik bulgular.....	135

Tablo 4.7. Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarını oluşturan boyutların belirlenmesine yönelik yapılan açıklayıcı faktör analizi sonuçları	137
Tablo 4.8. Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarına yönelik bulgular.....	138
Tablo 4. 9. Yerli turistlerin memnuniyet durumlarına yönelik bulgular	140
Tablo 4.10. Yerli turistlerin Gaziantep iline geliş biçimlerinin demografik özelliklerine göre Ki-Kare testi sonuçları.....	141
Tablo 4.11. Yerli turistlerin Gaziantep ilinde konaklama sürelerinin aylık gelir düzeylerine göre Ki-Kare testi sonuçları.....	143
Tablo 4.12. Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarının cinsiyetlerine göre Bağımsız Örneklem T testi sonuçları.....	143
Tablo 4.13. Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarının yaşlarına göre Tek Yönlü Varyans analizi sonuçları	145
Tablo 4.14. Kültürel amaçlı seyahat boyutunda yaş durumuna göre Bonferroni analizi sonuçları	145
Tablo 4.15. Kültürel amaçlı seyahat boyutunda yaş durumuna göre grup ortalamaları ve standart sapma değerlerine yönelik sonuçlar	146
Tablo 4.16. Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarının medeni durumlarına göre Bağımsız Örneklem T testi sonuçları.....	147
Tablo 4.17. Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarının eğitim durumlarına göre Tek Yönlü Varyans analizi sonuçları	147
Tablo 4.18. Kültürel değerlerin önemi boyutunda eğitim durumuna göre Bonferroni analizi sonuçları.....	148
Tablo 4.19. Kültürel değerlerin önemi boyutunda eğitim durumuna göre grup ortalamaları ve standart sapma değerlerine yönelik sonuçlar.....	149
Tablo 4.20. Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarının aylık gelirlerine göre Tek Yönlü Varyans analizi sonuçları.....	149
Tablo 4.21. Kültürel amaçlı seyahat boyutunda aylık gelir durumuna göre Bonferroni analizi sonuçları.....	150
Tablo 4.22. Kültürel amaçlı seyahat boyutunda aylık gelir durumuna göre grup ortalamaları ve standart sapma değerlerine yönelik sonuçlar.....	150
Tablo 4.23. Tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri boyutunda aylık gelir durumuna göre Bonferroni analizi sonuçları	151
Tablo 4.24. Tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri boyutunda aylık gelir durumuna göre grup ortalamaları ve standart sapma değerlerine yönelik sonuçlar	151
Tablo 4.25. Tüm boyutların genel ortalamasının aylık gelir durumuna göre Bonferroni analizi sonuçları.....	152
Tablo 4.26. Tüm boyutların genel ortalamasının aylık gelir durumuna göre grup ortalamaları ve standart sapma değerlerine yönelik sonuçlar.....	152
Tablo 4.27. Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarının Gaziantep’e ilk kez gelme ve tekrar ziyaretinde bulunma durumlarına göre Bağımsız Örneklem T testi sonuçları	153

Tablo 4.28. Boyutlar arasındaki ilişkiye yönelik Korelasyon analizi sonuçları	154
Tablo 4.29. Yerli turistlerin Gaziantep ilini ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumlarının cinsiyetlerine göre Bağımsız Örneklem T testi sonuçları.....	154
Tablo 4.30. Yerli turistlerin Gaziantep ilini ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumlarının yaşlarına göre Tek Yönlü Varyans analizi sonuçları.....	155
Tablo 4.31. Yerli turistlerin Gaziantep ilini ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumlarının medeni durumlarına göre Bağımsız Örneklem T testi sonuçları.....	155
Tablo 4.32. Yerli turistlerin Gaziantep ilini ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumlarının eğitim durumlarına göre Tek Yönlü Varyans analizi sonuçları	156
Tablo 4.33. Yerli turistlerin Gaziantep ilini ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumlarının aylık gelirlerine göre Tek Yönlü Varyans analizi sonuçları.....	156
Tablo 4.34. Hipotezlerin Kabul-Red Değerleri	156



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. Kültür turizmi kaynakları.....	24
Şekil 2.2. Bir destinasyonu ziyaret etme kararında kültür turizminin �nemi.....	36
Şekil 2.3. Kültür turisti türleri	38
Şekil 3.1. Kültürel algı �l�eğinin kutu-bıyık ve saçılım grafikleri.....	116
Şekil 3.2. Memnuniyet �l�eğinin kutu-bıyık ve saçılım grafikleri	118



KISALTMALAR LİSTESİ

ATLAS	Turizm ve Boş Zaman Eğitimi Derneği
ÇEKÜL	Çevre ve Kültür Değerlerini Koruma ve Tanıtma Vakfı
Çev.	Çeviren
Ed.	Editör
GAP	Güneydoğu Anadolu Projesi
ICOMOS	Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi
IUCN	Uluslararası Doğayı ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği
KMO	Kaiser-Meyer-Olkin
LSD	Least Significant Difference Test
M.Ö.	Milattan Önce
M.S.	Milattan Sonra
SPSS	Statistical Package For The Social Sciences
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
ss.	Sayfa sayısı
s.s.	Standart Sapma
vd.	Çok yazarlı eserlerde ilk yazardan sonrakiler
vb.	Ve benzeri
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
UNWTO	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
\bar{x}	Aritmetik Ortalama
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
t.y.	Tarih yok

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Turizm, insanların sürekli olarak yaşadıkları yerlerin dışındaki bölgeleri ziyaret ederek, bu bölgelerde katıldıkları aktiviteler ve ihtiyaçlarını gidermek için tesislerden yararlanmalarıyla oluşan faaliyetlerdir (Kargiglioğlu, 2015:3; Akkuş ve Güneş, 2016:74). Turizmin hızlı bir şekilde büyümesi ve ülkelere doğrudan veya dolaylı olarak sağladığı ekonomik katkıları nedeniyle önemli bir sektör haline gelmiştir. Ayrıca turizm istihdam üzerindeki olumlu etkileriyle de önem taşımaktadır. Turizmin ekonomiye ve istihdama sağladığı katılardan dolayı özellikle gelişmekte olan ülkeler turizmden daha fazla yarar sağlamak amacıyla yatırımlarını bu yönde arttırmaktadır (Gül, 2015:1).

Turizm, uzun yıllar boyunca deniz, kum, güneş üçlüsü etrafında şekillenmiş ve hala etkisini devam ettiren yoğun talebe sahip bir sektördür. Ancak, ülkeler arasındaki rekabetin artmasıyla tüm dünyada turizm olguları üzerinde bazı değişimler oluşmaya başlamıştır. Pazarlamada yaşanan bu gelişmeler diğer sektörleri etkilediği gibi turizmi de etkilemeye başlamıştır. Tüketici talepleri doğrultusunda turizmin çeşitlendirilmesi gerektiği anlaşılarak, rekabet ortamları da bu doğrultuda gelişmeye başlamıştır (Kement ve Öztürk, 2016:14).

Turizm çeşitlenmiş ve toplumların ekonomik gelişmişlik düzeyine paralel olarak da bir ayrıcalık olmaktan çıkmaya başlamıştır. Turizm içeriği itibariyle; kış turizmi, sahil turizmi, sağlık turizmi, doğa turizmi, inanç turizmi, kültür turizmi vb. olmak üzere gün geçtikçe çeşitlenmeye devam etmektedir (Üsküdar, 2012:1). Kültür turizmi, yeni kültürleri tanımaya ve geçmiş kültürleri merak etmeye dayanmaktadır. Kültür turizminin diğer turizm çeşitlerinden farkı ise öğrenme fonksiyonuna sahip olmasıdır. Kültür, insanların düşünce ve yaşam biçimlerinden oluşan süreçlerle, bu süreçlerin sonucunda meydana gelen ürünlerden oluşmaktadır. Bundan dolayı kültür turizmi, yalnızca geçmişteki kültürlere ait olan mekân ve anıtların ziyaretinden

oluşmamaktadır. Aynı zamanda bir bölgedeki insanların yaşam biçimleri üzerine de kuruludur (Akınoğlu, 2010:126).

Kültür turizmi; doğal, tarihi ve kültürel mirası gelecek kuşaklara aktarmakta, destinasyonlarda turizm talebi oluşturmakta ve talebin artmasında etkili olmaktadır. Bununla birlikte kültür turizmi, turizmden elde edilecek geliri arttırmakta, kültürel değerlerin korunmasını ve bölgelerin sahip olduğu potansiyelinde doğru kullanabilmesini sağlamaktadır. Bundan dolayı, tüm paydaşların birlikte hareket etmesi ve doğru turizm politikalarının belirlenmesi gerekmektedir. Türkiye, bulunduğu konum itibariyle birçok uygarlığa ev sahipliği yapmıştır. Bu nedenle, sahip olduğu kültürel zenginliklerden faydalanarak yüksek bir verim elde edebilir (Er ve Bardakoğlu, 2016:96). Kültürel miras açısından zengin değerleri olan illerden biri de Gaziantep'tir.

Gaziantep, tarihin her döneminde önemini koruyan ve çeşitli uygarlıkların, kültürlerin ve inançların yer aldığı bir şehirdir. Gaziantep nüfusu ile Türkiye'nin 6. büyük kenti ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin de en büyük kentidir. Gaziantep sahip olduğu geniş ulaşım ağı ile, Türkiye'nin Ortadoğu'yla olan ticaretinde önemli bir merkez konumundadır. Gaziantep, son yıllarda kültür ve turizm yatırımlarının artması ile bölgede turizmin öncüsü haline gelmiştir. (Çuhadar ve Kervankıran, 2017:458).

Bu araştırma beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; giriş kısmına yer verilmiş, turizm ve kültür kavramlarından, kültür turizminin ne anlama geldiğinden, turizm destinasyonları açısından kültür turizminin önemine değinilerek araştırmanın genel hatları ortaya konulmuştur. İkinci bölümde; turizm kavramı ve turizmin tarihi gelişiminden, kültür kavramından, kültürün özelliklerinden ve türlerinden, kültürel miras kavramı ve türlerinden, kültür turizmi kavramı, kültür turizminin gelişimi, kaynakları, özellikleri, önemi ve kültür turisti çeşitleri, dünyada ve Türkiye'de kültür turizminin durumundan detaylı bir şekilde bahsedilmiştir. Yine bu bölümde Gaziantep hakkında genel bilgilere, Gaziantep'in turizm arzı ve turizm talebine, Gaziantep'teki müzeler, kaleler, hanlar, hamamlar, kастeller, camiler, el sanatları ve Gaziantep mutfağından bahsedilmiş ve bölümün sonunda ise konu ile ilgili yapılmış araştırmaların özetleri sunulmuştur.

Üçüncü bölümde; araştırmanın materyal ve yöntemine yer verilmiştir. Bu bölümde araştırmanın problemi, araştırmanın amacı ve araştırmanın önemi belirtilerek, ardından verilerin toplanma süreci ve araştırmanın ölçeği, araştırmanın veri çözümleme yöntemleri, araştırmanın evreni ve örnekleme, araştırmanın pilot uygulaması ve esas uygulaması, ölçeğin güvenilirliği ve geçerliliği, araştırmanın hipotezleri, sınırlılıkları ve varsayımları açıklanmıştır.

Araştırmanın dördüncü bölümü bulgulardan oluşmaktadır. Bu bölümde; Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistlerin demografik ve seyahat özelliklerine dair bulgular, ziyaret amaçları, Gaziantep destinasyonunu tanımlamaları, bilgi kaynakları, ziyaret ettikleri kültürel mekânlar ve katıldıkları aktivitelere yönelik bulgular, yerli turistlerin seyahat deneyimlerine göre Gaziantep destinasyonunu değerlendirmelerine yönelik bulgular, Gaziantep'i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarına yönelik bulgular, memnuniyet düzeylerine yönelik bulgulara yer verilmiştir. Aynı zamanda araştırmanın hipotezlerinin test edilmesine yönelik bulgular yer almaktadır. Araştırmanın beşinci ve son bölümünde; sonuç ve tartışma başlığı altında genel bir değerlendirme yapılmış ve araştırma bulgularından elde edilen sonuçlar doğrultusunda çeşitli öneriler sunulmuştur.

Bu araştırmada, Gaziantep'te kültür turizminin mevcut durumunun incelenmesi, Gaziantep ilini ziyaret eden yerli turistlerin, Gaziantep'e ve Gaziantep'te kültür turizmine ilişkin görüşlerinin ve memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda, çalışmadan elde edilecek sonuçların Gaziantep'te kültür turizminin geliştirilmesine yönelik hazırlanan planlara ve yapılacak uygulamalara katkı sunması hedeflenmektedir. Ayrıca bu araştırmanın Gaziantep'te turizm ile ilgilenen kurumlara ve bu konuda çalışma yapacak olanlara veri sağlaması açısından faydalı olacağı düşünülmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR TURİZMİ VE GAZİANTEP

Araştırmanın bu bölümü dört ana başlıktan oluşmaktadır. Birinci başlık altında, turizm, kültür ve kültürel miras kavramları ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır. İkinci başlık altında kültür turizmi ve içeriğinden, üçüncü başlık altında kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep'e yönelik bilgilere ve ilgili araştırmalar başlığı altında kültür turizmiyle ilgili daha önce yapılmış olan araştırmalara yer verilmiştir.

2.1. TURİZM, KÜLTÜR, KÜLTÜREL MİRAS

Araştırmanın bu başlığı altında kültür turizmi ve Gaziantep'ten bahsetmeden önce turizmin ne anlama geldiğinden, turizmin tarihsel gelişiminden, kültür kavramının tanımından, kültürün özelliklerinden, kültürün türlerinden, kültürel miras kavramından, somut ve somut olmayan kültürel mirastan bahsedilmiştir.

2.1.1. Turizm Kavramı

Turizm, insanların, ikâmet ettikleri yerlerden geçici olarak farklı bölgelere giderek, gezmek, görmek, dinlenmek, eğlenmek ve öğrenmek gibi psikolojik, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yaptıkları seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Yıldız, 2011:55). Turizm kelimesinin kökeni Latince'den gelmektedir. Dönme hareketi anlamında kullanılan "tornus" kelimesinden "tour" kelimesi türetilmiştir. "Tour" Yunanca'da bir daireyi anlatan araç, Fransızca'da ise dönmek anlamında kullanılmaktadır. Bu kelime herhangi bir değişikliğe uğramadan batı dillerine de geçmiştir. Kelimenin kökeniyle ilgili başka bir yaklaşıma göre de turizm kelimesi İbranice'de "tora" kökünden gelmektedir. Anlamı ise öğrenme, dinlenme ve insanın kendini geliştirmesidir (Araboğa, 2018:4).

Turizm ile ilgili bilinen ilk tanım Guyer-Feuler tarafından 1905 yılında yapılmıştır. Guyer-Feuler'e göre turizm, hava değişikliği ve dinlenme ihtiyacının giderek artmasıyla, doğa ve sanatla beslenen güzellikleri tanıma isteğiyle, doğanın

insanları mutlu ettiği inancıyla, ticaret, sanayi ve ulaşımın çok gelişmesinin sonucunda ulusların ve toplulukların birbirine yakınlaşmasına fırsat veren modern çağa özgü bir olay şeklinde tanımlanmaktadır (Işık, 2017:21-22; Sönmez, 2018:4).

1963'te Roma'da gerçekleştirilen Uluslararası Turizm ve Seyahat Konferansı turizmin tanımlanması için yol gösterici bir nitelik taşımaktadır. Aşağıdaki geniş kapsamlı turizm tanımı tüm sorulara ışık tutacak nitelikte kabul edilmektedir. Buna göre turizm:

- İnsanların sürekli konakladıkları yer dışında devamlı yerleşmemek,
- Para kazanmak, politik ve askeri amaçlar gözetmemek,
- Serbest bir ortam içerisinde merak, iş, din, sağlık, dinlenme, eğlenme, kültür, deneyim kazanma, snobik amaçlar ya da arkadaş, akraba ziyaretinde bulunmak, kongre, seminere katılmak gibi sebeplerle kişisel veya toplu olarak yapılan bir gezi olması,
- Gidilen yerde 24 saati aşacak bir konaklama ve en az bir gece kalmalarıyla ortaya çıkan tüketim olayı, bütünleşmiş bir hizmet şekli ve kültür endüstrisidir (Kervankıran, 2011:27-28).

Turizm, insanların sürekli olarak yaşamlarını sürdürdükleri yerlerden başka bölgelere seyahatleri ve genellikle seyahat ettikleri bölgelerdeki turizme hizmet sunan işletmelerin ürettiği mal ve hizmetleri talep etmeleri ve geçici konaklamalarından oluşan olaylar ve ilişkiler bütünüdür (Zengin, 2006:11). Turizmle ilgili yapılan başka bir tanım ise kişilerin konakladıkları yerler dışında en az 24 saat kalarak, iş, dinlenme, eğlenme, din, merak ve kültür gibi amaçlarla yaptıkları seyahatlerdir (Gündüz, 2016:29).

2.1.2. Dünyada Turizmin Tarihsel Gelişimi

Dünyada turizm olayının başlangıcı M.Ö. 4000 yıllarına, yazıyı, parayı ve tekerleği bulan Sümerler'e kadar götürülebilir. Fenikeliler bu açıdan ilk gezginler olarak görülebilir. Mısır, M.Ö. 3000 yıllarında piramitler ve tapınlardan dolayı, gezginlerin çok ilgisini çekmiştir. Eski Mısır ve Babil Krallığında, gezginler için yolların güvenliği sağlanmış, konaklamaları ve dinlenmeleri için evler ve bahçeler inşa edilmiştir. Eski çağlarda milletlerin ticaret yapmak için başka ülkelere gitmesi de turizm aktivitesi olarak değerlendirilmektedir. O dönemde kara yollarının çok

gelişmiş olmaması nedeniyle, uzak yolculuklar deniz yolu ile yapılmıştır (Yıldız, 2011:56).

Eski Yunan'da M.Ö. 700 yıllarında başlayan Olimpiyat Oyunları, dünya turizm tarihinde önemli bir olay olarak kabul edilmektedir. Olimpiyat Oyunlarına katılmak ve izlemek için gerçekleştirilen seyahatler spor turizminin başlangıcı olarak görülmektedir. Anadolu'da M.Ö. 334 yılında Büyük İskender tarafından Efes Demokratik Şehir Devleti'nin kurulmasından itibaren yoğun ilgi gördüğü ve sadece bir mevsimde 700.000 kişinin ziyaret ettiği bilinmektedir. Bu çağda Efes, kütüphanesi, tiyatrosu, çarşısı, caddeleri ve eğlence yerleriyle o dönemde dünyanın bilinen en önemli kültür, sanat, ticaret ve uygarlık merkezlerinden biri konumundadır (Budak, 2000:7).

Yine tarih öncesi dönemlerde insanlar, yeme-içme ve barınma gibi ihtiyaçlarını karşılamak için göç etmekte ve çeşitli sebeplerle gzmekteydi. İlk çağla birlikte insanlar yerleşik hayata geçmiş ve bu dönemde yapılan seyahatler başta ticari olmak üzere, dini inançlar, sağlık problemleri ve spor gibi sebeplerle gerçekleşmiştir. Orta çağa gelindiğinde ise İslamiyet ve Hristiyanlık için kutsal görülen yerleri ziyaret etmek için seyahat etmişlerdir. Orta çağda Haçlı Seferleri de en önemli seyahat olaylarından biri olmuştur. Haçlı Seferleriyle, doğudan batıya kadar etkileri kalıcı olan kültürel bir akımın oluşmasına neden olmuştur. Dünyayı keşif gezileri de yine orta çağın önemli turizm olaylarından dır (Zengin, 2006:7).

Kısaca özetlemek gerekirse, Uzakdoğu'dan ipek ve baharat alabilmek için baharat yolunun oluşturulması, Çin'e kervanlarla gidilmesi ve Avrupalı zenginlerin yeni yerler keşfetmek amacıyla yapmış oldukları deniz yolculukları dünyada turizmin başlangıcı olmuştur. 19. yüzyılda motorlu araçların icadı, sanayi devrimiyle hız kazanan turizm faaliyetleri, Birinci Dünya Savaşı'nın ardından ekonomik krizin başlaması ve hemen ardından başlayan İkinci Dünya Savaşı ile büyük bir kesintiye uğramıştır. Savaş sonrasında yaşanan ekonomik ve sosyal gelişmeler, ulaşırmada yaşanan yenilikler, seyahat kısıtlamaları ile ilgili düzenlemeler yapılması, organize paket turlar, teknolojinin gelişmesi, demografik değişimler, ülkelerin milli gelirinin artması turizm sektörünün önünü açarak, hiçbir ülke tarafından yararının göz ardı edilemeyeceği bir duruma ulaşmıştır (Akkuş, 2015:8).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre 2017 yılında dünya genelinde turizm gelirlerinde ve turist varışlarında ilk ona giren ülkeler, ağırladıkları turist sayısı ve elde ettikleri turizm gelirleri aşağıda sunulmuştur. Bu bilgiler, bugün turizmin ülkeler için ne kadar önemli olduğunu gösterecek niteliktedir. Uluslararası turizm gelirlerinde 2017 yılında Amerika Birleşik Devletleri (ABD) 210.7 milyar dolar ile birinci sıradadır. Amerika Birleşik Devletlerini 68.0 milyar dolar ile İspanya takip etmektedir. Fransa 60.7 milyar dolar ile üçüncü, Tayland 57.5 milyar dolar ile dördüncü, Birleşik Krallık 51.2 milyar dolar ile beşinci, 44.2 milyar dolar ile İtalya altıncı, 41.7 milyar dolar ile Avustralya yedinci, 39.8 milyar dolar ile Almanya sekizinci, 35.6 milyar dolar ile Macao (Çin) dokuzuncu ve 34.1 milyar dolar ile Japonya onuncu sırada yer almaktadır (www.e-unwto.org).

Uluslararası turist varışlarında 2017 yılında ilk ona giren ülkeler içinde Fransa 86.9 milyon kişi ile birinci sıradadır. İkinci sırada 81.8 milyon kişi ile İspanya, 76.9 milyon kişi ile ABD üçüncü, 60.7 milyon kişi ile Çin dördüncü, 58.3 milyon kişi ile İtalya beşinci, 39.3 milyon kişi ile Meksika altıncı, 37.7 milyon kişi ile Birleşik Krallık yedinci, 37.6 milyon kişi ile Türkiye sekizinci, 37.5 milyon kişi ile Almanya dokuzuncu ve 35.4 milyon kişi ile Tayland onuncu sırada yer almaktadır (www.e-unwto.org).

2.1.3. Türkiye’de Turizmin Tarihsel Gelişimi

Türkiye, coğrafi konumundan dolayı Asya, Avrupa ve Afrika kıtalarını birbirine bağlayan bir köprü görevi görmektedir. Birçok uygarlığın beşiği olmuş ve bu uygarlıklar Anadolu ve Türk kültürünün temelini oluşturmuştur. Selçuklular döneminde ulaşım alanında yaşanan gelişmeler ve kervansarayların yapılması, Türk turizmindeki ilk adımlar olarak değerlendirilmiştir. Osmanlı döneminde ise modern turizm hareketleri olarak gerçekleşmesine de Anadolu toprakları yıllarca diplomat, tarihçi ve sanatçıların uğradığı bir yer olmuştur (Bandoğlu, 2015:160).

Türkiye’nin turizm faaliyetlerinde, Türkiye’nin ilk oteli Otel D’Angleter, 1882’de açılan büyük Londra Oteli, 1889’da açılan Pera Palas Oteli, 1919’da Orient Ekspres Treniyle başlayan turlar önemli bir yer tutmuştur. 1923 yılına gelindiğinde Türkiye Seyyahin Cemiyeti kurulmuş ve turistlere yanlış bilgi verilmesini önlemeye ve rehberler, tercümanlar yetiştirilmeye başlanmıştır. 1930’da ise Türkiye Turing

Otomobil Kurumu kurulmuştur. Bu kurum Türkiye'ye arabalarıyla gelen turistlere ve yurtdışına arabalarıyla çıkan vatandaşlara hizmet vermeye başlamıştır. 1934'te turizm ofisleri kurulmuş ve devlet eliyle turizm faaliyetleri başlamıştır. 1937'de Turizm Müdürlükleri, 1943'de Basın Yayın Turizm Müdürlükleri, ardından da turizm danışma kurulları kurulmuştur. 1953 yılında ise günümüzde yürürlükte olan turizm endüstrisi teşvik kanunu yürürlüğe girmiştir. 1957'de turistik tesis kurmak isteyenleri teşvik etmek ve kredi vermek için Türkiye Turizm Bankası kurulmuştur (Akkuş, 2015:9).

1960 ihtilalinin ardından turizm faaliyetleri etkilenmiş ve turizm faaliyetleri ile tasarruflarına yönelik yoğun bir soruşturma ve kovuşturma başlatılmıştır. Turizm sektörüne yapılan yatırımların çoğu durdurulmuş, projeler iptal edilmiş, krediler kesilmiştir. Bunların sonucunda Türkiye'de yeni yeni gelişmeye başlayan turizm sektörü bir durgunluk yaşamıştır. 1962'de yatırımları durdurulan uygulamalar gevşetilerek, bu yatırımların bazıları tamamlanmıştır. 1960 yılını izleyen yıllarda kalkınma planları uygulanmaya başlanmış ve turizm sektöründe önemli gelişmeler yaşanmıştır (Yıldız, 2011:58).

Turizm sektöründe esas gelişme, 1980'li yıllarda yaşanmaya başlamıştır. 1980 Kararları ile devalüasyon yapılması, yabancı sermayenin teşviki, döviz alış ve satışının serbestleşmesi, yurt dışına çıkışlarda serbestlik sağlanması, yolcuların yanlarında götürecekleri döviz miktarının artması ve Turizm Teşvik Kanunu'nun çıkarılması bu dönemin en önemli gelişmeleri olmuştur. Turizm Teşvik Kanunu ile kredi ve yatırım kolaylıkları, vergi-resim-harç istisnaları, personel çalıştırılmasıyla ilgili kolaylıklar, katma değer vergisinin ertelenebilmesi, çeşitli hizmetlerin öncelikli tahsisi ve tarife indirimleri gibi teşvikler getirilmiştir. 1980'lerin sonuna gelindiğinde Türkiye; ekonomik, sosyal ve teknolojik açıdan yeterli bir altyapıya sahip olmadığı halde, gözde bir turizm destinasyonu haline gelmiştir (Gülbahar, 2009:154).

Türkiye'de 1980 sonrası dönemde ekonomik kaynakların önemli bir bölümü turizme ayrılmıştır. Bu çabalar sonucunda da turizm gelişerek Türkiye'nin en genç ve dinamik sektörlerinden birisi haline gelmiş ve lokomotif sektörlerden birisi olmuştur. Ödemeler bilançosunda ihracattan sonra en önemli döviz kaynağı turizmdir. Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de 11 Eylül olayları, Asya-Pasifik ülkelerindeki SARS salgını, Irak Savaşı ve ekonomik krizler gibi olumsuz faktörler

turizmi etkilemiştir. Bu olumsuzluklara rağmen yine de Türkiye Avrupa turizm pazarında önemli bir paya sahiptir (Kızılgöl ve Erbaykal, 2008:352).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'ne göre Türkiye, 2017'de dünyada en fazla turist varışları bakımından 37,6 milyon turist ile 8. sıradadır. Türkiye uluslararası turizm gelirlerinde ise ilk on ülke içerisinde yer almamaktadır (www.e-unwto.org). 2017 yılında Türkiye'nin turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı %17,5 olarak belirtilmektedir (www.tursab.org.tr). Turizm sektörünün gelişmesi Türkiye için çok önemlidir. Şiddetli bir şekilde döviz ihtiyacı duyan ve dış ticaret bilançosu sürekli açık veren Türkiye'nin dış ödemeler bilançosuyla ilgili sorunlarının çözümünde turizm gelirleri önemli bir katkıda bulunabilir. Ancak Türkiye'nin sahip olduğu turizm potansiyelini tam olarak değerlendirdiğini söylemek pek mümkün değildir. (Gültekin, 2011:19). Türkiye, sahip olduğu turizm potansiyelini planlı ve verimli bir şekilde değerlendirdiği takdirde ilerleyen yıllarda uluslararası turizm hareketlerinden elde edeceği payı daha fazla yükseltebilir. Turizm faaliyetlerinin yılın tamamına yayılmasını amaçlayan turizm türlerinin gelecek dönemlerde turizmin gelişimine katkıda bulunacağı ifade edilmektedir (Akkuş, 2015:13).

2.1.4. Kültür Kavramı

Kültür kavramı, sosyal bilimler alanında çok tartışılan ve tanımı çok fazla yapılan bir sözcüktür. Raymond Williams, kültür kelimesinin İngiliz dilindeki en karmaşık iki ya da üç kelimedenden biri olduğunu belirtmektedir. Bunun sebebinin kültür kelimesinin farklı disiplinlerde ve düşünce sistemlerinde kullanılmasından kaynaklandığı görüşündedir (Smith ve Riley, 2016:19; Kurtuluş Kıvanç, 2017:131). Antropolog olan Alfred Kroeber ve Clyde Kluckhohn'un 1952'de "Kültür Kavramlarına ve Tanımlarına Eleştirel Bir Bakış" çalışmalarında 164 çeşit kültür tanımının olması kültür kavramının karmaşıklığına dikkat çeken başka bir örnektir (Smith, 2005:13; Işık, 2017:15). Kültür kelimesinin Latincedeki "cultura veya colere" kelimelerinden kaynaklandığı ileri sürülmektedir. Klasik Latince "ekip-biçmek, yetiştirmek, inşa etmek, süslemek veya bakmak" anlamlarına gelmektedir (Deniz ve Savaşkan, 2018:93; Üsküdar, 2012:3; Uca Özer, 2010:51).

Kültür kelimesinin ortaya çıkışıyla ilgili görüşlerde kelimenin tarımla ilgili kök anlamı üzerinde birleşilmektedir. Tarımsal faaliyetlerin bir yaşama biçimi

olmasından dolayı sözcüğün böyle bir anlam kazanmasına neden olmuştur. Romalılar da “cultura” kelimesi tarlada ekilen bitkiler anlamında kullanılmıştır. Bu sebeplerle Türkiye’de tarlada ve serada yetiştirilen bitkiler kültür bitkisi olarak adlandırılmaktadır (Oğuz, 2011:125; Gündüz, 2016:4). Kavram Türkçeye, Fransızca “cultura” kelimesinden geçmiştir. Milli Edebiyat döneminin önemli isimlerinden Ziya Gökalp bu kelimeye karşılık “hars” kelimesini kullanmıştır. Cumhuriyet döneminde ise “ekin” kelimesi kullanılmıştır. Bu sözcüklerden bugüne kadar yaygın olarak kullanılan “kültür” olmuştur (Erol, 2011:388).

Endüstri Devrimi’nin etkisiyle 18. yüzyılın sonu ve 19. yüzyılın ilk yarısında Türkçeye yeni kelimeler girmiş ve bazı kelimelere de yeni anlamlar yüklenmiştir. Kültür kelimesine de değişik anlamlar yüklenmiştir. İlk olarak “insanların zihinsel yetkinliği”, daha sonra ise “bir toplumun genel olarak zihinsel gelişimini” anlamı taşımıştır (Kartal, 2010:449). Kültür kelimesini insan zekâsının oluşması, gelişmesi, geliştirilmesi ve yüceltilmesi olarak ilk defa Fransız yazar ve filozof Voltaire kullanmıştır (Hayta, 2016:167; Kurtuluş Kıvanç, 2017:132). Kültür bu anlamıyla 1793’te Almancaya geçip, Alman Dili Sözlüğü’nde yer almıştır (Erkenekli, 2013:148). 1843’te Gustav Klemn’in yazmış olduğu “İnsanlığın Genel Kültür Tarihi” kitabında “kültür” kelimesine “bir insan topluluğunun yetenek ve becerileri, sanatları ve gelenekleri olarak topyekûn yaşama tarzı” şeklinde bir anlam yüklenmiştir (Meydan Uygur ve Baykan, 2007:33; Çokal, 2015:4).

Kültürle ilgili en çok benimsenen tanım ise 19. yüzyılda Edward B. Taylor’un yaptığı tanım olmuştur. Taylor kültürü, “insanın toplumun bir üyesi olarak elde ettiği, bilgi, inanç, sanat, ahlâk, hukuk, âdetle ve diğer yetenekler ile alışkanlıklardan oluşan karmaşık bir bütündür” şeklinde tanımlamaktadır (Bozkurt, 2005:90; Gülcan, 2010:101; Csapo, 2012:201). Türk Dil Kurumuna göre ise kültür şu şekillerde tanımlanmaktadır (tdk.gov.tr);

“.....Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde meydana getirilen bütün maddi ve manevi değerler ile bunları oluşturmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin. 2. Bir topluma veya halk topluluğuna özgü düşünce ve sanat eserlerinin bütünü. 3.Muhakeme, zevk ve eleştirme yeteneklerinin öğrenim ve yaşantılar yoluyla geliştirilmiş olan biçimi.....”

Kültür kavramının daha doğru anlaşılabilmesi, kavramın benzer kavramlarla olan farklılıklarının belirtilmesiyle sağlanabilir. Bu kavramların başında “medeniyet”

veya ‐uygarlık‐ kavramı gelmektedir. Kültür, uygarlıktan farklı olarak toplumların birbirinden ayrılan yönleri üzerine kuruludur. Uygarlık ise, toplumların hepsinde ortak olan yönler üzerine kuruludur. Toplumların birbirinden farklı yönleri kültürü benzer yönleri ise uygarlığı oluşturmaktadır. Kültür ile uygarlık arasında yapılan başka bir ayırmada ise, kültürün yaşamın içindeki manevi ya da soyut ögelerinden, uygarlığın ise maddi ya da somut ögelerinden oluştuğu belirtilmektedir. Bu ayırma göre kültür; toplumun kendine özgü din, felsefe ve sanatla ilgili yanlarını, uygarlık ise; toplumun nesnel, teknolojik ve bilgisayarlı faaliyetlerini ortaya koyar. Bu ayırım Gökalp’in, ‐kültür millidir, uygarlık evrenseldir‐ görüşüne de uygun düşmektedir (Aktan, 2007:4-5).

Kültür, insanların neler düşündüklerini, nasıl davrandıklarını ve neler yaptıklarını içeren süreçlerden ve bu süreçlerin ürünlerinden oluşmaktadır. (Mbaiwa ve Sakuze, 2009:62). Kültürü toplumların tarihlerinden gelen maddi ve manevi mirasların bütünü şeklinde tanımlamak ta mümkündür. Burada geçen maddi mirasla kast edilen mimari yapılar, ilim ve bilgi toplamı, teknik yöntem ve aletler, idari mekanizma ve yapı, sanat eserleridir. Manevi miras ise fikir ve düşünce sistemleri, inançlar, örf ve adetler, değer hükümleri, teşkilatlanma yöntemleri, eğence ve sanat anlayışları ve müzik olarak sıralanmaktadır (Doğan, 2000:313). Özetle, insanın üretmiş olduğu araç, gereç ve kullanım eşyalarının tamamı somut kültürü, insana ait gelenek, görenek, kurallar, ritüeller, örf ve adetler gibi hususlar ise somut olmayan kültürü oluşturmaktadır (Gögebakan, 2015:50).

Toplumlar arasındaki en büyük farklılığın kaynağı kültürdür. Kültür, insanların dünyaya, olaylara ve kişilere karşı bakış açısını şekillendirmekte, onların kişisel beğeni ve davranışlarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır (şentürk Kara, 2013:263). Bireyin yaşamak için seçtiği yerler onun yaşam tarzını ve kültürünü etkilemektedir. Kültür, insanın doğa karşısında hayatını devam ettirebilmesi için ürettiği her şeydir (Azcan, 2013:4-5).

2.1.4.1. Kültür türleri

Kültürün sınıflandırılması taşıyıcısı, egemenlik alanı, çıkış veya oluşum kaynakları, görünüş ve biçimine göre yapılmaktadır. Bu sınıflandırmada kültür  l tleri bireysel kültür ve toplumsal kültür, genel kültür, üst kültür ve alt kültür, maddi kültür ve manevi kültür, ulusal ve evrensel kültür olarak belirtilmektedir.

Bireysel kültür, insanın içine doğduğu genel kültürden aldığı somut ve soyut değerlerin bütünüdür. Toplumsal kültür ise bir toplumu oluşturan bireylerin paylaştıkları duygu, düşünce, davranış ve inançlarından oluşan norm ve değerlerin toplamıdır (Yıldırım Saçılık ve Toptaş, 2017:108).

Bir ülkenin veya ulusun kültürü genel kültürü oluşturmaktadır. Bir toplumun sahip olduğu örf ve adetleri, ana dili, inançları, hukuku, değerleri, yaptırımları, sosyal ilişkileri ve her türlü davranış kalıpları genel kültürü oluşturan önemli unsurlardır. Genel kültür ve alt kültür sınıflandırması, kültürün yaygınlık derecesine göre yapılmaktadır (Kahraman, 2018:15). Üst kültür, bir toplumu oluşturan tüm alt grupların ve alt kültürlerin uyumlu birleşimi sonucunda ortaya çıkan genel kültürdür (Aktan ve Tutar, 2007:8). Alt kültür ise, toplum içerisinde amaçları, beklentileri, duyguları, düşünceleri farklı olan ve bu sebeple başkalarından farklı davranan; eylem yapan, bir grup insanın veya toplum kesiminin benimsediği kültür türüdür. Alt kültürler, üst yapının elinde bulundurduğu kültürel yapıya karşı koymakta ve eleştiren bir tavır takınarak kendini tanımlamaktadır. Bu tanımlamada bir grubun kimliğini tanıtmaya bakımdan toplumun genelinden ayrı düşen fikirlerde, yaşayış ve davranış biçimlerinde görülmektedir. Toplumun geleneklerinden farklı yaşayan, kendi ritüellerini taşıyan her grup bir alt kültür temsilcisi sayılmaktadır (Kır, 2016:23-24).

Kültür konusunda fonksiyonist bir yaklaşım sergileyen antropologlardan biri olan Malinowski'ye göre kültür, toplumların yaşamak için oluşturduğu bir ortamdır. İnsanlar, birçok ihtiyacını giderebilmek için bu ortamı sürekli olarak değiştirip, yenilemektedir. Bu anlamda insanların biyolojik ve fizyolojik ihtiyaçlarının giderilmesi sürecinde ürettikleri her türlü unsur maddi kültürü oluşturmaktadır. Buna; yollar, binalar, evler, giysiler, ulaşım araçları köprüler, barajlar ve fabrikalar gibi birçok örnek verilebilir. İnsanların ruhsal ve psikolojik ihtiyaçlarını gidermesiyle ilgili kısmı ise manevi kültürü oluşturmaktadır. Manevi kültür unsurları elle tutulur, gözle görülür cinsten değildir. Toplumun kendisine özel kabul edilen bütün dini ve ahlâki formları, örf ve adetleri manevi kültürü oluşturmaktadır (Kocaoğlu, 2007:6).

Kültür, içeriğinden ve özünden dolayı özeldir. Bir topluma veya millete özgüdür. Kültürün temelinde toplumsal farklılıklar yatmaktadır. Bu sebeple evrensel kültür nitelendirmesi kültürün özüne ve tanımına aykırı düşmektedir. Giyinme,

barınma, eğlenme, yas ve sevinç ritüellerinin tamamı topluma özgüdür ve evrensel değildir. Bir Japon kültüründen bahsedilebilir; ancak Japon bilimi diye bir şeyden söz edilemez. Evrensel kültür ile kastedilen batılı ülkeler tarafından temsil edilen kültürdür. Evrensel kültür, bir çağa ve bir tarihsel döneme dünya genelinde hâkim olan, diğer kültürlerden baskın olan herhangi bir çoğul kültürdür. Evrensel kültür kısaca baskın ve hâkim kültür olarak görülmektedir (Aktan ve Tutar, 2007:9).

Kültür türleri ile ilgili çalışmalarda halk kültürü, kitle kültürü, popüler kültür gibi kavramlarda yer almaktadır. Halk kültürü kaynağını halktan alarak halkın yaşama biçimini yansıtan kültürel etkinlik biçimine verilen bir addır. Kitle kültürü, kitle iletişim araçları tarafından oluşturulan ve kitlelere yayılan kültürdür. Kitle kültürü, kitle iletişim araçları ve bu araçların desteklediği küresel pazarın mal, hizmet ve ideolojisiyle birlikte düşünülmektedir. Popüler kültür ise, belirli bir zaman dilimi içerisinde yaygınlaşan gelip geçici olan kültürel etkinliklerin ortak adıdır (Coşgun, 2012:840).

2.1.4.2. Kültürün özellikleri

Kültür, toplum içinde ortaya çıkan ve nesilden nesle aktarılan maddi ve manevi unsurlardır. Kültür, topluma bir kişilik kazandırmakta ve toplumun fertlerini birbirine bağlayan bir nitelik taşımaktadır. Kültürün tanımı ve içeriğinin karışık, çok yüklü ve zor olmasından dolayı kültürün özelliklerinin ortaya konulması anlaşılabilirliğini kolaylaştırmak bakımından yararlı olacaktır (Tanrıku, 2014:83). Kültür, insanoğlunun var olmasıyla başlayarak, geçmişten günümüze süregelenmektedir. Kültür, bireyleri yönlendirmekte ve hem fiziksel hem de sosyal ihtiyaçlarını karşılamasına yardımcı olmaktadır. Kültürel öğeler, toplumun üyelerine doyum ve hizmet sağlayarak varlıklarını koruyabilirler. Kültürün bir ögesi bireyin ihtiyaçlarına karşılık vermediği takdirde kaybolması kuvvetli bir ihtimaldir. (Bahçe ve Yılmaz, 2011:9).

Kültür; öğrenilebilir bilgi, davranış ve alışkanlıklardır. Kültür, dilin yardımıyla gelecek nesillere aktarılmaktadır. Bu şekilde insanlar, deneyimlerini sonraki nesillere aktararak varlığını sürdürebilmiştir. Kültür, toplumdan topluma değişiklik göstermektedir. Her toplum kendi kültürünü oluşturduğu gibi sürekliliği de toplumun sürekliliğine bağlıdır. Kültür, toplumsal yaşam içinde oluşmaktadır. Bununla beraber bireysel tutum ve davranışların da kültürün içerisinde önemli bir

yeri vardır. İnsan davranışları toplumsal yaşam içerisinde öğrenilse de daima toplumun öğrettikleriyle örtüşmeyebilir (Oğuz, 2011:133).

Kültür simgeseldir. Simge, bir şeyi anlamlı olarak temsil eden işaretler, amblemler, sesler gibi unsurlardır. İnsan davranışlarının çoğu simgelerle anlamlı bir şekilde ortaya konmaktadır. Fakat simgelerin anlam kazanabilmesi için insanların bu simgeler üzerinde fikir birliğinin olması gerekmektedir. Hayatta birçok simge bulunmaktadır. Bunlar bayrak, para, nikâh yüzüğü vb. olarak sıralanabilir. Bu simgeler toplumun bütün katmanlarına girmiştir. Toplumların tamamı için aynı simgeler söz konusu değildir. Örneğin, “hilal” Müslümanlar için önemli bir simge iken, “inek” Hindular için kutsal bir simgedir (Aman, 2012:139).

Kültür, genellikle birleştirici yönüyle vurgulanmıştır. Ancak kültür, aynı zamanda ayırıcı olma özelliğine de sahiptir. Çünkü kültür, karşıtlarını da meydana getirebilmektedir. Örneğin, egemen kültüre başkaldıran bir kültür ya da seçkinler kültürü karşısında kitle kültürü veya burjuvazi karşısında duran emekçi kültürden söz edilebilir (Arslantaş, 2008:105).

Kültür, insanın üretebildiği her şeyi kapsamaktadır. Kültür; bir yaşam tarzıdır, toplumsaldır, duyuş, düşünüş ve davranış biçimini oluşturan bir bilinçtir. Kültür olduğu gibi kabul edilmektedir. Kültür çevre ve toplum arasındaki dengedir. Kültür hem bir bütündür hem de bütünleştiricidir. Hem evrenseldir hem de özeldir. Doğaya el koyucu, uyarlayıcı ve uyum bozucudur. Ayrıca kültürün hem maddi hem de manevi yönü vardır. Kültür idealleştirilmiş kurallar sistemidir (Meydan Yıldız, 2018:177).

2.1.5. Kültürel Miras

Kültürel miras, insanlık tarihi boyunca dünyada yaşamış medeniyetlerin, zamanın yıpratıcılığına ve tahrip ediciliğine rağmen günümüze kadar ulaşmış değerli kültür varlıklarıdır. Bu değerli kültür varlıkları geçmişte yaşamış uygarlıkların yaşantıları, inançları, gelenek ve görenekleri gibi birçok konuda bilgi sahibi olunmasını sağlamaktadır. (Sezer, 2017:176). Miras, bir nesilden diğer nesile aktarılanlardır. Miras kavramı hem doğal hem de kültürel öğeleri barındırmaktadır. Kültürel miras, somut kültürel miras ve somut olmayan kültürel miras olarak ikiye ayrılmaktadır (Aslan ve Çokal, 2016:54-55). Bunların dışında doğal miras olarak değerlendirilen başka bir miras topluluğu bulunmaktadır. Doğal miras, istisnai

öneme ve evrensel değere sahip doğal anıtlar, jeolojik ve fizyolojik oluşumlar, tükenme tehlikesi taşıyan bitki ve hayvan çeşitlerini kapsamaktadır (Seyhan, 2014:26).

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO), kültürün sürdürülebilir kalkınmada önemli bir unsur olduğunu kültür sözleşmeleriyle ortaya koymuştur. UNESCO'nun kültürün korunmasına dair on iki sözleşmesi bulunmaktadır. Bunlardan altı tanesi temel kültür sözleşmesi olarak kabul edilmektedir (Ekici, 2018:6-8). Türkiye'nin taraf olduğu UNESCO'nun kültür alanındaki sözleşmeler şunlardır (disiliskiler.kulturturizm.gov.tr):

1. Silahlı Bir Çatışma Halinde Kültür Mallarının Korunması Sözleşmesi- 1954,
2. Kültür Varlıklarının Yasadışı İhracat, İthalat ve Mülkiyet Transferinin Yasaklanması ve Önlenmesi Tedbirleri Sözleşmesi- 1970,
3. Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunması Sözleşmesi- 1972,
4. Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi- 2003.

“Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına Dair Sözleşme” UNESCO Genel Konferansı'nın 1972'de Paris'te toplanan 17. oturumunda kabul edilmiştir. 1982 tarihinde ise 2658 sayılı kanunla Bakanlar Kurulu tarafından onaylanarak Türkiye tarafından kabul edilmiştir (teftis.kulturturizm.gov.tr).

Uluslararası öneme sahip ve bu nedenle korunmaya değer doğal oluşumlara, anıtlara ve sitlere “Dünya Mirası” statüsü tanınmaktadır. Üye devletlerin UNESCO'ya başvuru yapmasıyla süreç başlamaktadır. Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi (ICOMOS) ile Uluslararası Doğayı ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği (IUCN) uzmanları tarafından başvurular değerlendirmekte ve Dünya Miras Komitesinin kararıyla bu statü kazanılmaktadır. 2018 yılı itibari ile dünya genelinde UNESCO Dünya Miras Listesinde 1092 adet kültürel ve doğal varlık bulunmaktadır. Bunlardan 845 tanesi kültürel, 209 tanesi doğal ve 38 tanesi ise karma (kültürel/doğal) varlıktır (www.kulturvarliklari.gov.tr).

1972'de kabul edilen “Dünya Kültürel ve Doğal Mirasın Korunması Sözleşmesi” ile kültür mirası üç sınıfa ayrılmıştır (teftis.kulturturizm.gov.tr):

- **Anıtlar:** Bu grupta tarih, sanat veya bilim açısından istisnai evrensel değerdeki mimari eserler, resimler ve heykeller, kitabeler, mağaralar ve arkeolojik eserler yer almaktadır.
- **Yapı Toplulukları:** Bu grupta tarih, sanat veya bilim açısından istisnai evrensel değerlere sahip ayrı ve birleşik yapı toplulukları yer almaktadır.
- **Sitler:** Bu grupta tarihsel, estetik, etnolojik veya antropolojik açıdan istisnai evrensel değeri olan insan ürünü veya doğa ve insanın ortak ürünü ve arkeolojik sitler yer almaktadır.

2.1.5.1. Somut kültürel miras

Somut kültürel miras, insan eliyle yapılmış fiziki bir yapısı bulunan kültürel değeri olan somut varlıklardır. Bu varlıkların saklanması ve korunması gelecek nesiller için değer ve önem taşımaktadır. Somut kültürel miraslar taşınabilir ve taşınamayan somut kültürel miras olarak ikiye ayrılmaktadır. Taşınabilir somut kültürel miraslar; eski cam ve metal eşyalar, toprak kaplar, heykel, çini, resim, el yazması kitaplar ve para gibi unsurlar olarak sıralanabilir. Taşınamayan somut kültürel miraslar ise; camiler, türbeler, tiyatrolar, hamamlar, kaleler, surlar, sit alanları gibi eserlerdir (Uysal, 2018:8).

Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü'nün yürüttüğü çalışmalar sonucunda günümüzde dünya kültür mirası listesinde Türkiye'nin 18 tane varlığı bulunmaktadır. Türkiye'nin UNESCO, dünya kültür mirası listesindeki tarihi ve coğrafi öneme sahip varlıkları şunlardır (whc.unesco.org):

- İstanbul'un Tarihi Alanları (1985)
- Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası, Sivas (1985)
- Kapadokya ve Göreme Milli Park, Nevşehir (1985)
- Hattuşaş- Hitit Başkenti, Çorum (1986)
- Nemrut Dağı, Adıyaman (1987)
- Pamukkale ve Hierapolis Milli Parkı, Denizli (1988)
- Xanthos- Letoon, Antalya- Muğla (1988)
- Safranbolu Şehri, Karabük (1994)
- Truva Antik Kenti, Çanakkale (1998)
- Edirne Selimiye Camii ve Külliyesi, Edirne (2011)

- Çatalhöyük Neolitik Kenti, Konya (2012)
- Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı, İzmir (2014)
- Bursa ve Cumalıkızık: Osmanlı İmparatorluğunun Doğuşu, Bursa (2014)
- Diyarbakır Kalesi ve Hevsel Bahçeleri, Diyarbakır (2015)
- Efes, İzmir (2015)
- Ani Arkeolojik Alanı, Kars (2016)
- Afrodisias, Aydın (2017)
- Göbeklitepe Arkeolojik Alanı, Şanlıurfa (2018)

Türkiye’de 2018 yılı itibari ile korunması gerekli taşınmaz kültür varlıkları Tablo 2.1’de sunulmuştur. Türkiye genelinde tescilli taşınmaz kültür varlıkları; 69.104 adet sivil mimarlık örneği, 10.147 adet dini yapılar, 12.530 adet kültürel yapılar, 2.985 adet idari yapılar, 1.252 adet askeri yapılar, 4.171 adet endüstriyel ve ticari yapılar, 5.169 adet mezarlıklar, 307 adet şehitlik, 375 adet anıt ve abideler, 2.702 adet kalıntılar, 71 adet korunmaya alınan sokaklar olmak üzere toplam 108.813’tür. Bu rakamlar kültür turizmi açısından Türkiye’nin ne kadar zengin olduğuna kanıt olarak sayılabilir.

Tablo 2.1. Türkiye geneli korunması gerekli taşınmaz kültür varlıkları, (www.kulturvarliklari.gov.tr, 2018)

Türkiye Genelinde Tescilli Taşınmaz Kültür Varlıkları	Taşınmaz Sayısı
Sivil Mimarlık Örneği	69.104
Dinsel Yapılar	10.147
Kültürel Yapılar	12.530
İdari Yapılar	2.985
Askeri Yapılar	1.252
Endüstriyel ve Ticari Yapılar	4.171
Mezarlıklar	5.169
Şehitlikler	307
Anıt ve Abideler	375
Kalıntılar	2.702
Korunmaya Alınan Sokaklar	71
TOPLAM	108.813

2.1.5.2. Somut olmayan kültürel miras

Kültürel miras denildiğinde akla ilk olarak taşınamayan yapı veya doğal alanlar yani somut kültürel miras gelmektedir. Somut olmayan kültürel miras, daha sonra kültürel miraslardan türeyen yeni bir kavram olarak UNESCO tarafından ortaya atılmıştır. “Somut Olmayan Kültürel Miras” kavramı 29 Eylül-17 Ekim 2003 tarihleri arasında Paris’te düzenlenen UNESCO’nun 32. Genel Konferansı’nda imzalanan “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması” sözleşmesiyle gündemde yer almaya başlamıştır (teftis.kulturturizm.gov.tr, Aydoğdu Atasay, 2018:27; Arıkan, 2008:4).

UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesini, bir toplumun kendi kültürel kimliğinin bir parçası olarak kabul ettiği, nesilden nesile aktararak günümüze ulaştırdığı somut olmayan kültürel miraslarını korumasına ve gelecek nesillere ulaşmasına katkıda bulunacak yol, yöntem ve imkânlar olarak açıklamaktadır. UNESCO bu sözleşmede “somut olmayan” terimini özellikle kullanmıştır. “Somut olmayan” somuttan farklı ve soyut bir terimdir. Buna örnek olarak nazar boncuğu somut bir üründür. UNESCO nazar boncuğunu değil, nazar boncuğu üretimi el sanatının yaşatılması gerektiğini, somut olmayan olarak adlandırmakta ve koruma altına almayı planlamaktadır (Çelepi, 2003:18-19).

Bu sözleşmede somut olmayan kültürel miras beş başlık altında toplanmıştır. Somut olmayan kültürel miras alanları şu şekilde sıralanmaktadır (aregem.kulturturizm.gov.tr):

- Sözlü gelenekler ve anlatımlar (destanlar, efsaneler, halk hikâyeleri, atasözleri, masallar, fıkralar vb.),
- Gösteri sanatları (karagöz, meddah, kukla, halk tiyatrosu vb.),
- Toplumsal uygulamalar, ritüeller ve şölenler (nişan, düğün, doğum, nevruz vb. kutlamalar),
- Doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar (geleneksel yemekler, halk hekimliği, halk takvimi, halk meteorolojisi vb.),
- El sanatları geleneği (dokumacılık, nazar boncuğu, telkâri, bakırcılık, halk mimarisi)

Türkiye’nin ilk yazımları Hükümetlerarası Komite’nin İstanbul’da 2008 yılında gerçekleşen 3. Olağan Toplantısı’nda Başyapıtların 16. madde kapsamındaki

Somut Olmayan Kültürel Miras Temsili Listesine alınmasıyla gerçekleşmiş ve Kasım 2018 itibari ile bu listedeki miras sayısı 16 olmuştur. Bu miraslar ise şunlardır (www.unesco.org.tr):

1. Meddahlık Geleneği (2008)
2. Mevlevi Sema Törenleri (2008)
3. Âşıklık Geleneği (2009)
4. Karagöz (2009)
5. Nevruz (2009)
6. Geleneksel Sohbet Toplantıları (Yaren, Baran, Sıra Geceleri ve diğer, 2010)
7. Alevi-Bektaşî Ritüeli Semah (2010)
8. Kırkpınar Yağlı Güreş Festivali (2010)
9. Geleneksel Tören Keşkeği (2011)
10. Mesir Macunu Festivali (2012)
11. Türk Kahvesi ve Geleneği (2013)
12. Ebru: Türk Kâğıt Süsleme Sanatı (2014)
13. İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Geleneği: Lavaş, Katırma, Jupka, Yufka (2016)
14. Geleneksel Çini Sanatı (2016)
15. Bahar Bayramı Hıdırellez (2017)
16. Dede Korkut- Korkut Ata Mirası: Kültürü, Efsaneleri ve Müziği (2018)

Türkiye'nin Acil Koruma Gerektiren Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine 2017 yılında Işık Dili de kaydedilmiştir (www.unesco.org.tr).

Somut olmayan kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılabilmesi açısından turizm çok önemli bir araçtır. Kültürel mirasın unutulmamasında ve sürdürülebilmesinde, yenilikçi turizm girişimleri etkili olmaktadır. Bu bilinçle hareket eden turizm işletmeleri, yenilikçi turizm ürünlerinde somut olmayan kültürel miras ürünlerini kullanmaktadır. Buna 2013 yılında İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili listesine dâhil edilen Türk kahvesi kültürü ve geleneği örnek olarak verilebilir. Türk kahvesinin sunum töreni, sunumundaki ritüeller, kültürel ve sosyal hayatın ayrılmaz bir parçası haline gelmesi, sohbetlerin,

eğlencelerin temelinde yer alması gibi özellikler Türk kahvesinin önemini vurgulamaktadır (Çevik ve Yıldırım Saçılık, 2016:332).

2.2. KÜLTÜR TURİZMİ VE İÇERİĞİ

Bu başlık altında kültür turizminin tanımı yapılarak, tarihsel süreç içerisindeki gelişimine, kültür turizminin kaynaklarına, özelliklerine, önemine, etkilerine ve çeşitlerine yer verilmiştir. Ayrıca kültür turisti ve çeşitleri hakkında bilgi verilerek, dünyada ve Türkiye’de kültür turizminin durumu açıklanmıştır.

2.2.1. Kültür Turizmi

1990’lı yılların başından itibaren ülkeler arasında sosyo-kültürel ve ekonomik işbirliği ve entegrasyon başlatılmıştır. Bu süreçte kültür, önemli bir araç olarak ortaya çıkmıştır. Toplumsal yapıyı oluşturan kültürel birikimler mevcut kültürün dışına taşınmış ve küreselleşmenin boyutlarından biri olan yeni kültürler tanıtılmıştır. Turizm ise bu kültürel aktarımı sağlayan önemli bir süreç ve araç olarak kabul edilmektedir (Cengiz vd., 2006:2).

Kültür turizmi, kültürler arasındaki farklılıklardan doğmaktadır. İnsanların kendi kültürlerinin dışında başka kültürleri öğrenmeye ve görmeye karşı olan merakı kültür turizminin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Gül ve Gül, 2017:55). Kültür turizmi, geçmiş ve çağdaş kültürlerin somut ve soyut değerleri hakkında bilgi edinme, deneyim kazanma ve görme amacıyla gerçekleşen ve bununla ilgili ürünlerin ve hizmetlerin satın alınması gibi faaliyetlerden oluşan bir turizm türüdür (Gülcan, 2010:102). Başka bir tanıma göre kültür turizmi, insanların yeni bilgi ve deneyim kazanarak kültür seviyesini arttırmak ve kültürel farklılıkları öğrenmek gibi nedenlerle kültürel mekânları görmek veya kültürel olaylara katılmak amacıyla yaptıkları seyahatlerdir (Doğaner, 2013:13).

Kültür turizmi, ilk defa 1969 yılında Kanada’nın Ontori şehrinde düzenlenen bir kongrede geçmiştir (Özdamar, 2011:25). Kültür turizmi kavramı, Avrupa Birliği’nde ilk kez 1980’li yılların başında Avrupa Komisyonu’nda; Avrupa Birliği’nin kültürel kimliğini ve kültürel mirasını ortaya çıkarmak için yapılan çalışmalarda geçmiştir. UNWTO kültür turizmini, bireylerin eğlence, iş ve diğer amaçlarla yaşadıkları yerden başka bölgelere seyahat etmesi ve konaklaması olarak tanımlamaktadır (Aklanoğlu, 2010:126, Çulha, 2008:1829).

Kültür turizmi birçok araştırmacı tarafından farklı tanımlanmıştır. Bununla birlikte günümüzde en çok kabul gören kültür turizmi tanımı Turizm ve Boş Zaman Eğitimi Derneği (ATLAS) tarafından 1996 yılında “kültürel turizm, insanların kültürel ihtiyaçlarını karşılamak için yeni bilgi ve deneyimler toplamak amacıyla, normal ikâmet yerlerinden uzak kültürel cazibe merkezlerine hareketi” şeklinde yapılmıştır (Nagy, 2012:46, Rohrscheidt, 2008:49).

Silberberg kültür turizmini; toplumun, bölgenin, grubun ya da kurumun tarihsel, sanatsal, bilimsel ya da yaşam tarzına ve mirasına ilgi ile tamamen ya da kısmen motive edilen, ev sahibi topluluğun dışından gelen kişilerin ziyaretleri olarak tanımlamaktadır (Silberberg, 1995:361). Hausmann ise kültür turizmini, belirli bir destinasyonun kültürel teklifleri ve değerleri tamamen ya da bir dereceye kadar motive olmuş, ev sahibi topluluk dışından insanların ziyaretleri olarak tanımlamıştır (Hausmann, 2007:174).

Kültürün esnek ve çok sayıda tanımı olması nedeniyle kültür turizmini tanımlamakta oldukça zordur. Bununla birlikte şimdiye kadar bahsedilenlere dayanarak, kültürün turizm bağlamında, bir topluluğun maddi ve manevi değerleri olarak tanımlanabileceği varsayıldığında geçmişten gelen kültürel ürünlerin tüketiminin dışında kültür turizmi modern kültürü yani günlük uygulamaları ve insanların yaşam tarzını da içermektedir. Bir kültürde günlük ve sıradan olan bir şey, başka bir kültürde yeni ve egzotik olabilir. Kültür turizmi bu nedenle sadece tarihi yerler, müzeler, resim ve tiyatrolara gerçekleştirilen ziyaretlerden oluşmamaktadır. Turistler artık resim, fotoğraf, dans, açılış gibi kültürel etkinliklere aktif olarak katılmaktadır. Smith (2009) bu nedenle kültürel turizm için şu tanımı önermektedir: “Ziyaretçilerin eğitici, özgün ve eğlenceli bir doğa hakkında yeni deneyimler kazanmasıyla kültür ve topluluklara pasif, aktif ve etkileşimli katılımıdır.” (Dujmović, 2015:9).

Turizm ve kültür arasında çift yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Kültür, hem insanları turizme yönelten hem de turistik destinasyonların sahip olduğu değerlerle turist çekmesiyle turizm hareketlerine neden olmaktadır. Aynı zamanda turistler de ziyaret ettikleri destinasyonlarda kültürü etkilemekte ve ziyaret ettikleri destinasyonun kültüründen etkilenmektedir (Baysal ve Özgürel, 2018:98). Kültür turizmi, ekonomik kâr ile kültürel değerlerin korunmasını birleştirmeyi

amaçlamaktadır. Kültür turizmi, geçmişin değerlerini korumanın ne kadar önemli olduğunu ve kültürel mirasa, doğal çevreye saygının kimliği nasıl güçlendireceği konusunda farkındalığı arttırmayı amaçlamaktadır. (Bujdoso vd., 2015:313).

Kültür turizmi bazı araştırmacılar tarafından (Kızılırmak ve Kurtuldu, 2005; Hausmann, 2007; Akkuş, 2015) özel ilgi turizmi içerisine bazı araştırmacılar tarafından (Uluslan, 2009; Albayrak, 2011; Barakazı, 2015; Garba Bako, 2016; Kurtuluş Kıvanç, 2017) ise alternatif turizm türleri içerisinde gösterilmektedir. Özel ilgi turizmi; bir olay, bir durum veya bir bölge gibi özel ilgi ya da hobilere bağlı olarak gerçekleştirilen bir turizm çeşididir. Özel ilgi turistleri için önemli olan nereye gidileceği değil, gerçekleştirilecek aktivitenin ne olduğu ve bu aktiviteye en iyi ve ucuz bir biçimde nerede ulaşacaklarını belirlemektir (Akkuş, 2015:25). Alternatif turizm ise kitle turizmi ve şehir turizminden kaynaklanan olumsuz etkilerin azaltılması için ve yeni turizm ürünlerinin oluşturulmasıyla ortaya çıkmış bir turizm türüdür (Ekici, 2018:24).

Bazı araştırmacılara göre özel ilgi turizmiyle alternatif turizm ayrılmaz bir bütündür. Çünkü bu turizm çeşitlerinin ikisinin de çevreye olan duyarlılığı ve doğaya zarar verecek olumsuzluklara karşı koruma amaçları üst düzeydedir. Özel ilgi turizmi ve alternatif turizm gerçekleştirildiği bölgelerde, kültürel değerler ve kültürel mirasın geliştirilmesi ve bölge halkının geleneksel yapısının etkili bir iletişim yoluyla deneyimlenmesi yönünden faydalı olmaktadır (Barakazı, 2015:5).

2.2.2. Kültür Turizminin Tarihsel Gelişimi

İnsanlar ilk çağlardan bugüne kadar çeşitli sebeplerle seyahat etmişlerdir. Bu seyahatlerin ilk nedenleri arasında göç, savaş, ticaret, din, sağlık ve merak gösterilebilir. Ayrıca ilk çağlardan bu yana insanların seyahat etmelerinin en önemli nedeninin kendi kültürleri dışında, farklı kültürleri tanıma istekleri olduğu da söylenebilir (Özdamar, 2011:30). Geçmişte Fenikeliler, Grekler, Romalılar ve Türkler kültür sahibi olmak, mesleki ve sanatsal açıdan ilerlemek ve tecrübe kazanmak için seyahate çıkmışlardır (Azcan, 2013:10). Yunanlı tarihçi ve coğrafyacı Herodot kültür turizminin öncüsü sayılmaktadır. Herodot M.Ö. 480-421 yılları arasında ülkesinin ilk turist ve seyyahlarından biri olmuş ve gezdiği yerlerin adetlerini ve geleneklerini öğrenmeye çalışmıştır (Budak, 2000:7).

Orta Çağda yapılan seyahatler daha çok dini ve ticari amaçlarla gerçekleşmiştir. 14. yüzyılda Rönesans'ın Avrupa'ya yayılmasıyla ve sonrasında Reform hareketleriyle Avrupa'da kültür ve sanat alanında önemli gelişmeler meydana gelmiştir. Bunların sonucunda kültür amaçlı geziler Avrupa'da yaygınlaşmıştır. Bu gezilerden biri 16. yüzyılda elit kesimin katıldığı "Grand Tour (Büyük Tur)" olmuştur. Turizm tarihi konusunda önemli araştırmalar yapmış olan John Towner, büyük tura katılan esas turistlerin eğitimleriyle birlikte genç aristokratlardan oluştuğunu ve 18. yüzyılın ortalarında 15.000 ile 20.000 arasında İngiliz turistin Avrupa'yı turladığını belirtmektedir. Rönesans'la başlayan klasik sanatı öğrenme merakı o dönemde yapılan seyahatlerin başlıca motivasyon kaynağı olmuştur (Yıldırım, 2009:12).

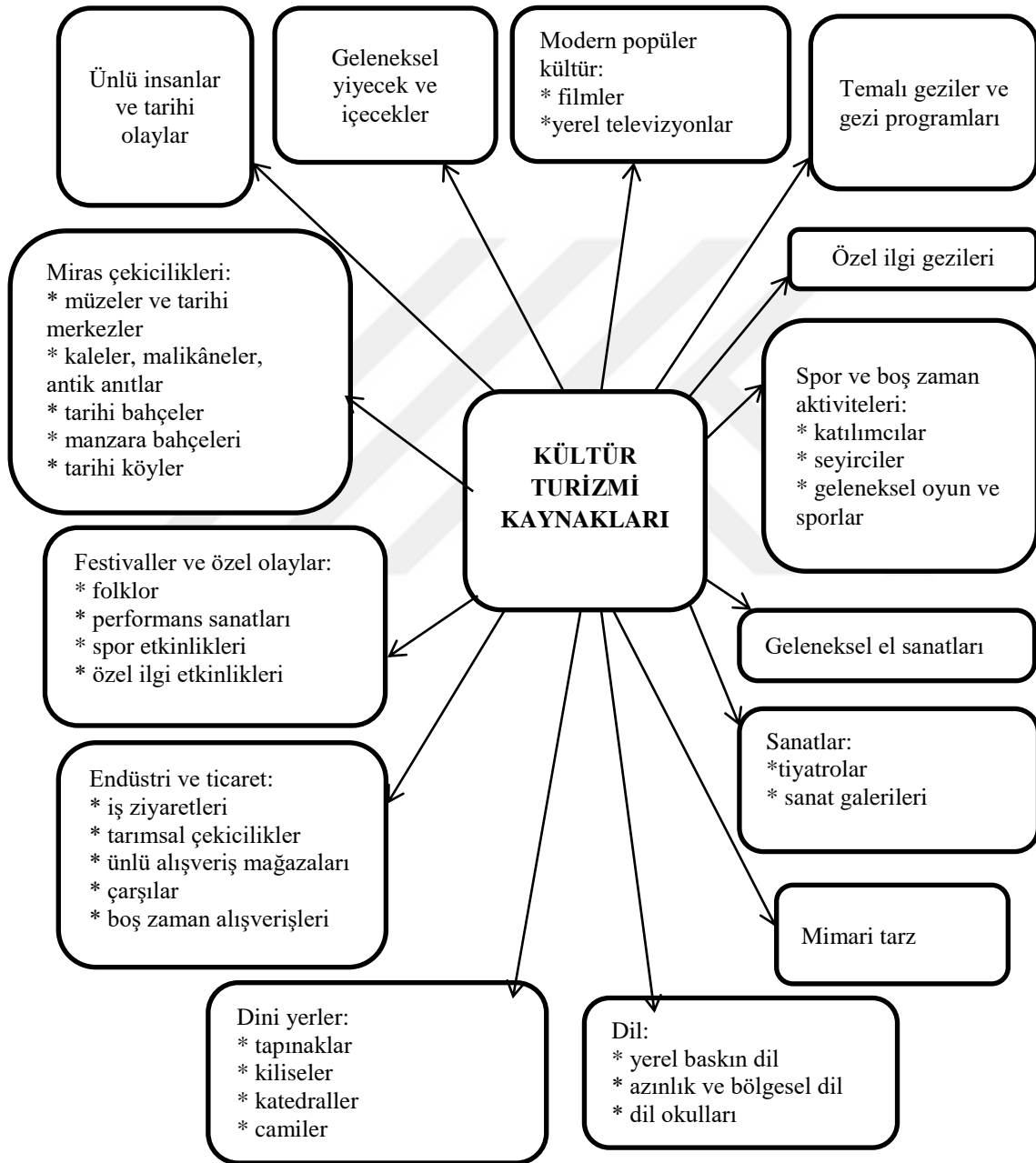
Avrupalıların özellikle 19. yüzyılda antik Mısır uygarlığını merak etmeleriyle kültür turizmine karşı ilgileri başlamıştır. Mısır, Anadolu, Yunanistan ve İtalya önce aristokrat ve burjuvaların ardından her sınıftan insanın görme ve öğrenme isteğinin artmasına ve bu amaçla seyahat etmelerine neden olmuştur. Turizmin başlangıcı çoğunluğun düşündüğü gibi tatil turizmi değil, bilinmeyi bilme, görülmemiş yerleri görme ve öğrenme içgüdüsüne dayanan kültürel geziler olmuştur (Khalilova, 2008:20).

Kültür turizmi, 1960'lı yıllarda ilk olarak Avrupa'da gelişmeye başlamış, kültür amaçlı yabancı şehirlere yönelik seyahatler artmıştır. 1980'li yıllarda dünyada Avrupa, Kuzey Amerika ve Uzak Doğu turist gönderen bölgeler arasında ön plana çıkmıştır. Bu bölgelerde seyahatler hem kültürel hem de dinlenme amaçlı gerçekleşmiş ve uzak ülkelere daha çok kültürel amaçlı seyahatler düzenlenmeye başlamıştır (Uca Özer, 2010:53). Bugün, iletişim ve ulaşım araçlarındaki gelişmeler ve küreselleşme insanların farklı kültürleri görme, öğrenme ve tanıma isteğini arttırmış ve bu istek kültür turizmine neden olmuştur (Emekli, 2006:54). Ayrıca az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkeler, sahip oldukları kültürel değerleri turistlere açıp ekonomilerine katkı sağlamak istemektedir. Bu durum, kültür turizminin ortaya çıkmasında etkili olan sebeplerden biridir (Albayrak, 2011:15).

2.2.3. Kültür Turizminin Kaynakları

Kültür turizminin temelinde çeşitli nedenler yer almaktadır. Eski sanat eserlerini, tarihi yapıları, eski uygarlıklara ait kalıntıları ve müzeleri görme amacıyla

yapılan seyahatler, yerel mimari ve orijinal özellikler, kütüphaneler, yöresel mutfak, festivaller, fuarlar, tiyatrolar, sinema, müzik, dans, dil, edebi çalışmaları araştırmak, görmek, tanımak ve keşfetmek ve alt kültürleri tanımak için gerçekleştirilen seyahatler insanların bilgi ve görgüsünü arttırmaktadır. Bunların hepsi kültür turizminin içerisinde yer almaktadır (Kızılırmak ve Kurtuldu, 2005:102). Şekil 2.1'de kültür turizmi kaynakları sunulmuştur.



Şekil 2.1. Kültür turizmi kaynakları (Meydan Uygur ve Baykan, 2007:36)

Şekil 2.1’de görüldüğü gibi kültür turizmin kaynakları; ünlü insanlar ve tarihi olaylar, geleneksel yiyecek ve içecekler, modern popüler kültür, temalı geziler, özel ilgi gezileri, spor ve boş zaman aktiviteleri, miras çekicilikleri, festivaller ve özel olaylar, endüstri ve ticaret, dini yerler, dil, geleneksel el sanatları, mimari tarz ve sanatlardan oluşmaktadır. Kültür turizminin bu kaynakları turizmin gelişmesinde çok önemlidir. Bu kaynaklar buldukları bölgenin kültürü ile ilgili insanların bilgi sahibi olmasını sağlamaktadır (Uca Özer, 2010:55).

2.2.4. Kültür Turizminin Özellikleri

Kültür turizmini diğer turizm türlerinden ayıran bazı özellikleri vardır. Kültür turizmi ekonomik açıdan nadir bulunan ürünlerdendir. Bundan dolayı “mukayeseli üstünlükler” niteliğine sahiptir. Bu turizm türüne katılan turistlerin toplum içerisindeki statüsü ortalama olarak bir kitle turizmi turistinden fazladır. Diğer turizm çeşitlerine nazaran daha dengeli bir talebe sahiptir. Kültürel geziler birçok turist açısından olmazsa olmazlar arasındadır. Kültür turizmi, sadece yabancı turistleri hedef almamaktadır. Ülkelerin kendi vatandaşlarına da hitap etmektedir. Kültür turizmi, turizmde var olmanın şartıdır (Pekin, 2011:152-153).

Kültür turizmi, ziyaretçi profili ve destinasyonların özellikleri açısından diğer turizm türlerinden farklıdır. Bir destinasyon doğal çekicilikleri çok fazla olmasa bile kültürel varlık olarak, bir kişi ya da bir nesnenin orada bulunmasıyla ziyaretçi çekebilir. Kültür turizmi, bu yüzden doğal kaynakları kısıtlı olan destinasyonların turizme açılmasında kolaylık sağlamaktadır (Öter ve Ünal, 2017:29). Kültür turizmi mevsimsel değildir. Kültür turizmi, turizmin tüm yıla ve mekâna yayılmasında etkilidir (Emekli, 2006:55).

Kültür turistleri, kültür sanayileri ürünlerini satın alan önemli müşterilerdir. Bu turizm çeşidi, turizmden elde edilen gelirin ülke düzeyinde daha fazla alana yayılmasına, yerel halkın turizmden alacağı payın artmasına ve bölgede kültür düzeyinin artmasına katkı sağlamaktadır. Kültür turizmi, kitle turizminin yol açtığı olumsuzluklara ve dezavantajlarına çözüm üretmekte ve çevresel, tarihsel, kültürel mirasa karşı daha fazla duyarlılık göstermektedir. Kültür turizmi iyi yönetildiği sürece tükenme ve tüketilme ihtimali yoktur (Pekin, 2011:152-153).

Kültür turizminin en önemli özelliği ise ikâmesinin olmamasıdır. Her toplumun kültürü kendine özgü olduğundan dolayı aynı kültürün başka bir

coğrafyada olması mümkün değildir. Benzer coğrafyalarda benzer kültürler olabilir fakat birebir aynısı olmamaktadır. Kültür turizmini oluşturan çekicilikler yalnızca bulunduğu bölgeye özgü varlıklardır. Bu sebeple farklı bir destinasyonda aynı kültürel çekicilikler bulunmamaktadır. Bu özelliği kültür turizminin ayrıcalıklı olmasını sağlamaktadır (Çokal, 2015:17).

2.2.5. Kültür Turizminin Önemi

Kıyı turizmi önemini korumakla beraber son yıllarda turistlerin taleplerinde oluşan değişimler çok dikkat çekicidir. Tatil turizmine ilişkin çekiciliklere ya da turistik ürünlere her gün bir yenisi eklenerek uluslararası turizm pazarındaki rekabet hızla artmaktadır. Bu sebeple; egzotik, doğal ve kültürel çekiciliklere sahip mekânlar, termal merkezler, yaylalar, korunan alanlar ilgi çekmekte ve ekoturizm, termal turizm, kırsal turizm, kültür turizmi gibi turizm çeşitleri ön plana çıkmaktadır. Kıyı turizminde, termal turizmde, yayla turizminde, kırsal turizmde gerçekleştirilen bütün aktiviteler içerisinde kültürel unsurlar barındırmaktadır. Bu turizm türlerinde gerçekleştirilen aktiviteler, sunulan yemekler, müzikler, görülen kıyafetler, yerel halkla kurulan ilişkiler, kültürlerarası etkileşim kültür turizmiyle ilgilidir. Bu sebeple turizm, kültürlerin birbirini anlamasında faydalı olmaktadır (Emekli, 2005:101).

Son yıllarda yapılan araştırmalarda, kültür turizminin turizm endüstrisi içinde en hızlı büyüyen turizm türlerinden biri olduğu belirtilmektedir. Bazı turistler için kültürle ilgili deneyimler bir yerden keyif almayı arttırarak tekrar gelme olasılığını yükseltmektedir. Bunun yanı sıra günlük hayatın sıradanlığından sıkılan turistlerin yeni kültürler tanıma ve farklı tecrübeler paylaşma arzusu seyahat kararlarında teşvik edici bir faktör olmaktadır (Boz vd., 2017:51). Tarihi ve kültürel mirasın, somut ve soyut ürünleriyle bir bütün olarak korunması ve yaşatılması, kültür turizminin öncelikli meselesidir. Ülke/bölge algısını ve rekabet gücünü arttırmak, yerel ve bölgesel ekonomiye katkı sağlamak, gelişmiş bir kültür bilinci ile kültürel mirası geleceğe taşıyabilmek için kültür turizmi önemli bir tetikleyici olarak karşımıza çıkmaktadır (Dedeşayır, 2016).

Kültür turizmi, gelir sağlayıcı etkisinin yanında kültürel değerlerin korunması açısından da önemli bir turizm türüdür. (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002:189). Kültür turizmi her yıl milyonlarca turisti motive ederek müzelerin, sanat galerilerinin, tarihsel alanların ziyaret edilmesini sağlamakta, konaklama

işletmelerinin doluluk oranını arttırmakta, diğer turizm işletmeleri ile birlikte birçok sektörü olumlu etkilemekte ve turizm hareketlerinin yılın tamamına yayılmasını sağlamaktadır (Kızılırmak ve Kurtuldu, 2005:103).

2.2.6. Kültür Turizminin Etkileri

Kültür turizminin hem olumlu hem de olumsuz etkileri bulunmaktadır. Kültür turizmi bir bölgenin sosyo- ekonomik yaşantısında etkili olabilmektedir. Kültür turizmi, toplumlara ülkelerin ortak miraslarını öğrenmede fırsat sağlamaktadır. Bölge halkının kültürel değerlerini ve yaşamını tanıtmakta ve dışarıdan gelen turistleri etkilemektedir. Kültür turizmi, uluslararası işbirliğini ve bölgenin kültürel yapısının geliştirilmesini sağlamaktadır. Ekonomik faaliyetleri az olan yerler de bile gelir ve istihdam sağlayıcı etkisi vardır. Turizmde mevsimselliği azaltarak, turizm coğrafyasını genişletmektedir (Khalilova, 2008:39).

Kültür turizminden elde edilecek kazanç, kültürel mirasın korunması için gereken finansal desteğin sağlanmasına yardımcı olmaktadır (Akgül, 2003:64). Turizm sayesinde kültürel varlıkların yeniden kullanılmasını ve böylece kültürün yaşatılmasını sağlamaktadır. İnsanların yerel kimliklerini tanıyarak, bu sayede kültürel mirasın önemini anlamalarını ve farkındalık seviyelerinin artmasını sağlamaktadır. Yerel halkın kültürel mirasını korumasını ve kültürel miras kaçakçılığının önlenmesini sağlamaktadır (Kurtuluş Kıvanç, 2017:139).

Her millet için kültürü ve kültürel varlıkları önemlidir. Bu değerlerin sürdürülebilirlik kazanması amacıyla korunmalı ve doğru bir şekilde yönetilmelidir. Fakat günümüzde sanayileşme, hızlı kentleşme, ikinci konut hastalığı ve turizmden kaynaklanan olumsuz etkiler söz konusudur. Yakın bir geçmişe kadar, herhangi bir tehlike altında kalmadan, varlığını koruyabilen antik kentler, yukarıda bahsedilen olumsuz sebeplerle günümüzde tahrip olmakta, hatta birçoğu yok olma tehlikesi taşımaktadır. Turizmin plansız ve kontrolsüz gelişmesi, kültürel varlıkların çok fazla kullanılmasına neden olmaktadır. Bu sebeple kültürel varlıklar zarar görmektedir (Meydan Uygur ve Baykan, 2007:12).

Kültür turizmi kültürün ticarileşmesi ve yerel geleneklere özgü olmayan mimari yapıların oluşmasına da neden olabilmektedir (Csapo, 2012:224). Turizm, turistlerin rahat davranışlarından yöre halkının etkilenmesine ve kültürel çatışmaya

neden olabilmekte ya da turistlerden fazla etkilenen yerel halkın kendi kültüründen uzaklaşmasına neden olabilmektedir. Başka bir oluşabilecek olumsuzluk ise bölgenin turizmden elde ettiği geliri yeterli görerek başka alanlardaki faaliyetleri durdurma riskidir (Uspanova, 2017:15).

2.2.7. Kültür Turizminin Çeşitleri

Kültür turizmiyle ilgili alan yazında üç çeşit sınıflandırma yer almaktadır. Bunlardan ilki kültür turizminin tarihsel ve güncel turizm olarak sınıflandırılmasıdır. Kültür sadece geçmişi değil, bugünü de içine almaktadır. Yapılan birçok etkinlik kültür turizmi faaliyetleri arasında yer almaktadır. Bu sebeple kültür turizmi tarihsel ve güncel olarak ikiye ayrılmaktadır (Üsküdar, 2012:21; Aklanoğlu, 2010:126).

Tarihsel Kültür Turizmi: Ulusal sınırlar içerisindeki tarihi kültür mirasının belirli bir turistik organizasyonla turistlere gösterilmesine dayanmaktadır (Yıldırım, 2009:9). Bu turizm şekli, toplumun içinde oluşmuş tarihi kültür mirasına sahip çıkılmasıyla yakından ilgilidir. Yabancı turistlerin ilgisi, toplumun mirasını sahiplenmesi ölçüsünde artmakta veya azalmaktadır (Çulha, 2008:1830).

Güncel Kültür Turizmi: Kültür turizminin güncel boyutunda etkinliklerin önemli bir yeri vardır. Özellikle izleyici sayısı baz alınarak bu etkinlikler beş gruba ayrılmaktadır (Khalilova, 2008:37):

- Yöresel Etkinlikler: Çeşitli müzik ve tiyatro gruplarının gösterileri, resim sergileri, yöresel festivaller.
- Küçük Bölgesel Etkinlikler: Çeşitli sanayi ve ticaret fuarları, özel mesleki fuarlar ve sergiler.
- Önemli Bölgesel Etkinlikler: İstanbul Müzik Festivali vb.
- Ulusal Etkinlikler: Rio Karnavalı vb.
- Uluslararası Büyük Etkinlikler: Dünya kupası, Olimpiyat Oyunları vb.

Kültür turizmiyle ilgili yapılan diğer bir sınıflandırma da ise Csapo (2012) kültür turizmini yedi kategoriye ayırmıştır. Bunlar; kültürel miras turizmi, tematik rotalar, şehir turizmi, etnik turizm, etkinlik ve festival turizmi, dini turizm ve özgün turizmdir. Tablo 2.2’de ve ilerleyen sayfalarda bu turizm türlerine yer verilmiştir.

Tablo 2.2. Kültür Turizminin  eşitleri (Csapo, 2012:209-210)

Kültür Turizmi �eşitleri	İçerdikleri Aktiviteler ve �r�nler
Kültürel Miras Turizmi	<ul style="list-style-type: none"> • Doğal ve kültürel miras • Somut �r�nler <ul style="list-style-type: none"> ➤ Kültürel miras yapılar ➤ Mimari yapılar ➤ Dünya Kültür Mirası yapıları ➤ Ulusal ve tarihi anıtlar • Soyut �r�nler <ul style="list-style-type: none"> ➤ Literat�r ➤ Sanat ➤ Folklor • Kültürel miras alanları <ul style="list-style-type: none"> ➤ Müzeler, koleksiyonlar ➤ K�t�phaneler ➤ Tiyatrolar ➤ Etkinlik yerleri ➤ Tarihi kişilere bağlı yerler
Tematik Rotalar	<ul style="list-style-type: none"> • Tema türleri • Spirit�el • Endüstriyel • Sanatsal • Gastronomik • Mimari • Dilsel • Yerel dil, lehçe • Azınlıklar
Şehir Turizmi	<ul style="list-style-type: none"> • Klasik Şehir turları • Avrupa kültür başkentleri
Etnik Turizm	<ul style="list-style-type: none"> • Yerel kültürlerin etkinlikleri • Etnik �eşitlilik
Etkinlik ve Festival Turizmi	<ul style="list-style-type: none"> • Kültürel festivaller ve etkinlikler <ul style="list-style-type: none"> ➤ Müzik festivalleri ve etkinlikleri ➤ Güzel sanatlar festivalleri ve etkinlikleri
Dini Turizm	<ul style="list-style-type: none"> • Dini amaçla dini mekânları ve dini motivasyonlu yerleri ziyaret etmek • Dini amaçlı olmadan dini mekânları ve dini motivasyonlu yerleri ziyaret etmek • Hac ziyaretleri
�zg�n Turizm	<ul style="list-style-type: none"> • Geleneksel, kültürel ve sanatsal faaliyetler <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sahne sanatları ➤ G�rsel sanatlar ➤ Kültürel miras ve edebiyat • Kültürel endüstri <ul style="list-style-type: none"> ➤ Basılı eserler ➤ Multimedya ➤ Basın ➤ Sinema ➤ G�rsel-iŐitsel ve fonografik prod�ksiyonlar ➤ El sanatları ve tasarım

Fagence (2003) yaptığı çalışmada kültür turizmini içeriği ve gerçekleştirilme şekline göre sınıflandırarak üç gruba ayırmıştır (Meydan Uygur ve Baykan, 2007:5; Müdüroğlu, 2018:16):

Yüksek Kurumsallaştırılmış Kültür: Müzeler, sergiler, görsel sanatlar, tarihi yerler, tiyatro, edebiyat, bilim ve teknoloji merkezlerini içerir.

Halk, Popüler Kültür: Film, eğlence, spor, kitle iletişim araçları, alışveriş, etkinlikler, yemek, ürün el sanatları, gelenekler ve görenekleri içerir.

Etnik Semboller: Dil, eğitim, ulaşım, din, giyim, süsleme ve lehçeyi içerir.

2.2.7.1. Kültürel miras turizmi

Kültürel miras turizmi; belirli bir bölgenin tarihi, kültürel ve doğal kaynaklarını temsil eden yerleri ziyaret etmeye ve etkinlikleri deneyimlemeye dayanan bir kültür turizmi çeşididir. Kültürel miras turizmi hem yeni bir olguyken hem de güzergâhı insanlık tarihinin eski zamanlarına kadar uzanabilir. Modern turizm trendleri sebebiyle talebi 1990'lardan itibaren başlamış, fakat özellikle 21. yüzyılda hızla artış göstermiştir (Csapo, 2012:211).

Miras turizminin büyümesinde etkili olan faktörleri Swarbrooke (1994) arz kaynaklı ve talep kaynaklı faktörler olarak açıklamaktadır. Arz kaynaklı olan faktörler, miras çekiciliklerinin açılması ve geliştirilmesi, devletlerin sağladığı teşvikler, kültürel mirasın paket turlar içerisinde geliştirilmesi olarak açıklamıştır. Talepten kaynaklanan faktörler ise boş zamanın giderek artması, harcanabilir gelirin artması, araç sahipliğinin artmasından kaynaklanan büyük hareketlilik, tatilde yeni şeyler öğrenme arzusu, eğitim seviyesinin yükselmesi, bireyler ve toplum tarafından algılanan durumlar ve pozitif görüntüler ve medya yoluyla haber almadır (Varol ve Ünüsan, 2018:253).

2.2.7.2. Tematik rotalar

Tematik rota, belirli bir temaya bağlı olarak doğal ve yapay turistik yerleri birbirine bağlayan, bir ulaşım yoluyla erişilen bir rota anlamına gelmektedir (Yalçın Kayıkçı vd., 2017:727). Tematik rotalar kavramı, 1980'den sonra turizmin geliştiği Batı Avrupa ülkelerinde, Amerika Birleşik Devletleri ve Avustralya'da ve 1990'dan sonra Doğu Avrupa ülkelerinde ortaya çıkmıştır. Coğrafi koşullar, çevresel kalite ve

manzara tematik rotaların görünümünü ve başarısını etkileyen en önemli faktörlerdir. Belirli bir temayı kapsayan, belirli bir coğrafi alana uyum sağlayan ve farklı ulaşım araçlarıyla birbirine bağlanan doğal ve antropik unsurları birleştirmektedir (Dinu ve Cioacă, 2008:12). Tematik rotalar gelişmemiş ya da az gelişmiş turizm kaynakları için destek sağlamakta, düşük maliyetlerle oluşturulabilmekte ve turizm arzının çeşitlendirilmesini sağlamaktadır (Ergan, 2017:25).

Türkiye’de kültürel, tarihi, yürüyüş gibi rotalar oluşturulmuş ve hala kullanılmaktadır. Bunlara örnek olarak 1999’da Likya Yolu, 2004’te St. Paul Yolu açılmıştır. Kastamonu’da 2008 yılında açılan İstiklal Yolu, 2009 yılında açılan Yenice Trekking Rotaları, 2010’da açılan Eskipazar Trekking Rotaları, 2011 yılında Safranbolu Trekking Rotaları ve 2012 yılında açılan Düzce Doğa Yürüyüşü Parkurları bulunmaktadır. 2013 yılında Trakya bölgesinde 12 farklı şarap işletmecisi ve Trakya Kalkınma Ajansının desteğiyle Trakya Bağ Rotası oluşturulmuştur. 2016 yılında Efes-Mimas Yolu Kültür Rotası oluşturulmuştur. Tematik rotalar, ziyaretçilerin tematik olarak gruplanmış ilgi çekici yerleri gezerek, kendi ilgi alanlarına yönelik ayrıntılı ve derinlemesine bilgi sahibi olmasını sağlamaktadır (Türker, 2013:1098).

2.2.7.3. Kültürel şehir turizmi

Şehir yaşamı içerisinde tarih, kültür, kongre, yeme-içme, spor, gece hayatı, alışveriş gibi birçok farklı etkinlik yer almaktadır. Şehir turizmi, en eski turizm türlerinin arasında olmasının yanı sıra günümüzde tekrar ortaya çıkmış bir turizm türüdür. Bu turizm türü, tatil yapmak, tarihsel ve kültürel bilgi ve deneyim edinmek, spor etkinliklerini izlemek, sanatsal etkinliklere katılmak, alış-veriş yapmak ve başka toplumların yaşam biçimlerini ve düşünce tarzlarını araştırmak gibi sebeplerle gerçekleştirilen kısa süreli ziyaretlerden oluşmaktadır (Şarkaya İçellioğlu, 2014:42).

Her şehrin kendine has önemli özellikleri bulunmaktadır. Şehirler kendine özgü tarihi, kültürü, imajı ve ambiyansı sayesinde farklı turizm potansiyelleri taşımaktadır. Önemli bir turizm kaynağı olan kentler, pek çok turizm çekim unsurlarını bir arada bulunduran önemli turistik mekânlardır. Ayrıca büyük kentler iletişim merkezleridir ve ulaşım ağlarıyla da turistlere büyük imkânlar sunmaktadır (Başarangil, 2014:83). Avrupa Kültür Başkentleri Projesi, şehir turizminin gelişmesine katkı sağlayan girişimlerden biri olarak kabul edilmektedir. Bu proje

Avrupa Komisyonu tarafından 1985’de başlatılmıştır. Projenin amacı Avrupa kültürlerinin zenginliğini ve çeşitliliğini göstermek, tanıtmak ve vatandaşlar arasında ortak bir anlayış geliştirmektir. Proje sayesinde şehirlerdeki kültür endüstrisi gelişmekte ve şehirlerin yenilenmesi için kaynak olmaktadır. Ayrıca şehirlerin uluslararası prestijini ve turizm gelirlerinin artmasını sağlamaktadır (Ergan, 2017:26). Şehir turizmi, daha çok metropol ölçeğindeki büyük şehirlerde gerçekleşmektedir. Paris, Londra, Montreal, Prag gibi şehirler şehir turizminde en önemli destinasyonlar arasında görülmektedir (Uca Özer, 2010:7).

2.2.7.4. Etnik turizm

Etnik turizm terimi, ilk kez Smith (1977) tarafından kullanılmıştır. Smith, etnik turizmi egzotik, ilginç ve yerli insanların geleneklerinin halka pazarlanması olarak tanımlamaktadır. Smith bu tanımı Eskimolar, Panama San Blas Kızılderilileri, Endonezya’daki Toraya halkı üzerine yapılan çalışmalardan etkilenerek yapmıştır. Etnik turizm, yerel köyleri ve evleri görmeyi, dansları ve törenleri seyretmeyi, sanat tarihinde değerli olan antika eşya alışverişlerini kapsamaktadır. Bu turizme katılan turistler daha çok popüler mekânlardan uzak duran, elit kesimin onayıyla motive olmuş ve meraklı sınırlı sayıdaki turistlerden oluşmaktadır (Jamontaite ve Akova, 2016:34). Ayrıca insanlar; kökenlerini, atalarının topraklarını, geleneklerinin türediği yerleri merak ederek, etnik kökenlerinin olduğu yerlere seyahat etmektedirler. Bu açıdan etnik turizm kültür turizminin küçük bir hali olarak algılanmaktadır (Tarsuslugil, 2013:27).

Etnik turizm, giderek popüler olmaya başlamış bir turizm türüdür. Fakat tam olarak geliştiğini söylemek mümkün değildir. Dünyada etnik turizme önem vererek projeler ve konseptler hazırlayan ülkeler arasında Tayland, Rusya, Honduras sayılabilir. Tayland’da turistler otelde konaklamak yerine orada yaşayan bir ailenin yanına yerleştirilmekte ve böylece yerel halkın kültürel özelliklerini öğrenme fırsatı bulmaktadırlar. Rusya’da yüzden fazla etnik grup yaşamakta ve hükümet bu durumu çok iyi değerlendirmektedir. Ülkenin birçok yerinde etnik grupların kültür merkezleri açılmaktadır (Akimov, 2010:39-40). Bu turizm türünde en önemli amaç, yerel halkı rahatsız etmeden ve olumsuz yönde etkilemeden kültürü tanıtmaktır (Csapo, 2012:221).

2.2.7.5. Etkinlik ve festival turizmi

Kültür turizminin güncel boyutunda değerlendirilen etkinlikler yöresel etkinlikler, küçük bölgesel etkinlikler, önemli bölgesel etkinlikler, ulusal etkinlikler ve uluslararası büyük etkinliklerden oluşmaktadır (Deniz ve Savaşkan, 2018:95). Kültürel etkinlikler ve festivaller günümüzde kültür turizminin oluşumunda ve güçlendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Festivaller ve etkinlikler hem ilk kez ziyaretçileri çekmek için hem de sundukları farklılıklar nedeniyle ziyaretçileri tekrar çekebilmek için büyük önem taşımaktadır (Csapo, 2012:222). Ayrıca festivaller bir bölgenin kültürünü, gelenek ve göreneklerini gelecek nesillere aktarmada önemli bir etkinliktir (Gül vd., 2013:234).

Etkinlik turizmi, son yıllarda önemi giderek artan bir turizm türüdür. Turizmin gelişmediği veya az geliştiği bölgelerde turizmin gelişmesine ve bölgenin kalkınmasına katkı sağlamaktadır. Etkinlik kapsamına giren ve turist çekmede önemli bir unsur olan festivaller, yapıldığı bölgede turizmden elde edilen geliri, bölgedeki istihdamı, bölgenin imajını ve bölgeye yönelik yapılan olumlu yorumlarla reklam davranışı üzerinde olumlu etkileri bulunmaktadır. Giritlioğlu vd. (2015:306-307) yaptıkları araştırmada, Türkiye’de en fazla festivalin Marmara Bölgesi’nde ve en az Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde gerçekleştirildiğini, bu festivallerin en fazla kültür temalı en az ise iş temalı festivaller olduğunu belirtmişlerdir.

2.2.7.6. Dini turizm

İnanç, insanlığın ilk ortaya çıkışı kadar eskiye dayanmaktadır (Doğaner, 2013:291). İnanç, alınıp satılabilen ve ticareti yapılan bir mal değildir. Ancak insanlar inançlarından dolayı hacca gitmekte, kutsal yerleri görmekte ve manevi tatmine ulaşmak amacıyla seyahat etmektedirler. Bu mekânları yalnızca inanç sahipleri değil, meraklıları da ziyaret etmektedir. Bu mekânlara tur organizasyonları içerisinde de yer verilmektedir (Özgen, 2012:255).

Dini turizm genel olarak, insanların devamlı yaşadıkları yerler dışında inanç merkezlerine dini inançlarını tatmin etmeye yönelik yaptıkları ve bu ziyaretlerinde genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetlerden talep ederek gerçekleştirdikleri, konaklamalarından oluşan olaylar ve ilişkiler bütünüdür (Eşitti ve Kınır, 2015:179). Dini turizm, dini mekânları ve anıtları ziyaret etmek, dini olaylara

katılmak, hacca gitmek ve manevi eğitim gibi aktiviteleri içermektedir (Csapo, 2012:222).

Pek çok dinde farklılaşmakla birlikte İslamiyet'te Mekke ve Medine, Brahmanlık'ta Benares, Hristiyanlık'ta Kudüs, Roma ve Efes, Musevilik'te Kudüs en çok ziyaret edilen dini merkezlerdir. Özellikle İslamiyet'te, Kâbe'nin ziyaretinin farz olması ve Kurban Bayramı'nda Mekke'de yapılan ibadetlerle, Suudi Arabistan büyük kazanç sağlamaktadır. Musevilerin Noel'de Kudüs'teki Ağlama Duvarı'nı ziyaret etmeleri, Hristiyanların Vatikan'da bir hafta süren Noel ibadetleri bu mekânların özellikle bu dönemlerde ziyaretçi akınına uğramasına sebep olmaktadır. Dünyanın birçok yeri için bu örnekleri çoğaltmak mümkündür (Sargın, 2006:3).

2.2.7.7. Özgün turizm

Özgün turizm, turistlerin özgünlük potansiyellerini geliştirme isteğiyle, buldukları destinasyonun özelliklerini aktif bir şekilde katılarak öğrenmelerine ve geliştirmelerine imkân tanıyan bir turizm türüdür (Akşit Aşık, 2014:787-788). Otantik ve özgün olarak kabul edilen geleneksel zanaat ve el sanatları, parfüm yapımı, porselen boyama, gastronomi ve dans gibi insanların yeteneklerini geliştirebileceği aktiviteler özgün turizm aktiviteleri arasında yer almaktadır. Özgün turizm aktiviteleri destinasyonların özelliklerine göre farklılık göstermektedir. Örneğin; Biot'ta cam üfleme, Paris'te kruvasan pişirilmesi, Barselona'da Rumba dansı, Amerika'da Maya geleneklerine göre el sanatları öğrenmek gibi birçok aktivite mevcuttur (Güven, 2016:328).

UNESCO Yaratıcı Kentler Ağı, özgünlüğe odaklanan programlardan biridir. Yaratıcı Kentler Ağı, özgün turizmin kaynağı olarak sadece mevcut somut kültürel mirasın görülmemesi gerektiğini, somut olmayan kültürel özelliklerinde çok değerli olduğunu vurgulamıştır. Türkiye'den ilk olarak Gaziantep "Gastronomi" alanında yaratıcı kentler ağına dâhil olmuştur. Gaziantep 170 ülkenin oylamasıyla 2015 yılında ağa dâhil edilmiştir. Gaziantep'in ağa dahil olan ilk Türk kenti olmasının ülkedeki diğer kentler için de bir motivasyon kaynağı olacağı düşünülmektedir (Zoğal ve Emekli, 2017:27).

2.2.8. Kültür Turisti

Geçmişteki kültürleri ve yeni kültürleri merak etme ve tanıma isteğine dayanan kültür turizmi faaliyetleri, kültür turistinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Kültür turizmi içerisinde yer alan faaliyetlere katılan ziyaretçilere kültür turisti denilmektedir (Aksu, 2004:50). Silberberg (1995) yaptığı çalışmada, kültür turistinin diğer turist türlerine göre daha fazla para kazandığını ve tatil yaparken daha fazla para harcadığını, tatil için gidilen alanlarda daha fazla zaman harcadığını, konaklamada otelleri tercih etme olasılığının daha yüksek olduğunu, eğitim düzeylerinin yüksek olduğunu ve daha ileri bir yaş kategorisinde olduğunu ileri sürmektedir (Silberberg, 1995:363).

Kültürel turistler genellikle, ev sahibi topluluğun dışında yaşayan insanlardır. Fakat bölge sakinleri de önemli bir potansiyel ziyaretilerdir. Diğer turistler gibi kültür turisti de çeşitli kültürel hizmetleri ve deneyimleri tktmek istemektedir. Tüm kültürel turistler temel olarak öğrenme, deneyimsel ya da araştırma nedenleriyle motive olmayabilirler. Tam tersine aşağıda bahsedileceği gibi motivasyon, bir kültürel alanın teklifleri tarafından yüksek motivasyondan daha az motivasyona kadar bir süreklilik boyunca çeşitli noktalarda yer alabilmektedir. Sonuçta farklı kültür turistleri, farklı pazarlama faaliyetlerine cevap vermektedir (Hausmann, 2007:174).

2.2.8.1. Kültür turisti eşitleri

Turistlerin kültür turizmine katılma amaçları farklılık gösterebilmektedir. Kültür turizmine katılan turistlerin anlaşılabilmesi amacıyla araştırmacılar tarafından bir takım sınıflandırmalar yapılmaktadır. Turistlerin bazıları kültürel amaçlarla seyahat ederken bazıları da grlmeye değer yerleri gezmektedir (Meydan Uygur ve Baykan, 2007:40). Bu bağlamda aşağıda kültür turistinin sınıflandırılmasıyla ilgili yapılan bazı çalışmaların sonuçlarına yer verilmiştir.

Richards (1996) alışmasında, özel kültürel turistler ve genel kültürel turistler şeklinde bir ayırım yapmıştır. Özel kültürel turistler sadece kültürel amaçlarla ziyaret eden turistlerden oluşmakta ve genel kültürel turistler ise ziyaretlerinde güçlü bir kültürel amacı olmayan turistlerdir (Richards, 1996:271).

McKercher (2002) ise deneyim derinliğine dayalı beş tip kültür turisti ortaya koymuştur (McKercher ve Du Cros, 2003:47):

- **Amaçlı Kültürel Turist:** Bir varış noktasını ziyaret etmede kültür turizmi temel motivasyon kaynağıdır. Bu turistin çok derin ve ayrıntılı bir kültürel deneyimi vardır.
- **Gezici Kültürel Turist:** Bir destinasyonu ziyaret etmelerinde başka kültürleri veya mirasları öğrenmek önemli bir nedendir. Fakat bu kültürel turistlerin deneyimleri yüzeysel ve eğlence odaklıdır.
- **Kazara Kültürel Turist:** Bir destinasyonu ziyaret etmelerinde kültür turizminin rolü çok az ya da hiç yoktur. Fakat kültür turizmi faaliyetlerine katılmakta ve derin bir deneyime sahip olmaktadır.
- **İlgisiz Kültürel Turist:** Bu turistlerin bir destinasyonu ziyaret etme kararlarında kültürel turizm sınırlı bir rol oynamaktadır. Bu kültürel turistlerin deneyimleri yüzeyseldir.
- **Tesadüfi Kültürel Turist:** Bu turistlerin karar verme sürecinde kültür turizminin bir rolü yoktur. Bununla birlikte, kültürel turizm faaliyetlerine katılarak yüzeysel bir deneyim kazanmaktadır.

Derin	Kazara Kültürel Turist		Amaçlı Kültürel Turist
	Deneyim Çabası		
Yüzeysel	Tesadüfi Kültürel Turist	İlgisiz Kültürel Turist	Gezici Kültürel Turist
	Düşük	Güdü	Yüksek

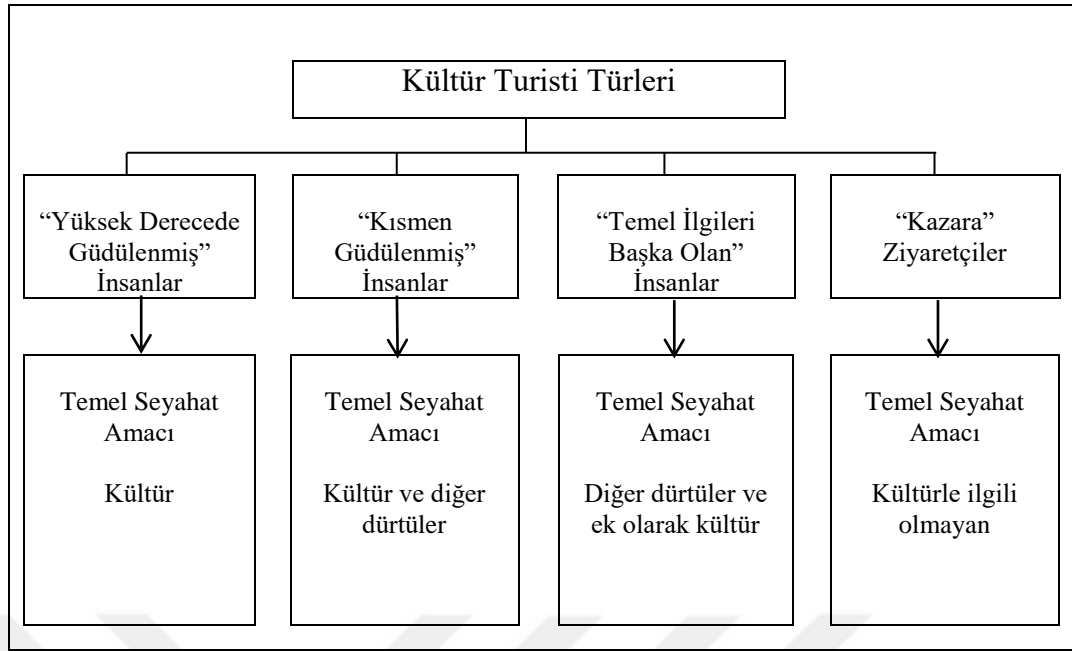
Şekil 2. 2. Bir destinasyonu ziyaret etme kararında kültür turizminin önemi (McKercher ve Du Cros, 2003:46)

Şekil 2.2’de görüldüğü gibi, McKercher (2002) çalışmasında kültür turistinin farklı deneyim türlerini tanımlamada derin ve yüzeysel terimlerini

kullanmıştır. McKercher, yüksek oranda güdülenmenin her zaman derin bir deneyimle sonuçlanmayacağını belirtmiş ve seyahat amacı olarak kültür turizminin öneminin azalmasının aynı şekilde deneyimin derinliğini de azalttığını ifade etmiştir (Uca Özer, 2010:57).

Hausmann (2007) tarafından yapılan diğer bir sınıflandırmada ise güdü seviyelerine göre dört farklı kültür turisti tipolojisi ortaya koyulmuştur (Hausmann, 2007:175-176):

- Yüksek Derecede Güdülenmiş İnsanlar: Bu turist grubunun temel seyahat amacı kültürdür. Bu turist grubuna örnek olarak aristokratların katıldığı, eğitimin önemli bir parçası olan “Grand Tour” seyahatleri gösterilmiştir. Bu turlara katılanlar özellikle müzeleri, kültürel manzaraları, kiliseleri veya festivalleri görmek amacıyla bir destinasyona seyahat etmektedirler.
- Kısmen Güdülenmiş İnsanlar: Bu ikinci grup kültür tarafından kısmen motive edilen turistleri kapsamaktadır. Bu turistler, hem kültürel teklifleri nedeniyle hem de arkadaş ziyareti ya da belirli şehir olanaklarından yararlanmak için seyahat etmektedir.
- Temel İlgileri Başka Olan İnsanlar: Bu grupta yer alanların asıl seyahat amacı kültürel nedenler değildir. Örneğin, iş amaçlı bir seyahat asıl motivasyon kaynağını oluşturmakta, bununla birlikte miras alanlarını, müzeleri veya diğer kültürel yerleri de ziyaret etmektedirler.
- Kazara Ziyaretçiler: Son grupta yer alan bu turistlerin asıl seyahat amacı kültür değildir. Bu grup kültürel seyahatlere katılmayı planlamamış olsa da tesadüfi olarak gerçekleşmektedir. Örneğin, yağmurlu bir havada açık hava etkinlikleri ertelendiği zaman plan değişikliği olmakta ve kültürel bir alanı ziyaret etmektedirler. Bu durumda kültürel alanlara yaptıkları ziyaretler kazara meydana gelmektedir.



Şekil 2. 3. Kültür turisti türleri (Hausmann, 2007:175)

Yukarıda bahsedilen çalışmalardan yola çıkarak kültür turizmi bazı turistler için temel seyahat amacı olmakta iken bazı turistler için ise kültür turizmi seyahatlerinde önemli bir neden olmamakta ve bu turistler tesadüfi ya da kazara olarak kültür turizmi aktivitelerine katılmaktadırlar.

2.2.9. Dünyada Kültür Turizmi

Kültürün seyahat motivasyonu olarak tarihi çok eski zamanlara dayanmasına rağmen kültür turizmi ilk defa 1980’li yılların başında Avrupa Komisyonu’nda ortaya atılmıştır (Çulha, 2008:817). Kültür turizminin gelişmesinde kitle turizminin ekonomik getirisinin beklenen seviyede olmayışı, arz kalitesi ile talep arasında görülen tutarsızlıklar, dar bir kıyı bandında artan yoğunluğun kaynakların aşırı kullanımına sebep olması, çevre üzerinde olumsuz etkiler oluşturup, kaliteyi düşürmesi gibi nedenlerden dolayı daha bilinçli tüketici isteklerinin oluşması ve kültür turizminin yeni biçimlerinin gelişmesi gibi nedenler etkili olmuştur (Toker, 2011:8-9).

20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren turizm sektörünün olgunlaşması ve doyuma ulaşması ile yeni pazarlar aramaya başlanmış ve bunun sonucunda özel ilgi turizmi, eko turizm, macera turizmi ve kültür turizmi gibi turizm türleri oluşmuştur. Bu türler içerisinde kültür turizmi, en hızlı gelişen turizm türüdür. Bu gelişimin en

önemli nedenlerinden biri de son 25-30 yılda ortaya çıkmış ve Avrupa’da miras ile ilgili çekicilikleri kullanmaya oldukça istekli yeni bir orta sınıf veya hizmet sınıfı sayısının artmasıdır. Seyahat motivasyonlarında meydana gelen değişikliklerinde bu gelişme de etkisi vardır. Küreselleşmeyle birlikte dünya adeta bir köy haline gelmiş, böylece insanlar farklı yerlerle ilgili daha fazla bilgi edinebilmiştir. Bunun sonucunda, insanların farklı kültürleri ve değişik yerleri tanımaya olan merakı artmıştır. Bu grubun oluşturduğu turistler mirasla ilgili çekiciliklerin tüketilmesi konusunda en aktif turistler olarak gösterilmektedir (Günel vd., 2009:276).

Uluslararası düzeyde önemli olan ve bu nedenle takdir edilmeye ve korunmaya değer olan oluşumlara, anıtlara ve sitlere “Dünya Mirası” statüsü tanınmaktadır. Dünya Mirası listesinde dikkat çeken önemli noktalardan biri; tarihsel ve kültürel geçmişi zengin olan ülkelerin kültürel varlıkları, zengin bir tarihsel ve kültürel geçmişi olmayan ülkelerin ise doğal varlıklarında görülen fazlalıktır. Ayrıca dünyada en fazla turist çeken ülkeler ve bu ülkelerin Dünya Miras Listesinde yer alan miras sayıları arasında bir paralellik bulunmaktadır (Gögebakan, 2015:64).

2019 yılı itibari ile dünya genelinde UNESCO Dünya Miras Listesine kayıtlı 1092 kültürel ve doğal varlık bulunmaktadır. Bunların 845 tanesi kültürel, 209 tanesi doğal ve 38 tanesi ise karma (kültürel/doğal) varlıktır. En çok dünya mirası olan ülke, 54 tane miras ile İtalya’dır. En çok kültürel mirası olan ülke 49 kültürel miras ile yine İtalya’dır. En çok doğal mirası olan ülke ise 13 tane doğal mirası ile Çin’dir. En çok karma mirası olan ülkeler ise 4 tane karma mirasa sahip olan Çin ve Avustralya’dır. (whc.unesco.org). 2017 yılında dünyada en çok turist çeken ülkeler Tablo 2.3’te verilmiştir.

Tablo 2.3. 2017 yılı uluslararası turist varışlarında ilk 10 ülke (www.e-unwto.org)

Sıralama	ÜLKELER	TURİST VARIŞLARI (Milyon)
1	Fransa	86.9
2	İspanya	81.8
3	Amerika Birleşik Devletleri	76.9
4	Çin	60.7
5	İtalya	58.3
6	Meksika	39.3
7	Birleşik Krallık	37.7
8	Türkiye	37.6
9	Almanya	37.5
10	Tayland	35.4

Tablo 2.3'te görüldüğü gibi en fazla turist çeken ilk on ülke arasında Fransa (86.9 milyon) birinci, İspanya (81.8 milyon) ikinci, Amerika (76.9 milyon) üçüncü, Çin (60.7 milyon) dördüncü, İtalya (58.3 milyon) beşinci, Meksika (39.3 milyon) altıncı, Birleşik Krallık (37.7 milyon) yedinci, Türkiye (37.6 milyon) sekizinci, Almanya (37.5 milyon) dokuzuncu, Tayland (35.4 milyon) onuncu sırada yer almaktadır. Bu ülkelerin Dünya Mirası Listesindeki mirasları ise şöyledir (whc.unesco.org):

- Dünyada en çok turist çeken ülkeler listesinde birinci sırada yer alan Fransa'nın Dünya Mirası Listesinde 39 adet kültürel, 4 adet doğal ve 1 adet karma mirası bulunmaktadır. Versay Sarayı ve Parkı, Paris, Seine kıyıları, Roma Tiyatrosu ve çevresi, turuncu "Zafer Kemerini", Roma Anıtları bu listede yer alan Fransa'nın bazı miraslarıdır.
- Listenin ikinci sırasında bulunan İspanya'nın 41 adet kültürel, 4 adet doğal ve 2 adet karma mirası bulunmaktadır. Tarihi şehir Toledo, Herkül Kulesi, San Millan Yuso ve Suso Manastırları, Vizcaya Köprüsü, Cuenca Tarihi Duvarlı Şehir, Poblet Manastırı gibi miraslar bu listede yer almaktadır.
- Listenin üçüncü sırasında ise Amerika Birleşik Devletleri'nin 10 adet kültürel, 12 adet doğal ve 1 adet karma mirası yer almaktadır. Mesa Verde Ulusal Parkı, La Fortaleza ve Porto Riko San Juan Ulusal Tarihi Sitesi, Özgürlük Heykeli, Chaco kültürü gibi miraslar bu listede yer almaktadır.
- Listenin dördüncü sırasında yer alan Çin'in 36 adet kültürel, 13 adet doğal ve 4 adet karma miras alanı bulunmaktadır. Çin Seddi, Mogao Mağaraları, Lushan Milli Parkı, Longmen Mağaraları, Dazu Kaya Oymalar, Lijiang Eski Şehir, Macao Tarihi Merkezi gibi miraslar bu listede yer almaktadır.
- Listenin beşinci sırasında yer alan İtalya'nın 49 adet kültürel ve 5 adet doğal mirası yer almaktadır. Verona Şehri, Piazza del Duomo, Pisa, Valcamonica Kaya Çizimleri, Leonardo da Vinci'nin "Son Akşam Yemeği" Santa Maria delle Grazie Kilisesi ve Manastırı gibi miraslar bu listede yer almaktadır.
- Aynı listede altıncı sırada yer alan Meksika'nın 27 adet kültürel, 6 adet doğal ve 2 adet karma mirası, yedinci sırada yer alan Birleşik Krallığın 26 adet kültürel, 4 adet doğal ve 1 adet karma mirası, dokuzuncu sırada yer alan

Almanya'nın 41 adet kültürel, 3 adet doğal mirası ve son sırada yer alan Tayland'ın 3 adet kültürel ve 2 adet doğal mirası yer almaktadır.

Kültür turizmi üye kentlerde istihdam sağlamada ve yaşam kalitesinin geliştirilmesinde etkili olmaktadır. Bu kentlere örnek verecek olursak; Türkiye'de İstanbul, Safranbolu; İtalya'da Vatikan, Roma, Venedik, Floransa; Avusturya'da Salzburg; Küba'da Havana; Mısır'da Kahire; Fransa'da Paris; Yunanistan'da Rodos; Japonya'da Kyoto; Portekiz'de Evora; İspanya'da Cordoba ve İngiltere'de Edinburg sayılabilir. Bu kentler tarihleri, kültürleri, geleneksel mimari ve yapıları gibi özellikleri ile önemli turizm çekim merkezleridir (Azcan, 2013:21-22). Dünya Turizm Örgütü, dünyadaki turizm turlarının %37'sinin kültür turizmine ait olduğu ve talebin her yıl %15 oranında arttığı tahmin etmektedir. Toplam turizm talebindeki artışın %3 ila 4'lerde olduğu göz önüne alındığında, kültür turizmindeki artış hızının ne kadar yüksek olduğu anlaşılmaktadır (Günel vd., 2009:277).

2.2.10. Türkiye'de Kültür Turizmi

1800'lü yıllarda gelişen demiryolu yatırımları, aynı zamanda Türkiye'de önemli arkeolojik keşiflerin de başlangıcı olmuştur. Örneğin; 1834'te Fransız bir gezgin olan C. Texier'in Hattuşa'yı ve Yazılıkaya'yı, 1870'de Henry Schilliman'ın Truva'yı keşfi, 1900'lü yılların başında Sir William Ramsey ve Gertrude Bell gibi öncülerin Anadolu'da geniş arkeolojik keşif ve araştırmaları ile batı dünyasında özellikle sosyo-ekonomik ve kültürel seviyesi yüksek olan Avrupalı turistlerin ilgisini Anadolu coğrafyasına çekmiştir. Somut mirasın uyandırdığı ilgiye ek olarak, somut olmayan kültür de Avrupalı turistler için seyahatlerini zenginleştirici bir rol oynamıştır. Bu ve bundan sonraki keşiflerle Türk turizmi, özellikle somut varlıklara dayanan kültür turizmi biçiminde başlamıştır. Daha sonraki yıllarda Osmanlı Devletinin başkenti olan İstanbul'a çoğunlukla diplomatik, ticari ve politik seyahatler gerçekleşmiştir (Gülcan, 2010:103-104).

Türkiye'de turizm sektörü, son yıllarda hızla gelişmeye ve değişmeye başlamıştır. Türkiye, sahip olduğu eşsiz turizm destinasyonlarıyla daha fazla turist çekerek, turizmden daha fazla gelir elde edebilecek bir potansiyele sahiptir (Azcan, 2013:24). Anadolu topraklarında; Hititler, Sümerler, Urartular, Likyalılar, Lidyalılar, Frikyalılar, İyonlar, Romalılar, Bizanslılar, Selçuklular, Osmanlılar, Türkiye

Cumhuriyetine varıncaya kadar birçok medeniyetin izleri ve kalıntıları kalmış ve bunlar Türkiye'yi eşsiz bir konuma ulaştırmıştır. Ayrıca Türkiye'nin sahip olduğu kültürel zenginlikler içerisindeki örf, adet, gastronomi, tarih, müzik, resim, din, mimari yapı, el sanatları ve giyim tarzı da ayrı bir öneme sahiptir. Türkiye'de coğrafi bölgelerin her biri, doğal güzellikleri ve çekicilikleri, eski ve günümüz uygarlık ürünleriyle, tarihleri, farklı yerleşmeleri, kırsal ve kentsel alanları, kısaca sahip oldukları kültürleri ve kültürel çekicilikleri ile çok önemli değerlerdir (Emekli, 2005:103).

Türkiye'nin sahip olduğu kültür varlıklarının zenginliği ve değeri Türkiye'ye büyük bir avantaj sağlamaktadır. Dünyada birçok ülke zengin kültür varlıklarına ve dünya mirası değerlerine sahiptir. Fakat hiçbir ülke Türkiye'nin sahip olduğu, uygarlıklar mirasının, kültür varlıklarının zenginliği ve çeşitliliği ile yarışacak kadar önemli bir mirasa sahip değildir (Abi, 2012:8). Çin dünyanın en büyük açık hava müzesi olsa da, Türkiye uygarlıklar mirası bakımından dünyanın en zengin ve en çeşitli açık hava müzesidir. İtalya denildiğinde akla ilk Roma Uygarlığı, Yunanistan denildiğinde ise Helen Uygarlığı gelmektedir. Türkiye denildiğinde akla birbiri ardına gelen çeşitli uygarlıkların muazzam mirası gelmektedir (Düzgünoğlu, 2004:1).

Yerli ve yabancı ziyaretçilerin Türkiye'ye son beş yıl içerisinde geliş nedenleri ile ilgili sayılar Tablo 2.4'te sunulmuştur. Tabloda görüldüğü gibi ziyaretçiler en fazla gezi, eğlence, sportif ve kültürel nedenlerle gelmiştir. En fazla 2018 yılında 25.355.412 ziyaretçi gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler için gelmiştir. Geliş nedenleri arasında ikinci sırada ise akraba ve arkadaş ziyareti yer almaktadır. Geliş nedenleri arasında en az ziyaretçi ise transit amaçlı olmuştur (www.tursab.org.tr).

Tablo 2.4. 2014-2018 yılları arasında Türkiye’den çıkış yapan ziyaretçilerin geliş nedenleri (www.tursab.org.tr)

Geliş Nedenleri	2014	2015	2016	2017	2018
Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetler	23.904.039	24.215.399	15.287.344	19.389.968	25.355.412
Akraba ve arkadaş ziyareti	5.979.016	6.403.696	7.031.921	8.436.850	8.050.784
Eğitim, Staj	176.324	144.093	101.142	104.904	114.036
Sağlık	414.658	360.180	377.384	433.292	551.748
Dini	83.180	75.908	47.329	27.005	29.072
Alışveriş	1.058.365	1.149.973	1.237.627	1.505.756	1.433.776
Transit	38.698	43.535	29.529	20.591	55.154
İş amaçlı	2.315.225	2.212.327	1.810.536	1.780.820	1.902.089
Diğer	1.061.792	1.239.374	1.231.626	1.337.588	1.218.028
Berberinde Giden	6.383.774	5.773.046	4.210.892	5.583.572	6.918.575
TOPLAM	41.415.070	41.617.530	31.365.330	38.620.346	45.628.673

Türkiye’de müze sayısı 2017 yılında 21 adet artarak 438’e ulaşmıştır. Bu müzelerin 199 adedi Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı, 239 adedi ise özel müzelerdir. Bakanlığa bağlı müze ve ören yeri ziyaretçi sayısı, 2017’de bir önceki yıla göre %18,9 artmış ve 20.509.746 olmuştur. Bakanlığa bağlı ücretli müze ve ören yerlerini ziyaret edenlerin sayısı ise 2017 yılında önceki yıla göre %28,3 artmış ve 12.807.822 ziyaretçi ile toplam ziyaretçiler içindeki payı %62,4 olmuştur. Ücret ödenmeyen müze ve ören yerlerini ziyaret edenlerin sayısı 7.701.924 ziyaretçi ile toplam ziyaretçiler içindeki payı %37,6’dır. Özel müzelerdeki ziyaretçi sayısı ise 2017 yılında bir önceki yıla göre %26,3 artarak 10.151.930 olmuştur (www.tuik.gov.tr).

Müzelerde bulunan taşınmaz kültür varlıklarının sayısı 2017 yılında bir önceki yıla göre %2,7 artarak 106.356 olmuştur. Müzelerin sorumluluğu altında bulunan taşınmaz kültür varlıklarının en çok olduğu il 31.191 ile İstanbul olmuştur. İstanbul’u, 6.909 taşınmaz kültür varlığı ile İzmir, 4.350 taşınmaz kültür varlığı ile Muğla ve 4.329 taşınmaz kültür varlığı ile Bursa takip etmektedir. Özel müzelerde bulunan eser sayısı ise 2017 yılında bir önceki yıla göre %3,4 artarak 386.842 olmuştur (www.tuik.gov.tr).

Taşınmaz kültür varlıkları ve taşınabilir somut kültürel varlıkların sergilendiği müzeler, ören yerleri ya da ikisini de barındırabilen kültürel destinasyonlar, kültür turizminin başlıca noktalarını oluşturmaktadır (Gülcan, 2010: 103). İngiliz Times Gazetesi, dünyanın en iyi 50 müzesi arasında İstanbul Topkapı Sarayı Müzesini 7. sırada, Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesini 39. sırada göstermiştir. Gazete yapmış olduğu haberde Topkapı Sarayı Müzesinde sergilenen Hz. Muhammed (SAV)'in Hırka-i Şerifi ile Zeugma Mozaik Müzesinde sergilenen Çingene Kızı mozaığının mutlaka görülmesi gerektiğini vurgulamıştır (www.kulturvarliklari.gov.tr).

Tablo 2. 5. Türkiye’de müze ve ören yerlerinin 2000-2017 yıllarına ait ziyaretçi sayıları (www.kulturvarliklari.gov.tr)

Yıllar	Ziyaretçi Sayısı
2000	6.887.344
2001	7.590.138
2002	14.268.186
2003	13.987.747
2004	13.015.486
2005	18.384.865
2006	16.086.050
2007	18.048.674
2008	22.662.590
2009	21.193.627
2010	25.854.341
2011	28.462.893
2012	28.781.308
2013	29.481.005
2014	29.774.390
2015	28.454.284
2016	17.521.316
2017	20.509.746

Türkiye’deki müze ve ören yerlerini 2000-2017 yılları arasında ziyaret edenlerin sayısı Tablo 2.5’de sunulmuştur. Tabloda görüldüğü gibi 2000 yılında ziyaretçi sayısı 6.887.344 iken bu sayı 2002 yılına gelindiğinde 14.268.186’ya çıkmıştır. 2017 yılına kadar ziyaretçi sayısında dalgalanmalar olmakta ve istikrarlı

bir artıştan söz edilememektedir. En fazla ziyaret 29.774.390 kişi ile 2014 yılında yaşanmıştır.

Türkiye genelinde tescilli sit alanları Tablo 2.6’da sunulmuştur. Tabloda görüldüğü gibi Türkiye’de arkeolojik sit alanı 17.958, kentsel sit alanı 299, tarihi sit alanı 171, kentsel arkeolojik sit alanı 35, karma sit alanı 95, doğal sit alanları ile çakışan sit alanları 375 adet olmak üzere toplam 18.933 adet sit alanı bulunmaktadır.

Tablo 2.6. Türkiye’deki Tescilli Sit Alanları (www.kulturvarliklari.gov.tr)

SİT TÜRÜ	SAYISI
Arkeolojik Sit Alanı	17.958
Kentsel Sit Alanı	299
Tarihi Sit Alanı	171
Kentsel Arkeolojik Sit Alanı	35
Karma Sit Alanları	95
Doğal Sit Alanları İle Çakışan Sit Alanları	375
Toplam	18.933

Türkiye’nin UNESCO dünya kültür mirası listesinde 2019 yılı itibari 18 adet kültürel, 2 adet karma ve 3 adet doğal varlığı bulunmaktadır. Bu listede yer alan kültürel miraslar; İstanbul’un Tarihi Alanları, Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası, Kapadokya ve Göreme Milli Park, Hattuşaş-Hitit Başkenti, Nemrut Dağı, Pamukkale ve Hierapolis Milli Parkı, Xanthos-Letoon, Safranbolu Şehri, Truva Antik Kenti, Edirne Selimiye Camii ve Külliyesi, Çatalhöyük Neolitik Kenti, Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı, Bursa ve Cumalıkızık: Osmanlı İmparatorluğu’nun Doğuşu, Diyarbakır Kalesi ve Hevsel Bahçeleridir. Listede yer alan karma (doğal ve kültürel) miras; Güllük Dağı-Termessos Milli Parkı ve Kekova’dır. Listede yer alan doğal alanlar ise Tuz Gölü Özel Doğa Koruma Alanı, Kızılırmak Deltası Kuş Cenneti, Ballica Mağarası Tabiat Parkıdır (www.unesco.org.tr).

Ayrıca Türkiye’nin somut olmayan kültürel miras listesinde de 16 adet mirası bulunmaktadır. Somut Olmayan Kültürel Miras listesinde yer alan miraslar ise; Meddahlık Geleneği, Mevlevi Sema Törenleri, Âşıklık Geleneği, Karagöz, Nevruz, Geleneksel Sohbet Toplantıları, Alevi-Bektaşî Ritüeli Semah, Kırkpınar

Yağlı Güreş Festivali, Geleneksel Tören Keşkeği, Mesir Macunu Festivali, Türk Kahvesi ve Geleneği, Ebru: Türk Kâğıt Süsleme Sanatı, İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Geleneği: Lavaş, Katırma, Jupka, Yufka, Geleneksel Çini Sanatı, Bahar Bayramı Hıdırellez ve Dede Korkut-Korkut Ata Mirası: Kültürü, Efsaneleri ve Müziğidir (www.unesco.org.tr).

Türkiye ilk kez 1994 yılında UNESCO Dünya Miras Merkezi'ne Geçici Listesini iletmiştir. Farklı yıllarda güncellenen liste en son 2018 yılında güncellenmiştir. Bu listede Türkiye'nin, 3 karma (kültürel/doğal), 2 doğal ve 72 adet kültürel varlıkla toplamda 77 adet varlığı bulunmaktadır (www.kulturvarliklari.gov.tr).

2.3. KÜLTÜREL BİR DESTİNASYON OLARAK GAZİANTEP

Bu başlık altında öncelikle Gaziantep'in tarihi, coğrafi özellikleri, iklimi, sosyo-ekonomik durumu ve kültürü gibi genel bilgilere değinilerek, ardından Gaziantep'te turizm arzından ve talebinden bahsedilmiştir. Daha sonra Gaziantep'in kültür turizmi potansiyelini oluşturan müzeler, kaleler, dini yapılar, hamamlar, hanlar, bedestenler, kasteller, festivaller, geleneksel el sanatları ve geleneksel mutfağı hakkında bilgiler sunulmuştur.

2.3.1. Gaziantep İli Hakkında Genel Bilgi

Bu başlık altında öncelikle Gaziantep'in tarihi hakkında açıklamalara yer verilmiş, ardından şehrin coğrafi özellikleri ve iklimi hakkında bilgiler sunulmuş, sosyo-ekonomik durumundan ve kültüründen bahsedilmiştir.

2.3.1.1. Gaziantep'in tarihi

Anadolu'nun ilk yerleşim yerlerinden biri olan Mezopotamya ve Akdeniz Bölgesi'nin kesişme noktasında yer alan şehir, birçok uygarlığa ev sahipliği yaparak tarihin her döneminde önemini korumaya devam etmiştir. İpek Yolu'nun üzerinde olması da şehrin önemini arttırmıştır (Cengiz, 2008:10). Gaziantep'te adı bilinen ilk yerleşim yeri Dolike (Dolice- Dolikhe) şehridir. Şehrin 10 km. kuzeyinde, Dülük köyü yakınlarındaki bu yerleşimin adı Bizans kaynaklarında Telukh veya Talupa; Arap kaynaklarında Diba veya Doluk olarak geçmektedir. Dülük adının da bu isimlerden kaynaklandığı belirtilmektedir (Çelik Peker, 2018:3). Dülük antik kent ve kutsal alandan oluşmaktadır. Dülük'te yapılan kazılarda Alt Paleolitik çakmaktaşı

aletler ve bu aletlerin yapıldığı atölyeler bulunmuştur. Ayrıca dünyada yer altına inşa edilen Mıtras tapınaklarının en büyüğü, Dülük'te Keber tepesinin güney eteğinde bulunmuştur (Zengin, 2006:304).

Gaziantep'te yapılan arkeolojik araştırmalar sonucunda bölgedeki ilk yerleşim birimlerinin Paleolitik çağa kadar uzandığı belirtilmektedir. Ayrıca Neolitik, Kalkolitik, Hitit, Mitani, Asur, Pers, Büyük İskender, Selevkoslar, Roma, Bizans, Türk-İslam, Osmanlı Dönemlerini yaşamış ve bu dönemlere ait eserleri günümüze kadar taşımıştır (Bilgiç, 2013:19). Gaziantep kültürüyle ön plana çıkmış birçok destinasyondan daha eski bir şehirdir. Dünyanın en eski şehirlerinin belirtildiği bir kaynakta Gaziantep ilinin 5600 yıldan daha eski bir tarihi olduğu belirtilmiştir. Gaziantep'i 5000 yıl ile Kudüs, Kerkük ve Zürih takip etmektedir. 4600 yıl ile Konya, 4568 yıl ile Giza, 4200 yıl ile Sian Shensi, 4160 yıl ile Asyut ve 4000 yıl ile Lizbon'da dünyadaki en eski şehirlerdendir (Güzelbey, 1992:11-12).

Hititlerin hâkimiyetinde olan bölge Hitit devletinin yıkılmasının ardından, Asurlular, Medler, Büyük İskender ve onun komutanlarından Selevkos tarafından yönetilmiştir. Roma İmparatorluğu'nun ikiye bölünmesiyle Gaziantep Bizans yönetimine girmiştir (Helvacıkara, 2012:16). Hz. Ömer zamanında İslamiyet'in Arap yarımadası dışında yayılması için yapılan mücadeleler sırasında İslam ordusu, Gaziantep ve Hatay'ı Bizanslılardan almıştır. Bölge halkı 639 yılında Müslümanlığı kabul etmiştir. Gaziantep'teki Ömeriye Camii, o dönemde fethin sembolü olarak yaptırılmıştır. 1071 Malazgirt savaşının ardından bölgede Selçuklu İmparatorluğu'na bağlı bir Türk devleti kurulmuştur. 1270 yılında Moğolların yıktığı kent, daha sonra Dulkadiroğullarının ardından da Memlûkluların eline geçmiştir (Genç, 2010:14).

1517 yılında Osmanlı Devleti Memlûklular devletini ortadan kaldırmıştır. Memlûkluların bütün toprakları Osmanlılara geçmiş, böylece Gaziantep Osmanlı hâkimiyetine girmiştir. Osmanlı yönetimi ele aldıktan sonra Gaziantep, Maraş Eyaleti'ne bağlı bir sancak olmuştur. 19. yüzyılda ise Halep'e bağlanmıştır. Osmanlı döneminde sanayi ve ticaret gelişmeye devam etmiştir. Türkler tarafından medrese, kitaplık, bedesten, han, kastel, çarşı, hamam, suyolu ve camiler inşa edilmiştir. Gaziantep, 1913 yılında bağımsız bir sancak olmuş, bu statüsü 1924 yılında son bulmuştur (Doğan, 2013:13-14).

Gaziantep 1. Dünya Savaşının ardından yapılan Mondros Mütarekesi'ne dayanılarak 17 Aralık 1918 tarihinde İngilizler tarafından işgal edilmiştir. Yaklaşık bir yıl süren İngiliz işgalinden sonra İngilizler ve Fransızlar aralarında anlaşarak, İngiliz askerleri yerlerini Fransız askerlerine bırakmışlar ve 25 Ekim 1919'da Fransız işgali başlamıştır. Fransızlara karşı Antep halkı canları pahasına şehri savunmuşlardır. Antep halkının göstermiş olduğu üstün müdafaadan dolayı, 8 Şubat 1921 yılında Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından Antep'e "Gazi" unvanı verilmiştir. Gaziantep 25 Aralık 1921 yılında düşman işgalinden kurtulmuştur (Efe, 2015:221-227).

Gaziantep'in adı eskiden "Ayıntab" olarak yazılmakta, halk arasında ise "Antep, Antap ve Entep" olarak kullanılmaktaydı. Ayıntab adı ilk defa Urfalı Mateous'un M.Ö. 952-1136 ve Papaz Grigor'un 1136-1162 yıllarına ilişkin "Vekay-i Name" ve "Zeyl"inde geçmektedir. Antep adının anlamıyla ilgili ileri sürülen çeşitli görüşler vardır. Ayıntap kelimesinin aslının Hantap olduğu ve Han kelimesi hükümdar, Tap ise Eti dilinde arazi anlamına geldiği belirtilmektedir. Tap kelimesi Geldani dilinde ise güzel demektir. Araştırmaların birinde Gaziantep Kalesi'nin olduğu yerde küçük bir antik yerleşim bulunduğu ve adının An Theba olduğu, Antep adının bu kelimedenden geldiği şeklinde bazı bulgular elde edilmiştir. Başka bir görüşe göre şehre suyunun bol ve güzel olmasından dolayı Ayıntap adı verilmiştir. Anlamı güzel kaynak demektir. Gaziantepli bir tarihçi olan Bedrüddin Ayni Antep'in eski adının Kala-i Füsus olduğunu, anlamının yüzük kalesi olduğunu belirtmiştir (Gaziantep, 1991:19).

2.3.1.2. Gaziantep'in coğrafi özellikleri ve iklimi

Anadolu'nun ilk yerleşmelerinden olan kent, Akdeniz ve Güney Doğuyu birleştiren yolların kesiştiği noktada yer almış ve yüzyıllarca farklı uygarlıklara ev sahipliği yapmıştır (Barakazı, 2015:26). Gaziantep, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin en büyük, Türkiye'nin ise 6. büyük kentidir (Cengiz, 2008:11). Gaziantep, Türkiye'nin güney doğusunda ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin batısında ve Orta Fırat Bölümü'nde yer almaktadır (Çelik Peker, 2018:4).

Şehir 36° 28' ve 38° 01' doğu boylamları ile 36° 38' ve 37° 32' kuzey enlemleri arasında bulunmaktadır. Gaziantep'in yüzölçümü ise 6.216 kilometre olup, deniz seviyesinden yüksekliği ise 850 metredir (İldeş, 2013:8). Şehrin

doğusunda Şanlıurfa, batısında Osmaniye ve Hatay, kuzeyinde Kahramanmaraş, güneyinde Suriye, kuzeydoğusunda Adıyaman ve güneybatısında Kilis ili yer almaktadır (Sarıtiken, 2017:5). Gaziantep'in Şahinbey, Şehitkâmil, Nizip, İslahiye, Nurdağı, Araban, Oğuzeli, Yavuzeli ve Karkamış olmak üzere dokuz ilçesi vardır (Ertural, 2012:6). Şehrin %51,9'u dağlar, %26,9'u ovalar, %19'u platolar ve %2,2'si ise yaylalardan oluşmuştur (Bilgiç, 2013:2).

Gaziantep'in dağları Amanos dağlarının uzantılarıdır. Yörenin en yüksek dağı Mıgır Dağı olup, yüksekliği 2240 metredir. Gaziantep'teki diğer dağlar ise; Sof Dağı, Sakal Tutan Dağı, Kızıl Dağ, Kara Dağı Dülük Dağı, Keferdiz Dağı, Musabeyli Dağlarıdır (Göğüş, t.y.:13). Gaziantep'te yer alan ovalar şehrin yaklaşık %27'sini oluşturmaktadır. Bu ovalar İslahiye, Barak, Yavuzeli ve Araban ovalarıdır. İslahiye ovası oldukça verimli bir arazidir. Barak ovası da tarım sektöründe önemli bir yere sahiptir (İldeş, 2013:9). Gaziantep'in batı ve kuzey çevreleri ormanlık, fundalık ve yarı step bitkilere sahiptir. Şehrin topraklarının yarısından fazlası ziraata elverişlidir. Bu alanlarda tahıl, zeytin, fıstık, meyve ve sebze yetiştirilmektedir. Şehrin dağlık alanlarında çam, köknar, sedir ormanları ve step örtüsü bulunmaktadır (Ertural, 2012:6).

Gaziantep'te doğal göl bulunmamaktadır. Çeşitli amaçlarla oluşturulan yapay göl ve barajlar yer almaktadır. Şehrin en önemli akarsuları Fırat Nehri ile Karasu, Sacır, Nizip ve Merzimen Çayları gibi Fırat'ın kollarıdır. Şehirdeki akarsuların büyük bölümü Fırat Nehri'ne dökülmektedir. Şehrin batısında yer alan Burç bölgesi akarsuları ve İslahiye ilçesinin akarsularının büyük bölümü ise, Hatay Amik Gölü havzasına dökülmektedir (Helvacıkara, 2012:8).

Gaziantep, coğrafi konumu nedeniyle Akdeniz ve karasal iklimin geçiş noktasında bulunmaktadır. Genellikle yazlar sıcak ve kurak, kışlar ise soğuk ve yağışlıdır. Şehirde yağış en fazla kış ve ilkbahar aylarında görülmektedir (Özdal, 2018:8). Şehirde en sıcak ay temmuz, en soğuk ay ise ocak ayıdır. Şehirde ölçülen en yüksek sıcaklık 44°C ve en düşük sıcaklık ise -17,5 °C'dir (Sarıtiken, 2017:5). En az yağışı Haziran ve Eylül ayları arasında alırken, en çok yağışı ise Aralık ve Şubat ayları arasında almaktadır (<http://www.gaziantep.gov.tr>). Şehrin ortalama karla örtülü gün sayısı 10, ortalama donlu gün sayısı 2,8 ortalama kırılgılı gün sayısı ise 30,9'dur (<bolge3.ormansu.gov.tr>).

2.3.1.3. Gaziantep'in sosyo-ekonomik durumu

Gaziantep nüfus bakımından Türkiye'de en büyük sekizinci, nüfus yoğunluğu bakımından dördüncü şehirdir. Km²'ye 294 kişi düşmektedir (www.gto.org.tr). Bu nüfus artışı şehrin çok fazla göç alması ve doğurganlık oranının yüksek olmasından kaynaklanmaktadır (Tahmazoğlu, 2017:3, Kılınç, 2016:76). Gaziantep nüfusu istihdama bağlı olarak artmaktadır. Kırsal alanlardaki insanlar iş imkânları nedeniyle şehre taşınmaktadır. Sadece il içinden değil çevre illerden de göç almaktadır. Gaziantep bu özelliği ile batıya göçü engelleyen bir kalkan konumundadır (Ulusoy ve Turan, 2016:145).

Tablo 2.7'de Gaziantep'in 2000 ve 2018 yılları arasındaki nüfusu yer almaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu nüfus sayımı sonuçlarına göre, 2000 yılında 1.292.817 olan şehir nüfusu, 2010 yılında 1.700.763, 2018 yılında ise 2.028.563 kişiye yükselmiştir. Tabloda da görüldüğü gibi şehrin nüfusu her yıl artış göstermektedir.

Tablo 2.7. Gaziantep'in yıllara göre nüfusu (www.tuik.gov.tr, 2018)

Yıl	Nüfus	Yıl	Nüfus
2000	1.292.817	2010	1.700.763
2001	1.330.205	2011	1.753.596
2002	1.366.581	2012	1.799.558
2003	1.403.165	2013	1.844.438
2004	1.441.079	2014	1.889.466
2005	1.480.026	2015	1.931.836
2006	1.519.905	2016	1.974.244
2007	1.560.023	2017	2.005.515
2008	1.612.223	2018	2.028.563
2009	1.653.670

Gaziantep'in 2000 yıllık İpek Yolu üzerinde kurulmuş olması ve Anadolu'ya açılan kapısı konumunda olması çok önemli bir ticaret ve kültür merkezi olmasında temel oluşturmuştur. Gaziantep, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin tüm ürünlerinin işlendiği ve bu ürünlerin iç ve dış pazara sunulduğu bir sanayi ve ticaret merkezidir. Organize sanayi bölgeleri, küçük sanayi siteleri ve serbest bölgesiyle önemli bir ticaret hacmi oluşturmaktadır (Ulusoy ve Turan,

2016:145). Gaziantep, Türkiye'nin en büyük sanayi bölgesine sahiptir. Sanayi bölgesi beş aktif bölgeden oluşmaktadır. Sanayi bölgesinde 4325 hektar alan üzerine kurulu 950 firma faaliyettedir. Firmalar ortalama aylık 400 milyon kilowatt saat elektrik ve 25 milyon metre küp doğalgaz tüketmektedir (www.gto.org.tr).

Gaziantep'te Türkiye'nin toplam ihracatının %4,5'i gerçekleşmektedir. Türkiye'de kişi başına ihracat 1.649 \$ iken Gaziantep'te kişi başına ihracat 3.170 \$ olarak belirtilmektedir. Uluslararası Ticaret Merkezi 2016 verilerine göre Gaziantep tek başına dünyanın 133 ülkesinden daha fazla ihracat yapmaktadır. Gaziantep'te 1.270 ihracatçı firma bulunmaktadır ve 172 ülkeye ihracat yapılmaktadır. İSO 1000 içinde 57 firmaya sahiptir. Türkiye'nin ilk 1000 ihracatçı firma arasında 67 Gaziantepli firma vardır (www.gaziantep.gov.tr).

Gaziantep'te en fazla ihracat yapılan ürünler; halı, kimyevi maddeler, çimento ve toprak ürünleri, polipropilen iplikler, akrilik iplikler, pamuk ipliği, konfeksiyon ürünleri, buğday unu, dokuma kumaşlar, dokunmamış kumaşlar, örme kumaşlar, bisküvi, pasta, kuru kayısı, bitkisel sıvı yağlar, kakaolu mamuller, makarna, bulgur, makine sanayi ve aksamaları, şeker ve şeker mamulleridir. En fazla ihracat yapılan ülkeler ise; Irak, Suriye, İtalya, Suudi Arabistan, Almanya, ABD, Rusya Federasyonu, İngiltere, Polonya, İran, Mısır, Romanya, İsrail, Fransa, Belçika, Hollanda, Kazakistan ve İspanya'dır (Helvacıkara, 2012:25). Tablo 2.8'de Türkiye'de 2018 yılında en fazla ihracat yapan ilk on şehir yer almaktadır. Gaziantep, 6.939.031 \$ ile altıncı sırada yer almaktadır.

Tablo 2.8. 2018 yılında en fazla ihracat yapan ilk on şehir (www.tim.org.tr)

Şehir Bazında İhracat Rakamları (2017 Yılı)	
İller	İhracat (1000\$)
İstanbul	72.095.567
Kocaeli	14.128.478
Bursa	13.298.331
İzmir	9.757.833
Ankara	7.672.747
Gaziantep	6.939.031
Sakarya	5.573.354
Manisa	4.429.647
Denizli	3.370.191
Hatay	2.871.660

Dünya Bankası En Rekabetçi Şehirler Bilgi Bankası Projesinde, Gaziantep en rekabetçi yedi şehirden birisi olmuş ve ekonomik gelişme konusunda çok başarılı ve ilgi çekici olarak nitelendirilmiştir (data.worldbank.org). Gaziantep stratejik konumu, genç ve dinamik nüfusu, güçlü ekonomik yapısı ve turizm potansiyeli ile parlak ve ümit veren bir geleceğe sahiptir (www.gto.org.tr).

2.3.1.4. Gaziantep kültürü

Kültür turizmi, turistlerin farklı kültürler hakkında bilgi ve deneyim elde etmek amacıyla yaptıkları seyahatlerdir. Kültür turizmi turistlere, bir bölgenin kültürel miraslarının yerinde ziyaret edilmesini ve bölgede yaşayan insanların kültürel geçmişini öğrenme ve deneyimleme imkânı sağlamaktadır. Bu açıdan kültür turizmi yerel halkın yaşantısını, gelenek ve göreneklerini en iyi yansıtan turizm türüdür (Er ve Bardakoğlu, 2016:98).

Bu tezin konusunun Gaziantep'te kültür turizmi olmasından dolayı Gaziantep'in kültürü daha detaylı olarak izah edilmeye çalışılacaktır. Gaziantep'i özel yapan en önemli unsurlardan biri, bölgede yaşayan farklı medeniyetlerin binlerce yıllık birikimiyle oluşmuş olan kültürüdür. Gaziantep'in bugün çoğu alanda öncü şehirlerarasında bulunmasında zengin kültürünün çok önemli bir rolü vardır. Gaziantep'in bu zengin kültürünü meydana getiren unsurlar arasında halkın konuşması, el sanatları, yaşam alışkanlıkları, yeme-içme ve giyinme alışkanlıkları, evlenme törenleri ve çeşitli konulardaki inanışları sayılabilir (Helvacıkara, 2012:78).

Gaziantep'in bu zengin kültürünün bir parçası olan mutfak kültürü Türk ve dünya mutfakları içerisinde imtiyaz sahibidir. Şehrin yüzyıllar boyunca Anadolu ile Arap coğrafyası arasında bir geçiş güzergâhında olmasından dolayı ticaret kervanlarının da bölgede konaklaması ile şehre sürekli yeni ve farklı ürünlerin ve yemeklerin katılmasını sağlamıştır. Gaziantep'in zengin yemek kültürünün yanı sıra, bu kültürü besleyen bakırcılık, kalaycılık, aktarlık vb. mesleklerin günümüzde varlığını sürdürmesiyle kültürel gelişmişlik düzeyini korumaya devam etmiştir (Gökırmaklı vd., 2017:60). Gaziantep'in mutfak kültürüyle ilgili daha fazla bilgiye ayrı bir başlık halinde ilerleyen sayfalarda yer verilmiştir.

Gaziantep'te evlilikle ilgili ilk aşama, evlenilecek kızın bulunmasıdır. Bu olaya bölge halkı "düğür gezme" demektedir. Evlenmek üzere kız arayan kişiye

“düğün” denilmektedir. Kıza bakmaya gidilir, karşılıklı bir beğeni oluşursa kız isteme gerçekleşir. Evlenmelerine karar verilip söz kesme töreni yapılır. Sözün ardından nişan yüzükleri takılarak nişan yapılır. Nişandan sonra düğün hazırlıklarına başlanır ve çeyiz töreniyle kızın hazırlanan çeyizi çiftin evine götürülür. Çeyiz serme merasimi Gaziantep’te önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle kızlar çeyizleriyle değerlendirilmektedir (Kutlu, 2011:54-63).

Çeyiz serme tamamlanınca belirlenen bir tarihte kına gecesi yapılır. Gaziantep’te geleneksel kına geceleri kız ve oğlan evinde ayrı ayrı gerçekleştirilir. Kına gecesinden sonra “gelinçi” denilen gelinin baba evinden çıkıp yeni evine gitmesi ile eğlenceler düzenlenmektedir. Gelinçiden bir gün sonra damat evinde düğün yapılır. Artık kına gecelerinde çoğunlukla bu ayırım yapılmamakta ve gelinçi eğlenceleri düzenlenmemektedir (Konut, 2012:54-56). Evlilikle ilgili bazı geleneklerin yaşadığı, bazı geleneklerin teknolojik gelişmelere bağlı olarak değiştiği görülmektedir. Fakat değişmeyen tek şey evliliğe duyulan saygı olmuştur (Kutlu, 2011:87).

Gaziantep ve çevresindeki halk oyunları, giysileri, çalgı aletleri, ritmi, müziği, anlatımıyla özgün ve zengin bir yere sahiptir (Çavaz, 2007:291). Gaziantep halk oyunları, halay oyun türüne ait özellikler taşımaktadır. Halay kelimesi alay kelimesi ile ilişkilendirilerek, sıra dizilmiş, kalabalık insan topluluğu anlamında yorumlanır (Kılınç, 2012:275). Halayda başta oynayan kişiye halay başı halayın sonunda oynayanlara ise kuyruk denilmektedir. Yörede oynanan halaylarda ortalama yirmi kişiden üç yüz kişiye kadar katılım olmaktadır. Yörede iyi oynayan halay başları düğün gibi ortamlara özel hediyelerle davet edilmektedir (Ertural, 2006:26).

Gaziantep ağız yüzyıllardan bu yana sadece Türkçe konuşan bölge insanının kendine has bir üslupla geliştirdiği orijinal söyleyişlerden biridir (Helvacıkara, 2012:81). Antep ağzında etnik köken bakımından özellikle Oğuz Boylarından Avşarların etkisi hissedilmektedir. Ayrıca Türkiye Türkçesi’nde bulunmayan ancak Azeri Türkçesi’nde kullanılan bazı sözcükler Antep ağzında da vardır. Örneğin, alma (elma), çimmek (yıkanmak), goz (ceviz), hara (nereye) gibi kelimeler kullanılmaktadır. Gaziantep’te giyim kuşama ilgili adetler günümüzde kırsal kesimde çok az da olsa varlığını sürdürmektedir. Şehirde ise geleneksel kıyafetlere sadece özel günlerde rastlanmaktadır (Yılmaz, 2004:37-45).

Gaziantep halkı yeme-içmeye çok önem vermektedir. Gaziantep'te yaz aylarında “sahre” adı verilen mesire alanlarına gitmek halk arasında çok yaygın olan geleneksel bir alışkanlıktır. Bu sahrelerde genellikle kebab yapılmaktadır. Ayrıca Gaziantep'te günlük hayatta erkekler kahvehaneye gitmekte, ev hanımları ise altın günü yapmaktadır. Bunun dışında özellikle hamama gitmek, kış aylarında çok yaygındır. Düğünden önce yapılan gelin hamamı, damat hamamı gibi eğlenceler de şehir halkının geleneksel alışkanlıkları arasındadır. (Kartal, 2015:22-30).

Bir kültür şehri olan Gaziantep'te geleneksel el sanatlarının ve geleneksel mesleklerin varlığını koruduğu birkaç şehirden biridir. Ayrıca Gaziantep sözlü kültürün canlı bir şekilde yaşadığı bir şehirdir. Türküler, ninniler, masallar, ağıtlar, Barak türküleri, el emeği göz nuru olan Antep işi, dualar, beddualar, kısacası doğumdan ölüme kadar insan hayatının her evresine ait geleneksel anlatıları ve uygulamaları ile zenginliğini koruyan bir kenttir (Gaziantep Kent Konseyi, 2015:4).

2.3.2. Gaziantep'te Turizm Arzı

Turizm sektöründe arz, iç ve dış turizm talebini karşılamak için, kâr amacıyla turizm işletmelerinin ve diğer kurumların sunduğu bütün hizmetleri içermektedir (Aydın ve Gencür, 2015:45). Bu bağlamda konaklama işletmeleri, seyahat işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, rekreasyon işletmeleri ve ulaşım hizmetleri turizm sektörünün arz kaynakları arasında sayılabilmektedir. Bu başlık altında turizme hizmet sunan konaklama ve yiyecek içecek işletmeleri, seyahat işletmeleri, rekreasyon ve ulaşım hizmetleri alt başlıklar halinde incelenmiştir.

2.3.2.1. Konaklama işletmeleri

Turizme hizmet sunan konaklama işletmelerinde turistlere konaklama, yeme-içme ve eğlence gibi birçok hizmet sunulmaktadır. Gaziantep'te aktif olarak konaklama hizmeti sunan 56 adet işletme mevcuttur. Bu işletmelerin 39 adedi turizm işletme belgeli, 17 adedi ise belediye belgeli işletmelerdir. Toplam oda sayısı 3023, yatak kapasitesi ise toplam 5071'dir (www.gto.org.tr). Tablo 2.9'da Gaziantep'te yer alan turizm işletme belgeli ve belediye belgeli işletmeler yer almaktadır.

Tablo 2.9'da görüldüğü gibi, Gaziantep'te turizm işletme belgeli 5 yıldızlı 4 adet, 4 yıldızlı 9 adet, 3 yıldızlı 11 ve 2 yıldızlı 11 adet otel mevcuttur. Ayrıca 2 adet butik otel, 1 adet kır evi ve 1 adet uygulama oteli bulunmaktadır. Bu tesislerde

toplam 2.535 oda ve 4.847 yatak mevcuttur. Gaziantep'te belediye belgeli 1.sınıf 10 adet ve 2.sınıf 2 adet otel bulunmaktadır. Ayrıca 4 adet butik otel ve 1 adet pansiyon bulunmaktadır. Bu tesislerde toplam 488 oda ve 854 adet yatak mevcuttur (www.gto.org.tr).

Tablo 2.9. Gaziantep ilindeki konaklama işletmeleri (www.gto.org.tr, 2019)

Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri			
Tesis Sınıfı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Kapasitesi
5 Yıldızlı Otel	4	601	1.219
4 Yıldızlı Otel	9	822	1.523
3 Yıldızlı Otel	11	608	1.124
2 Yıldızlı Otel	11	399	748
Butik Otel	2	18	37
Kır Evi	1	23	68
Uygulama Oteli	1	64	128
Toplam	39	2.535	4.847
Belediye Belgeli Konaklama Tesisleri			
1.Sınıf Otel	10	348	600
2.Sınıf Otel	2	42	76
Butik Otel	4	88	116
Pansiyon	1	10	62
Toplam	17	488	854
Genel Toplam	56	3.023	5.701

2.3.2.2. Seyahat işletmeleri

Turizm hareketlerine katılan kişi sayısının artmasıyla turizm arzı ve turizm talebi arasındaki ilişkiler daha karmaşık bir hale gelmekte, bu ilişkileri düzenlemek için seyahat aracılara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu seyahat araçları içerisinde en bilineni, seyahat acenteleridir (Çakıcı vd., 2008:70). Seyahat acenteleri, seyahat etmek isteyen kişilerin seyahatleriyle ilgili tüm ihtiyaçlarının karşılanmasında aracılık yapmaktadır (Alaeddinoğlu ve Can, 2007:51). Seyahat ve tatil amaçlı ulaştırma, konaklama, eğlence vb. turizm işletmelerinin ürünlerini sunan, bu ayrı ürünleri birleştirip tek bir paket ürün halinde pazarlayan ve bu ürünleri geliştirilmiş satış yöntemleriyle sunan ticari işletmelerdir (Emir, 2010:1248).

Seyahat acenteleri, müşteri ihtiyaçlarını karşılamak için turizm ürününün belirli unsurlarını güvence altına almaktadır. Bu nedenle seyahat acenteleri

potansiyel turistlerin turizm ürünleri hakkında bilgi alabilecekleri işletmelerdir. Seyahat acenteleri mevcut seçenekler hakkında seyahat önerisi, ulaşım, konaklama gibi konularda rezervasyon hizmeti, pasaport ve vize işlemleri, bilet satma, seyahat düzenleme gibi konularda hizmet sunmaktadır (Camilleri, 2017:21).

Seyahat acentelerinin destinasyon imajı ve bilgisi ziyaretçilerin karar vermesinde oldukça etkili olmaktadır. Seyahat acenteleri turizm sektörünün geleceğini belirlemede önemli bir faktördür (Alaeddinoğlu ve Can, 2007:50-52). Gaziantep’te 2019 yılı itibariyle 125 adet A grubu seyahat acentesi bulunmaktadır (www.tursab.org.tr).

2.3.2.3. Yiyecek –içecek işletmeleri

Yiyecek- içecek işletmelerini insanların kendi konutları dışında değişik sebeplerle yaptıkları seyahatlerde veya geçici konaklamalarında yeme-içme ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla mal ve hizmet üreten ticari ve kurumsal işletmeler olarak tanımlanmaktadır (Özekici, 2016:6). Başka bir tanıma göre yiyecek-içecek işletmeleri, yapısı ve teknik donanımı, konforu, bakımı gibi fiziksel özellikleri, sosyal değeri ve personelin hizmet kalitesi gibi özellikleriyle, insanların beslenme ihtiyaçlarını karşılamayı meslek edinen, ekonomik, sosyal ve disiplin altına alınmış kâr amacı güden işletmelerdir (Atak, 2006:2).

Bu işletmeler amacına, hitap ettiği pazara, sermaye yapısına ve hukuki yapısına göre çeşitlilik göstermektedir. Amaçlarına göre kâr amacı güden ve kâr amacı gütmeyen işletmeler olarak ikiye ayrılmaktadır. Hitap ettiği pazara göre tüm pazarı hedefleyen ve sınırlı bir pazarı hedefleyen işletmeler olarak ikiye ayrılmakta, sermaye yapılarına göre, özel, kamu ve karma yapıları işletmeler olarak sınıflandırılmaktadır. Hukuki yapısına göre ise işletmeler turistik işletme belgeli ve belediye belgeli olarak ikiye ayrılmaktadır (Çelen, 2015:15).

Yiyecek-içecek işletmeleri arasında, restoranlar, kafeler, barlar, hızlı yemek restoranları, alışveriş merkezleri içerisinde yer alan restoranlar, ulaşım merkezlerindeki restoranlar, etnik restoranlar, temalı restoranlar kâr amacı güden işletmeler arasında gösterilmektedir. Buna karşın bazı işletmelerin temel amacı kâr elde etmek değildir. Tam tersine maliyetleri karşılamak veya çok az kâr etmek olan, asıl hedefleri insanların günlük yemek ihtiyacını gidermektir. Bu işletmelere örnek

olarak okullarda, hastanelerde, askeri birliklerde faaliyet gösteren işletmeler verilebilir (Kılınç ve Çavuş, 2010:16).

Yemek yeme insanların en temel ihtiyaçlarından biridir. Bugün ise yemek yemek, yiyecek-içecek sektörünün de gelişmesiyle insanların evlerinin dışında boş zamanlarını değerlendirdikleri bir faaliyete dönüşmüştür. İnsanlar açlıklarını gidermenin dışında atmosferden, manzaradan, yiyeceklerden ve diğer koşullardan zevk alabilmek amacıyla da dışarda yemek yemektedir. Bunun dışında yemek yeme turizm içinde yer alan bir davranıştır. Turistler seyahat ettikleri bölgelerde, o yöreye özgü yiyecek içecekleri tatmak istemektedirler (Kızıleli, 2018:1).

Turist davranışları ile ilgili yapılan çalışmaların çoğu, dışarıda yemek yemenin turistler için birinci veya ikinci aktivite olduğunu göstermektedir. Seyahat harcamalarının üçte birinin yiyecek-içecek tüketimi için yapıldığı belirtilmektedir. Bu sebeple turistlerin yiyecek tüketimi bir destinasyonda sürdürülebilir rekabet gücü ve ekonomik fayda sağlamada etkili olabilmektedir (Akdemir, 2018:33-34). Bir destinasyonun pazarlanmasında ve tanıtımında yiyecek içecek işletmeleri büyük bir rol oynamaktadır. Gaziantep'te 2018 yılı itibariyle turizm işletme belgeli 22 restoran bulunmaktadır. Bunların üç tanesi özel tesis, bir tanesi ikinci sınıf ve 19 tanesi birinci sınıf restorandır (www.gaziantep.gov.tr).

2.3.2.4. Rekreasyon işletmeleri

Endüstriyel ve teknolojik gelişmelerle birlikte ortaya çıkan plansız ve sağlıksız kentleşme, yoğun iş temposu ve stresten dolayı şehirde yaşayan insanların fizyolojik ve ruhsal sağlığı bozulmaktadır. Her geçen gün modernleşen toplum yaşantısı ile insanların refah seviyesi artarken öte yandan da yalnızlaşmalarına ve içlerine kapanmalarına sebep olmaktadır. Bu gibi sebeplerle insanların bozulan fizyolojik ve ruhsal sağlıklarını, kaybettikleri enerjilerini tekrar kazanmaları, fiziksel ve ruhsal ihtiyaçlarını karşılamaları, günlük hayatın baskısından kurtulmaları ve çevreleriyle olan ilişkilerinin düzenlenmesine yardımcı olması için rekreasyon faaliyetlerine gereksinimleri vardır (Özaltın Türker vd., 2014:72).

Rekreasyon kelimesi, Latince kökenli "recreatio" kelimesinden gelmektedir. Latince de yenilenme ya da yeniden yapılanma anlamına gelmektedir. (Metin vd., 2013:5025). Türk Dil Kurumu, rekreasyonu "insanların boş zamanlarında, eğlence ve spor amacı ile gönüllü olarak katıldıkları etkinlikler" ve "Bir bölgeyi insanların

eğlenme, dinlenme amacıyla kullanabilecekleri bir duruma getirme” olarak iki farklı şekilde tanımlamaktadır (tdk.gov.tr).

Rekreasyon kişilerin, yoğun çalışma temposu ve rutin hayat tarzı ya da olumsuz çevresel etkilerden tehlikeye giren ve olumsuz yönde etkilenen beden ve ruh sağlığını tekrar elde etmek ve korumak istemesi, aynı zamanda zevk almak amacıyla, kişisel doyum sağlayacak, çalışma ve diğer zorunlu ihtiyaçlara ayrılan zaman dışında kalan bağımsız boş zamanlarda gönüllü olarak, tek başına ya da grupla yaptığı etkinliklerdir (Akyüz, 2015:29). Bu etkinlikler, sinema, müzik, tiyatro, resim, kitap okuma, televizyon izleme, konferanslara, partilere katılma, el sanatları ve el işleri, spor, yürüyüş, avcılık, balıkçılık vb. etkinlikler olarak sıralanabilir (Pala ve Kolayış, 2012:1009).

Rekreasyon faaliyetleri yapılırken ortam değişikliği gerçekleştiğinden bu kavram seyahat ve konaklamayı içeren turizm kavramıyla yakın bir ilişki içerisindedir. Turistik tesislerde rekreasyon olanaklarının değerlendirilmesi ile turistlerin katılımı sağlanarak turizmde bir hareketlilik meydana gelecek ve bunun sonucunda tesislere ekonomik olarak faydalı olabilecektir (Özaltın Türker vd., 2014:72-73).

Gaziantep’teki kentsel rekreasyon alanları parklar, mesire alanları, alışveriş merkezleri, spor tesisleri ve meydanlar olarak sıralanabilir. Gaziantep’te bine yakın park bulunmakta ve Türkiye’nin en büyük parkı olan Yeşil Vadi Parkı burada yer almaktadır. Şehirdeki mesire alanları ise Burç Ormanı, Alleben Göleti, Dülük Baba ve Erikçe Kent Ormanı’dır. Gaziantep’te Sanko Park, Primemall, Gaziantep Forum ve M1 olmak üzere dört tane alışveriş merkezi vardır. Yazın en çok mesire alanlarına gidilirken kışın ise alışveriş merkezlerine gidilmektedir. Spor tesisleri ise açık ve kapalı olarak ikiye ayrılmaktadır. Gaziantep’teki en önemli meydan ise 15 Temmuz Demokrasi Meydanı’dır (Mısırlıoğlu, 2018:21).

Kartal (2015)’in yaptığı çalışmaya göre Gaziantep’lilere boş zamanlarını nasıl değerlendirdikleri sorulduğunda ilk sırada mesire alanlarına gidilmesi ve bunu sırasıyla alışveriş merkezleri, yüzme havuzları, kafeler, çay bahçeleri, sinema ve tiyatro takip etmiştir (Kartal, 2015:31). Gaziantep’te gece kulübü, alışveriş merkezlerinin eğlence bölümleri, kafe, konser ve fuar alanları gibi işletmelerin fazla

sayıda olmadığı söylenebilir. Fakat son dönemlerde bu tür işletmelerin geliştirilmesi için çalışmalar yapıldığı görülmektedir (Barakazı, 2015:37).

2.3.2.5. Ulaşım hizmetleri

Gaziantep ili, Mezopotamya ve Akdeniz arasında bulunuşu, güneyden ve Akdeniz'den doğuya, kuzeye ve batıya giden yolların kavşağında olması sebebiyle tarihe ve bugüne yön vermiştir. Tarihi İpek Yolu'nun da Gaziantep'ten geçmesi ilin her zaman canlılığını ve önemini korumasını sağlamıştır (Gaziantep Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017:27). Gaziantep, karayolu, havayolu ve demiryolu bağlantılarıyla batıdan doğuya, Ortadoğu ülkelerinden kuzeye giden yolların kavşak noktasında yer alır. E-24 karayolu ile Avrupa'dan Orta Asya'ya geçiş sağlayan Tarsus-Adana-Gaziantep otoyolu kenti uluslararası kara yolu ağlarına bağlayan yoğun ulaşım sistemleridir (Helvacıkara, 2012:14).

Gaziantep'te toplam 3391 km. karayolu ağı mevcuttur. Bunlardan 73 km'si otoban, 487 km'si il ve devlet yolu ve 2831 km'si köy yoludur. Karayolu ulaşımında güneyden ve Akdeniz'den doğuya ve kuzeye giden yolların kavşağında ve GAP'ın girişinde bulunmaktadır. Gaziantep karayolu bağlantısı ile Osmaniye üzerinden Adana ve Mersin'e, Birecik köprüsü üzerinden Şanlıurfa'ya, Narlı üzerinden Kahramanmaraş'a, Fevzipaşa üzerinden Hatay'a, Kilis üzerinden Halep'e, Hatay'a ve Adıyaman'a bağlanmaktadır. Bu yollarla Gaziantep önemli bir kavşak noktası oluşturmaktadır (www.gto.org.tr).

Gaziantep'te şehir içi ulaşım otobüs, dolmuş, taksi ve hafif raylı sistem ile sağlanmaktadır. Gaziantep demiryolu, Adana-Malatya Demiryolunun Narlı istasyonunu Halep- Bağdat demiryoluna bağlamaktadır. Fevzipaşa'dan geçen Halep Expressi'de Gaziantep'in İslahiye ilçesi sınır kapısından Suriye topraklarına girer. Gaziantep demiryolu ağının Suriye ve Irak'la bağlantısı da mevcuttur. (www.gagev.org.tr, www.gto.org.tr).

Gaziantep Hava Limanı 1976 yılında hizmet vermeye başlamıştır. Dış hat uçuşlarına ve yük taşımacılığına 1993 yılında başlamıştır (gaziantep.dhmi.gov.tr). Gaziantep Hava Limanından günlük olarak tarifeli uçak seferleri yapılmaktadır. Her gün Gaziantep'ten Ankara'ya ve İstanbul'a direkt tarifeli seferler yapılmaktadır. Haftanın belirli günlerinde çeşitli illere havayolu ulaşımı sağlanmaktadır. Yurt dışından geliş gidişlerde gümrükleme işlemleri direk yapılmaktadır. Hava limanı

Türkiye'nin ve özellikle Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin Ortadoğu'ya açılan hava trafiğinin merkezi durumuna gelmiştir. Hava limanı Gaziantep'e yirmi kilometre mesafede yer almaktadır (www.gto.org.tr, www.gagev.org.tr).

2.3.3. Gaziantep'te Turizm Talebi

Talep, satın alma potansiyeline ve arzusuna sahip kişilerin, belirli bir zaman dilimi içerisinde ve belirli bir fiyattan satın aldığı herhangi bir ürünün miktarına ifade etmektedir (Akyürek, 2016:41). Buradan hareketle turizm talebi, satın alma gücüne ve boş zamana sahip insanların turistik mal ve hizmetlerden çeşitli nedenlerle satın almaya karar verdikleri miktar olarak tanımlanmaktadır (Çelik, 2014:35).

Turizm talebinin ekonomideki diğer mal ve hizmetlerin talebine göre farklı yönleri mevcuttur. İnsanların seyahat nedenleri çeşitlilik göstermesinden dolayı turizm talebi bağımsız ve çok yönlü bir yapıya sahiptir. Turizm talebi, kişisel harcanabilir gelirin kullanılması ile ilgilidir. Turizm talebinde söz konusu olan turistik ürün ekonomideki lüks ve kültürel nitelikteki diğer mal ve hizmetlerle rekabet halindedir. Turizm talebinde ikâme olanaklarının geniş olması, turizm talebine elastiki bir görünüm kazandırmaktadır. Ayrıca turizm talebi, ülkelerin gelişmişlik düzeylerine göre de farklılık göstermektedir (Turgut, 2014:29).

Turist sayısının artması ile turizmden sağlanan gelir de artmaktadır. Bu durum Gaziantep'in ekonomik açıdan büyümesinde ve gelişmesinde önemli bir faktördür. Tablo 2.10'da Gaziantep'e son on beş yılda gelen yerli ve yabancı turistlerin sayısı sunulmuştur. Tablo 2.10'da görüldüğü gibi 2004 yılında Gaziantep'i ziyaret eden yerli ve yabancı turist sayısı 97.757 iken 2012'de 213.797'ye, 2013 yılında 218.424'e yükselmiştir. 2018 yılında ise 159.637 kişi olmuştur.

Tablo 2.10. Son 15 yılda Gaziantep'e giriş yapan turist sayısı
(www.gaziantepturizm.gov.tr)

Yıl	Yerli Turist Sayısı	Yabancı Turist Sayısı	Toplam
2004	56.941	40.816	97.757
2005	30.015	24.289	54.304
2006	25.972	25.008	50.980
2007	46.856	41.883	88.739
2008	52.577	61.573	114.150

Tablo 2.10 (Devamı)

2009	56.311	55.128	111.439
2010	66.012	58.143	124.155
2011	82.625	69.506	152.131
2012	88.523	125.274	213.797
2013	68.322	150.102	218.424
2014	74.966	31.874	106.840
2015	77.018	27.424	104.442
2016	95.241	27.281	122.522
2017	100.030	34.124	134.154
2018	113.740	45.897	159.637

Gaziantep’te turizm talebinde konaklayan turist sayısının incelenmesi de önemlidir. Bu sebeple turizm işletme belgeli tesislerde 2004-2018 yılları arasında konaklayan turist sayısı Tablo 2.11’de sunulmuştur.

Tablo 2.11. Turizm işletme belgeli tesislerde konaklayan turist sayısı (www.gaziantepTurizm.gov.tr)

Yıl	Yerli Turist Sayısı	Yabancı Turist Sayısı	Toplam
2004	98.405	21.512	220.324
2005	192.911	24.419	217.330
2006	193.713	23.776	214.491
2007	236.609	25.817	262.426
2008	232.465	27.776	260.171
2009	238.896	23.213	262.109
2010	203.044	32.927	236.031
2011	228.203	47.103	275.306
2012	253.043	48.327	301.370
2013	269.225	45.371	314.596
2014	310.325	123.875	434.200
2015	359.332	95.311	454.643
2016	395.065	80.249	475.314
2017	524.660	98.357	623.017
2018	562.563	113.339	675.902

Turizm işletme belgeli tesislerde konaklayan hem yerli hem de yabancı turistlerin toplam sayısı 2010 yılında 236.031 iken 2018 yılına kadar bu sayı giderek artmış ve 675.902’ye yükselmiştir. Konaklayan yabancı turist sayısında dalgalanmalar görülmektedir. Yerli turistlerin konaklama sayısında ise sadece 2008

ve 2010 yıllarında azalma görülmektedir. Konaklayan yerli turist sayısı 2004 yılında 98.405 iken 2010 yılında bu sayı 203.044'e yükselmiş ve 2018 yılına kadar bu sayı artarak 562.563 kişiye ulaşmıştır. Gaziantep'te konaklayan yerli turist sayısındaki bu artış Gaziantep'e olan talebin arttığının bir kanıtı olarak düşünülebilir.

Gaziantep'i ziyaret eden turist sayısı ve konaklama sayısının incelenmesinden sonra Tablo 2.12'de 2018 yılında Gaziantep'e en çok turist gönderen ilk 10 ülke ve turist sayıları verilmiştir.

Tablo 2.12. Gaziantep'e 2018 yılında hudut kapılarından giriş-çıkış yapanların giriş sayısı en çok olan ilk 10 ülke (Gaziantep Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü)

ÜLKE ADI	GİRİŞ	ÇIKIŞ
ALMANYA	25.216	20.897
KUZEY KIBRIS TÜRK CUMHURİYETİ	5.937	6.123
İNGİLTERE	2.579	1.131
HOLLANDA	1.696	1.400
İSVİÇRE	1.455	883
SURİYE	983	6.993
IRAK	966	979
FRANSA	777	594
BELÇİKA	570	464
HAYMATLOS	138	98

Tablo 2.12'de görüldüğü gibi Gaziantep'e 25.216 kişi ile en çok Almanya'dan ziyaretçi gelmiştir. Almanya'yı sırasıyla K.K.T.C., İngiltere, Hollanda, İsviçre, Suriye, Irak, Fransa, Belçika ve Haymatlos takip etmektedir. Bunların dışında 76 ülkeden daha ziyaretçi gelmiştir. Fakat 76 ülkenin ziyaretçi sayısı 100'ün altındadır bu nedenle tabloda yer verilmemiştir. Bu bilgiler Gaziantep Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden yüz yüze görüşmeler sonucunda elde edilmiştir.

2.3.4. Gaziantep İlinin Kültür Turizmi Potansiyeli

Gaziantep, tarih boyunca birçok kültür ve medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Bu nedenle, kültürel ve arkeolojik değerler açısından çok zengindir. Gaziantep ilinin sahip olduğu kültürel ve arkeolojik değerler özellikle kültür turizminde rekabet gücü sağlamak açısından çok önemlidir. Bu sebeple bu başlık altında Gaziantep'te kültür turizmi potansiyeli oluşturan değerler incelenmiştir. Bu başlık altında sırasıyla

müzeler, kaleler, dini yapılar, hamamlar, hanlar, bedestenler, kasteller, festivaller, geleneksel el sanatları ve son olarak Gaziantep mutfağına yer verilmiştir.

2.3.4.1. Müzeler

Müzeler kültür turizminin en önemli unsurlarından birisidir. Turizmin yardımıyla müzelerdeki koleksiyonlar daha fazla tanınmakta ve müzeler turizm için alternatif destinasyonlar oluşturmaktadır. Bu sayede turist sayısının ve ülkelerin gelirinin artmasına yardımcı olmaktadır (Kervankıran, 2014:348). Bu açıdan Gaziantep'te yer alan müzeler kültür turizminin gelişmesinde göz ardı edilemeyecek alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Gaziantep'in tarih boyunca farklı medeniyetlere ve farklı kültürlere tanıklık etmesinden dolayı bu kültürlere ait eser ve kalıntı yönünden çok zengindir. Bu eserler ve kalıntılar müzelerde sergilenmektedir.

Gaziantep'te geçmişten bugüne ulaşan tarihi eserlerin yanında yakın tarihe ait eserler ve Gaziantep'in gelenek ve göreneklerini yansıtan eserlerde sergilenmektedir. Gaziantep'te müze kurma çalışmaları 1944 yılına kadar dayanmaktadır. Kültürel mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılabilmesi için Gaziantep'te müzeler konusunda gerekli çalışmalar yürütülmektedir. Bu çalışmalardan önce ilde sadece üç müze bulunmaktayken, 2019 yılına gelindiğinde ise müze sayısı 20'ye ulaşmıştır. Gaziantep'te bulunan müzeler Tablo 2.13'te verilmiştir. Ayrıca ayrıntılı olarak alt başlıklarda bu müzelere yer verilmiştir. İlgili tabloya göre, müzelerin 4 tanesi Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı, 9 tanesi Gaziantep Büyükşehir Belediyesine bağlı, 2 tanesi Şahinbey Belediyesine bağlı, 1 tanesi Gaziantep Üniversitesine, 1 tanesi İl Milli Eğitim Müdürlüğü'ne, 1 tanesi Vakıflar Genel Müdürlüğüne bağlı ve 2 tanesi ise özeldir (www.gaziantepturizm.gov.tr, www.gto.org.tr, gantep.bel.tr).

Tablo 2.13. Gaziantep ilinde yer alan müzeler (www.gaziantepturizm.gov.tr, www.gto.org.tr, 2019)

Müzeler	Bağlı Oldukları Kurumlar
Zeugma Mozaik Müzesi	Kültür ve Turizm Bakanlığı
Gaziantep Arkeoloji Müzesi	Kültür ve Turizm Bakanlığı
Hasan Süzer Etnoğrafya Müzesi	Kültür ve Turizm Bakanlığı
Yesemek Açık Hava Müzesi	Kültür ve Turizm Bakanlığı
Ali İhsan Göğüş Müzesi ve Gaziantep Araştırmaları Merkezi	Gaziantep Büyükşehir Belediyesi
Gaziantep Savunması ve Kahramanlık Panoraması Müzesi	Gaziantep Büyükşehir Belediyesi
Gaziantep Bayazhan Kent Müzesi	Gaziantep Büyükşehir Belediyesi
Gaziantep Oyun ve Oyuncak Müzesi	Gaziantep Büyükşehir Belediyesi
Gaziantep Hamam Müzesi	Gaziantep Büyükşehir Belediyesi
Emine Göğüş Mutfak Müzesi	Gaziantep Büyükşehir Belediyesi
Gaziantep Atatürk Anı Müzesi	Gaziantep Büyükşehir Belediyesi
Gaziantep Mevlevihanesi Vakıf Müzesi	Vakıflar Genel Müdürlüğü
Gorgo Medusa Cam Eserleri Müzesi	Özel
Gaziantep Kültür Tarihi Müzesi	Gaziantep Üniversitesi
İslam Bilim Tarihi Müzesi	Şahinbey Belediyesi
Gaziantep Zooloji ve Doğa Müzesi	Gaziantep Büyükşehir Belediyesi
15 Temmuz Demokrasi Müzesi	Gaziantep Büyükşehir Belediyesi
Şahinbey Milli Mücadele Müzesi	Şahinbey Belediyesi
Gaziantep Baklava Müzesi	Özel
Gaziantep İl Eğitim Tarihi Müzesi	İl Milli Eğitim Müdürlüğü

Gaziantep'in müzeler dışında kültür potansiyeli oluşturan bir diğer unsur olan taşınmaz kültür varlıkları Tablo 2.14'de verilmiştir. Tabloda görüldüğü gibi Gaziantep'te 2019 yılı itibarıyla 761 adet sivil mimarlık örneği (hanlar, saraylar, kervansaraylar, çeşmeler, bedestenler vb. yapılar), 6 adet kalıntı, 68 adet dinsel yapı, 81 adet kültürel yapı, 30 adet idari yapı, 5 adet askeri yapı, 17 adet endüstriyel ve ticari yapı, 20 adet mezarlık ve 3 adet anıt ve abide bulunmaktadır. Turistik çekiciliğe sahip olan bu taşınmaz varlıklar turizmde önemli bir arz kaynağı oluşturmaktadır.

Tablo 2.14. Gaziantep’te taşınmaz kültür varlıkları (www.kulturvarliklari.gov.tr)

Taşınmaz Kültür Varlıkları	Adet
Sivil Mimarlık Örneği	761
Kalıntılar	6
Dinsel Yapılar	68
Kültürel Yapılar	81
İdari Yapılar	30
Askeri Yapılar	5
Endüstriyel ve Ticari Yapılar	17
Mezarlıklar	20
Anıt ve Abideler	3
TOPLAM	991

2.3.4.1.1. Zeugma Mozaik Müzesi

Zeugma Antik Kenti, Gaziantep’in Nizip ilçesindeki, Belkıs Köyünün batısında Fırat Nehrinin iki yakası üzerine kurulmuş olan Apameia ve Seleukeia adında iki kentten oluşan antik bir yerleşim yeridir. Bu yerleşim yerinin Hellenistik dönemde kurulduğu belirtilmektedir. Fırat Nehri’nin batı yakasındaki Seleukeia’yı M.Ö. 300’de Büyük İskender’in komutanlarından Seleukos Nikator kendi adıyla kurmuştur. Kentin karşısında ise karısı kraliçe Apameia’nın adını verdiği şehir yer almaktaydı. İki kent Fırat üzerinden bir köprü ile birbirine bağlanmıştı. Kommagene Krallığının dört önemli merkezinden biri olan bu iki yerleşim, Hellenistik dönemin sonu ve Roma döneminde daha çok “kesişme noktası veya geçit-köprü” anlamına gelen “Zeugma” olarak adlandırılmıştır (Görkay, 2007:55).

Zeugma Antik Kenti’nin tamamı M.Ö. 31 yılından itibaren Roma İmparatorluğu’na bağlanmıştır. Roma döneminde gümrük ve sınır kenti özelliği taşıyan Zeugma; ticari, askeri ve stratejik yönden önemli bir kent olmuştur. M.S. 252’de Sasani Kralı I. Şapur tarafından ele geçirilmiş ve yakılıp yıkılmıştır. Daha sonra bir deprem yaşanmış ve şehir alt üst olmuştur. M.S. 7. yüzyılda İslam akınları sonucunda şehir terk edilmiştir. M.S. 9-12. yüzyıllar arasında bir İslami yerleşim olarak varlığını sürdürmüştür. M.S. 17. yüzyılda bugünkü adıyla Belkıs köyü kurulmuştur (Cengiz, 2008:20).

Müze, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi ve Kültür ve Turizm Bakanlığı işbirliği ile 9 Eylül 2011 yılında açılmıştır. Müze binası 30.000 metrekarelik bir alanı

kaplamakta ve üç adet bina topluluğundan oluşmaktadır. Müze binasında idari birimler, 3500 m² oturma alanı ve 7.075 m² 3 kattan oluşan sergi salonları yer almaktadır. Müzede Roma ve geç antik dönemden kalan pek çok eser sergilenmektedir. Bu eserler arasında 2748 m² mozaik, 140 m² duvar resmi, Roma dönemine ait dört çeşme, yirmi sütun, dört kireç taşından yapılmış heykel, tunç Mars Heykeli, mezar stelleri, lahitler ve mimari parçalar sergilenmektedir (Köroğlu vd., 2017:471). Dünyaca ünlü “Çingene Kızı” mozaigi de bu müzede sergilenmektedir (www.gaziantepturizm.gov.tr).

Müze, 2012 yılında arkeoloji alanında Cumhurbaşkanlığı Kültür ve Sanat Büyük Ödülüne layık görülmüştür. Zeugma Mozaik Müzesi dünyanın en büyük mozaik müzesi olarak bilinmektedir. Gaziantep Zeugma Mozaik müzesi her geçen yıl daha çok turist tarafından ziyaret edilmektedir ve Gaziantep turizmi için çok önemli bir müzedir (www.zeugma.org.tr.). Tablo 2.15’te 2017 yılında Türkiye’de en çok ziyaret edilen on müze ve ziyaretçi sayıları verilmiştir. İlgili tabloya göre Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi 2017 yılında 167.958 ziyaretçi tarafından ziyaret edilmiş ve onuncu sırada yer almıştır.

Tablo 2.15. 2017 yılında en çok ziyaret edilen on müze
(www.kulturvarliklari.gov.tr)

Sıralama	Müze Adı	Ziyaretçi Sayısı
1	Konya Mevlana Müzesi	2.480.433
2	İstanbul Topkapı Sarayı Müzesi	1.932.726
3	İstanbul Ayasofya Müzesi	1.892.250
4	Nevşehir Hacıbektaş Müzesi	498.880
5	Ankara Cumhuriyet Müzesi	360.879
6	İstanbul Topkapı Sarayı - Harem Dairesi	353.285
7	İstanbul Arkeoloji Müzeleri	299.616
8	Antalya Aziz (St.) Nikolaos Müzesi	287.581
9	Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi	189.246
10	Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi	167.958

2.3.4.1.2. Gaziantep Arkeoloji Müzesi

Gaziantep Arkeoloji Müzesi, 1944 yılında Sabahat Gögüş tarafından kurulmuştur. Müze binası 3500 metrekare teşhir alanına sahiptir. Zeugma Antik Kentinden çıkarılan mozaiklerde bir dönem Gaziantep Arkeoloji Müzesinde sergilenmiştir. Zeugma Mozaik Müzesi yapılıncaya eserler taşınmıştır. Müzedeki eserler Paleolitik Dönem’den başlayıp Osmanlı Dönemi’ne kadar giden eserler yer almaktadır. Müzenin bahçesinde farklı dönemlere ait mezarlar, heykeller ve figürler

sergilenmektedir. Teşhir bölümünde Gaziantep'in ev sahipliği yaptığı uygarlıklara ait eserler sergilenmektedir (Kaplan, 2011:94).

2.3.4.1.3. Yesemek Açık Hava Müzesi

Yesemek Açık Hava Müzesi, İslahiye ilçesine 23 km uzaklıktaki Yesemek Köyünün Karatepe sırtında yer almaktadır. Yesemek M.Ö. 2000'nin dördüncü çeyreği ile M.Ö. 8. yüzyıl arasında, yakın doğunun en büyük taş ocağı ve heykel işleme atölyesiydi. Atölye Hitit döneminde I.Şuppillum tarafından açılmıştır. Atölyede bölgedeki yerli halk olan Hurriler çalıştırılmıştır. M.Ö. 8. yüzyılın son çeyreğinde Asurlular tarafından atölyenin faaliyetine son verildiği ve buradaki ustaların Asur'a götürüldüğü belirtilmiştir. Atölyede her şey olduğu gibi kalmıştır (Helvacıkara, 2012:37).

Yesemek ilk defa 1890 yılında Zincirli'de kazı çalışması yapan Felix Von Lusvhan tarafından bulunmuştur. 1958-1961 yılları arasında Prof. Dr. Bahadır Alkım başkanlığında yürütülen kazı çalışmalarında 200'e yakın heykel ortaya çıkmıştır. Ardından İlhan Temizsoy tarafından yapılan kazılarda 300'e yakın heykel ve heykel taslağı bulunmuştur. Bu heykellerin bulunmasının ardından Gaziantep Müzesi Müdürlüğü burada çevre düzenlemesi yapmış ve müze açılmıştır (Cengiz, 2008:43).

Alandan çıkarılan eseler büyük taş eserler ve diğer buluntular olarak iki gruba ayrılmaktadır. Büyük taş eserler aslan heykelleri, sfenks heykelleri, dağ tanrısı kabartmaları, savaş sahnesi kabartmaları, karışık yaratık kabartması, niteliği belli olmayan kabartmalar, silindirik nesne, heykel taslakları için hazırlanmış bloklar, kabartmalı sütun parçası, sütun altlıkları ve dikdörtgen prizması biçimli bloklardan oluşmaktadır. Diğer buluntular ise tam plastik insan heykeli parçası, damga mühür ile bir tunç sikke ve bir kurşun madalyondan oluşan küçük eserlerdir (Aras, 2008:29).

2.3.4.1.4. Emine Göğüş Mutfak Müzesi

Müze binası Türkiye'nin ilk Turizm Bakanı olan ve 13 yıl boyunca bakanlık ve milletvekilliği yapan Ali İhsan Göğüş tarafından 2005 yılında Gaziantep Büyükşehir Belediyesi'ne annesinin adını taşıyan bir müze yapılması şartı ile bağışlanmıştır. Konağın 2007 yılında restorasyonu tamamlanarak 2008 yılında müze olarak açılmıştır. Gaziantep'in mutfak kültürünün tanıtılması amacıyla açılan müze Türkiye'de açılan ilk mutfak müzesidir. Müzede Gaziantep'in geleneksel

yemeklerinin yapılışını temsil eden heykeller bulunmaktadır. Müzede geçmiş dönemlere ait mutfak malzemeleri, yemek ve çatal-bıçak takımları ve bakır kaplar sergilenmektedir (Babat, 2015:142).

2.3.4.1.5. Bayazhan Kent Müzesi

Bayazhan Kent Müzesi, tütün tüccarı olan Bayaz Ahmet Efendi tarafından 1909 yılında yaptırılmış ve yapıldığı ilk yıllarda tütün hanı olarak kullanılmıştır. Bayazhan, Antep Savunmasında karargâh ve hapishane olarak kullanılmıştır. Ayrıca Gaziantep'te ilk sinema filmi Bayazhan'da gösterilmiştir. Bayaz Ahmet Efendi'nin 1919'da vefat etmesinden sonra hanın yarısı ailesine, diğer yarısı ise Tekel Baş Müdürlüğüne intikal etmiştir. Ardından Bayazhan'ın mülkiyeti, 2005'te Gaziantep Büyükşehir Belediyesine geçmiştir. 2007 yılında restorasyon çalışmalarına başlanmış ve 2008 yılında tamamlanmıştır. Bayazhan Kent Müzesi 2009 yılında Gaziantep Büyükşehir Belediyesi tarafından açılmıştır (Cengiz, 2008:44). Müzede kardeş şehirler teşhir salonu bulunmakta, kent vaziyeti maketi, anıtsal yapılar maketi ve sivil mimari maketleriyle Gaziantep'in önemli yerleri teşhir edilmektedir. Ayrıca sergi mekânları, yöresel yemeklerin yapıldığı restoran ve yöresel el sanatlarının örneklerinin yer aldığı mağazalar bulunmaktadır (Helvacıkara, 2012:71).

2.3.4.1.6. Gaziantep Savunması ve Kahramanlık Panorama Müzesi

Gaziantep kalesi içerisinde bulunan zindanlar, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi tarafından onarılarak "Kahramanlık Panoraması Müzesi" olarak hizmete açılmıştır. Müze kale girişinden başlayarak galeriye kadar devam etmektedir. Müzede Gaziantep halkının İngiliz ve Fransızların işgaline uğradığında düşman işgaline direnişi; panolar, kahramanlara ait heykeller ve rölyefler ile gösterilmektedir. Müzede Antep Savunmasında açılan cepheler ve bu cephelerde savaşan kahramanlar, taarruzlar ve halkın yaşadığı zorluklar iki bine yakın figürle sergilenmektedir. Bu müzeyi tarihi bir mekân içerisinde yer alması diğer müzelerden farklı kılmaktadır. Müze Gaziantep halkının göstermiş olduğu kahramanlığı gelecek nesillere anlatmak ve o dönemde yaşanan acıları ve zorlukları unutturmamak için oluşturulmuştur. Ayrıca müzede taslar, tabaklar, sürahiler, radyolar, Osmanlı Dönemine ait silahlar, kılıçlar, süngüler ve kamalar gibi birçok eser sergilenmektedir (Yerleşmiş, 2015:141).

2.3.4.1.7. Şahinbey Milli Mücadele Müzesi

Gaziantep Şahinbey Belediyesi tarafından, Şhreküstü bölgesi Suyabatmaz Mahaltesinde, 12 odalı bir Antep evi restore edilerek müzeye dönüştürülmüştür. Müzede Gaziantep halkının Fransız ve İngilizlere karşı verdiği mücadeleyi günümüz ve gelecek nesillere aktarmak amacıyla kurulmuştur. İngiliz ve Fransızların 20.000 askerine, topuna, tankına, uçağına karşı, lojistik ve askeri hiçbir desteğı olmayan şehir halkının direnişii, 10 ay 8 gün süren savunmada verilen kahramanlık mücadelesi panolarla anlatılmaktadır (Cengiz, 2008:46).

Müze gezi güzergâhı kronolojik şekilde tasarlanmıştır. Sergi-sunum salonları gezilerek ardından mağaralara giriş yapılmaktadır. Mağaralarda dönemin yaşamı heykellerle sahnelenmektedir. Müzede İngiliz ve Fransızların kullandıkları silah parçaları ve Gaziantep halkının kullandığı tabanca, tüfek, kılıç, kama, kazma ve kürek gibi şehitlere ait eşyalar sergilenmektedir. Müze binasının yanında yer alan yapılar müze atölyesi, müze kütüphanesi ve toplantı salonları olarak kullanılmaktadır. Mağaralardan caddeye açılan çıkışa uzanan son mağara bölümü de geçici sergi alanı olarak hizmet vermektedir (Gaziantep Valiliğı İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017:60-61).

2.3.4.1.8. Gaziantep Mevlevihanesi Vakıf Müzesi

Dervişlerin ibadet etmeleri amacıyla yaptırılan bina uzun süre Mevlevihane olarak kullanılmıştır. 1925 yılında kapatılmış ve sonrasında 30 yıl ilkokul olarak kullanılmıştır. Sonraki yıllarda sağlık ocağı, mücellithane, cami lojmanı ve müftülük olarak kullanılmış, 2007 yılında ise müzeye dönüştürülmüştür. Müze üç katlı ve iki katlı iki ayrı binadan oluşmaktadır. Müzede; mutfak, halı ve kilim salonları, maden eserler, Mevlevilik kültürü, hat salonu, saat ve etnografik eserlerin sergilendiğı salonlar yer almaktadır. Mankenlerle sema gösterisi canlandırılmakta ve el yazması Kuran-ı Kerim'ler sergilenmektedir (Gülbahar ve Başboğa Çiçek, 2010:193- 194).

2.3.4.1.9. Hasan Süzer Etnografya Müzesi

Gaziantep'in Bey Mahaltesinde yer alan bina, 1985 yılında iş adamı Hasan Süzer tarafından satın alınıp restorasyonu tamamlanarak "Hasan Süzer Etnografya Müzesi" olarak Kültür ve Turizm Bakanlığına bağışlanmıştır. Müze binası 3 kattan oluşmaktadır. İki ana yola diğeri ise ara sokağına açılan üç giriş kapısı mevcuttur. Ön

cephesindeki işlemeli büyük kapıdan “hayat” adı verilen orta bahçeye, küçük kapıdan ise “selamlık” adı verilen bölüme geçilmektedir (Anonim, 1991:71).

Müzedeki Gaziantep halkının ev yaşantısı ve etnoğrafik yapısı mankenlerle sergilenmektedir. Müzenin zemin katında yer alan iş odasında Antep işi işleme, çıkırık çevirme ve dergâhta ipeği germe çalışmaları mankenlerle canlandırılmaktadır. Bodrum katında ise çeşitli gıdalar depolamak için kullanılan küpler ve kısımlar, bir de su kuyusu vardır. Evin kış aylarında güneşten en fazla faydalanan odası tandır odası olarak düzenlenmiştir. Antep evlerinde eskiden tandır adı verilen, odanın ortasında, içinde köz olan gömme taş ocak üstüne konulan bir kürsü ve onunda üstüne örtülen büyük bir yorgandan oluşan ısınma sistemi kullanılmaktaydı. Aile bireyleri közün sıcaklığında ısınan yorganı üzerlerine örterek ısınmaktaydı. Evde merdivenin sağında hamam yer almaktadır Evin hamamında kurna, hamam tasları, kemik tarak ve sabunluk sergilenmektedir (Helvacıkara, 2012:69).

2.3.4.1.10. Gaziantep Zooloji ve Doğa Müzesi

Gaziantep Zooloji ve Doğa Müzesi, Türkiye’de hayvanat bahçesinin içinde açılan ilk ve tek müzedir. Müzede, milyonlarca yıl önce yaşamış, nesli tükenmiş ve tükenmekte olan hayvanlar ile günümüzde varlığını sürdüren hayvan türlerinin örneklerini görme ve tanıma fırsatı sunulmaktadır. Müzede sürüngenlerden deniz hayvanlarına kadar 550 türe ait 700 adet hayvan örneği ve nesli tükenmiş hayvan iskeletleri sergilenmektedir. Ayrıca, müzede yer alan eğitim salonunda seminerler verilmekte, eğitici filmler ve belgeseller izletilmektedir (Gaziantep Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017:52-53).

2.3.4.1.11. Gaziantep Oyun ve Oyuncak Müzesi

Müze, Türkiye’nin dördüncü oyuncak müzesidir. Müze, Bey Mahallesinde üç katlı tarihi bir Antep evinde açılmıştır. Müzede 1700-1990 yılları arasında üretilen el yapımı 590 oyuncak sergilenmektedir. Müze, büyük bireylere geçmişte oynadıkları oyunları hatırlatarak tekrar hafızalarında canlanmasına yardımcı olmaktadır. Müzede eskiden çocukların oynadıkları oyunlar ve oyuncaklar sergilenerek hem büyüklere hem de çocuklara görsel bir şölen sunulmaktadır (Yerleşmiş, 2015:147).

2.3.4.1.12. Gaziantep Hamam Müzesi

Osmanlı hamam mimarisinin en güzel örneklerinden sayılan külliye'nin hamam bölümü olarak hizmet vermiştir. 1577 yılında Lala Mustafa Paşa tarafından yaptırılmıştır. Hamam, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi tarafından 2015 yılında müzeye dönüştürülmüştür. Hamamda soğukluk, ılıklik, sıcaklık bölümleri aslına uygun olarak teşhir edilmiştir. Müzede, hamam araç ve gereçleri sergilenmektedir. Bunların dışında hamam adetleri ve gelenekleri balmumu heykellerle ve maketlerle canlandırılmıştır (Gaziantep Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017:50).

2.3.4.1.13. Ali İhsan Göğüş Müzesi ve Gaziantep Araştırmaları Merkezi

Tarihi Bey Mahallesi'nde eski bir Antep evi olan bina restore edilmiştir. Bina, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Daire Başkanlığı ve gazeteci-yazar Zeynep Göğüş işbirliğiyle düzenlenmiş ve 2014 yılında müze olarak hizmete açılmıştır. Müze, Türkiye'nin ilk Turizm ve Tanıtma Bakanı olan Ali İhsan Göğüş'ün adını yaşatmak, milletvekilliği, bakanlığı, gazeteciliği ve sosyal yaşantısını anlatan kişisel eşyaları sergilenmek amacıyla açılmıştır. Müzenin üst katında Gaziantep Araştırmaları Merkezi yer almakta ve burada Ali İhsan Göğüş'ün kendi kütüphanesinden alınan kitaplar bulunmaktadır. Müzenin teras katında ise Piyano Kafe yer almaktadır (gantep.bel.tr).

2.3.4.1.14. Gaziantep Atatürk Anı Müzesi

Gaziantep'i 26 Ocak 1933 tarihinde ziyaret eden Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün Gaziantep'e gösterdiği ilgi ve övgü dolu sözlerine, desteğine karşı o dönemin Belediye Meclisi'nin kararı ile Atatürk'e fahri hemşerilik beratı verilmiştir. Gazi Mustafa Kemal Atatürk, yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olarak Gaziantep ili, Bey Mahallesi nüfusuna kaydedilmiştir. Gaziantep Büyükşehir Belediyesi tarafından Mustafa Kemal Atatürk'e olan vefa borcunu ve bağlılığını göstermek için bir müze açmaya karar verildi. Müze, Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün hatıralarını yaşatmak için nüfusa kayıtlı olduğu Bey Mahallesi'nde tarihi bir Antep evinde açılmıştır (www.ataturkanimuzesi.org).

Müze iki binadan oluşmakta ve birinci bölümünde Atatürk'ün konakladığı mekânın benzeri ve kullandığı kişisel eşyaların orijinaleri sergilenmektedir. İkinci bölümde Atatürk Araştırma Kitaplığı ile Antep Savunmasının anlatıldığı Sözlü Tarih Araştırma Odası yer almaktadır. Bu bölümde, Antep Savunması kahramanları

sinevizyon gösterileriyle anlatılmakta ve halkın o dönemlerde kullandığı eşyaların örnekleri sergilenmektedir (Gaziantep Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017:46).

2.3.4.1.15. İslam Bilim Tarihi Müzesi

İslam Bilim Tarihi Müzesi, Şahinbey Belediyesi hizmet binasının yanında yer alan ve daha önceleri hastane olarak kullanılan binada açılmıştır. Müzede İslam âlimlerinin icatları ve bilime katkıları anlatılmaktadır. Müzede; kimya, fizik, tıp, astronomi, harita ve denizcilik bölümlerine ait toplam 103 eser sergilenmektedir. Astronomi bölümünde yıldızların mesafesinin hesaplanması, kimya bölümünde koku ünitesi, harita bölümünde eski haritalarla günümüz haritalarının karşılaştırılması ile oluşturulan interaktif uygulamalar ve öğretici kısa filmler sunulmaktadır (Yerleşmiş, 2015:148).

2.3.4.1.16. Arkeolojik Cam Eserler Müzesi (Medusa Müzesi)

Arkeolojik Cam Eserler Müzesi, Türkiye'nin ilk özel cam eserler müzesidir. Gaziantep Kalesi civarında eski bir Antep evinin restore edilmesiyle oluşturulmuştur. 15 yıllık bir birikim sonucunda ortaya çıkan koleksiyonu geniş kitlelere, sanatseverlere ve bilim adamlarına sunmak amacıyla açılmıştır. Müzede yaklaşık olarak 1500 eser sergilenmekte bunların; %70'ini cam, %20'sini bronz ve pişmiş toprak eserler, %10'unu ise Roma ve İslami döneme ait altın ve bronz sikkeler, altın takılar oluşturmaktadır. Ayrıca müzenin bahçesinde yer alan cam ocağında cam eserlerin kopyaları üfleme tekniğiyle yapılarak ziyaretçilerin beğenisine sunulmaktadır (Barakazı, 2015:49).

2.3.4.1.17. 15 Temmuz Demokrasi Müzesi

15 Temmuz Demokrasi Müzesi, 12 Temmuz 2017 tarihinde açılmıştır. 15 Temmuz 2016'da gerçekleşen darbe girişiminden sonra halk sokaklara dökülmüş ve sabahlara kadar demokrasi nöbeti tutmuştur. Müzenin tüm duvarları düzensiz ve asimetrik bir perspektif ile ele alınarak 15 Temmuz'da yaşanan atmosfer, mekânsal olarak yeniden canlandırılmıştır. Müzede 15 Temmuz gününe ait görüntüler yüzlerce telefon, tablet, televizyon ve güvenlik kamerası monitörü üzerinden kronolojik olarak ziyaretçiler tarafından izlenmektedir. Müze içerisinde darbe girişiminde şehit düşen şehitlerin yanı sıra Gaziantep'teki şehitlerin ayrı bir bölümde fotoğrafları sergilenmektedir. Müzenin dış cephesinde ise 15 Temmuz şehitlerini anmak

amacıyla 248 şehidin isimlerinin yazıldığı bir anıt duvar yer almaktadır (Gaziantep Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017:56).

2.3.4.1.18. Gaziantep Kültür Tarihi Müzesi

Gaziantep Kültür Tarihi Müzesi, Gaziantep Üniversitesi Kütüphanesi ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı'nın zemin katında bulunmaktadır. Müze, üniversite öğrencilerine Gaziantep'in kültürünü tanıtmayı, öğretmeyi ve benimsetmeyi amaçlamaktadır. Müzede Gaziantep arkeolojisi, orijinal kültür varlıkları veya belgelerle kronolojik anlatımla tanıtılmaktadır. Müzede Gaziantep'in yetiştirdiği önemli şahsiyetler, Antep ağzı ve dil özellikleri, şehir hayatında önemli olaylar, aile hayatı, günlük hayat, özel günler, çocuk oyunları ve oyuncakları, eğlence hayatı, fotoğrafçılık, karagöz oyunculuğu gibi kesitlere yer verilmiştir (Helvacıkara, 2012:74).

2.3.4.1.19. Gaziantep Baklava Müzesi

Çok zengin bir tatlı kültürüne sahip olan Gaziantep'te ilk akla gelen şeylerden biri baklavadır. Baklava içine konulan yöresel ürünlerle, yapım aşamalarıyla ve lezzetiyle adeta bir sanat eseri niteliğindedir. Baklava Müzesi, baklava yapımının her aşamasında ziyaretçilere ışık tutmaktadır. Müze binası Gaziantep Kalesi yakınlarında Şekeroğlu Mahallesi'nde bulunan Millet Han'ın içerisinde üst katta yer almaktadır. Müzede canlı olarak baklavanın geleneksel yöntemlerle yapımını izlemek mümkündür. Ayrıca baklavanın içine konulan malzemeleri ve yapım aletleri de sergilenmektedir (www.gaziantepkulturturizm.gov.tr).

2.3.4.1.20. Gaziantep İl Eğitim Tarihi Müzesi

Tarihi süreçte Gaziantep'te 30'a yakın medresenin olduğu belirtilmektedir. Gaziantep'te bilinen ilk medreseyi Eyyübi Emirlerinden olan el-Melikül Eşref Muzafferüddin Musa, 18. yüzyılın ilk yarısında yaptırmıştır. Eşrefiye adındaki medreseden günümüze herhangi bir iz ulaşmamıştır. Gaziantep'te Osmanlı Dönemi'nde ilk medrese 1548 tarihinde yapılan Medrese-i Cedide'dir. 1910 yılında Gaziantep'te 25 medrese ve kütüphane mevcuttu. Günümüzde ise Ocak 2018 itibari ile 59 okul öncesi eğitim kurumu, 508 ilkokul, 329 ortaokul, 167 lise bulunmakta ve 64.231 Suriyeli öğrencilerle birlikte 613.263 öğrenci sayısına ulaşılmaktadır. Gaziantep'te 24.732 öğretmen görev yapmaktadır. Müzenin kuruluş çalışmalarına

2017 yılında başlanmış olup, 2018 yılında müze kuruluşu tamamlanmıştır. Müze, Gaziantep Lisesi'nin eski binasında açılmıştır. Müzeye okullardan envanter toplanarak 128 obje envantere kaydedilmiştir. Binanın tadilat işlemlerinin ardından müze ziyarete açılmıştır (www.gaziantepkulturturizm.gov.tr).

2.3.4.2. Tarihi kaleler

Gaziantep'te bulunan kaleler farklı tarihlerde farklı medeniyetler tarafından çeşitli amaçlarla kullanılmış ve bugüne kadar varlıklarını sürdürmüşlerdir. Bu kaleler Gaziantep turizmi için önemli yapılardır. Gaziantep'te yer alan tarihi kaleler Gaziantep Kalesi, Araban Kalesi, Rum Kale ve Tılbaşar Kalesidir. Aşağıda alt başlıklar halinde bu kaleler hakkında bilgi verilmiştir.

2.3.4.2.1. Gaziantep Kalesi

Gaziantep Kalesi, Gaziantep turizminin önemli cazibe merkezlerinden birini oluşturmaktadır. Gaziantep Kalesi, Alleben Deresi'nin güney kenarında bir höyük üstüne kurulmuştur. Gaziantep kalesinin kim tarafından ve ne zaman yapıldığı tam olarak bilinmemekle birlikte günümüzden 6000 yıl öncesine, Kalkolitik Döneme tarihlenmektedir. M.S. 2.-3. yüzyıllarda kale ve çevresinde "Theba" adında küçük bir kentin olduğundan bahsedilmektedir. M.S. 2.-4. yüzyıllarda kale, ilk olarak Roma döneminde bir gözetleme kulesi veya karakol olarak yapılmış ve zaman içerisinde genişletilmiştir. Gaziantep Kalesi "Kaleler Mimarı" da denilen Bizans İmparatoru Justinianus tarafından, M.S. 527-565 yılları arasında büyütülmüş ve güçlendirilmiştir (Ergeç, 1999:295-296).

Kale çeşitli tarihlerde onarılmış ve onarımlara ilgili yazıtlara kale içerisinde yer verilmiştir. En eski onarım yazıtı, 1481 yılında Memluklu Sultanı Kayıtbay'a aittir. İkinci onarım ise 1557 yılında Osmanlı döneminde Kanuni Sultan Süleyman tarafından yaptırılmıştır. Kalenin çevresi 1200 metre düzensiz bir daire biçimindedir (Anonim, 1991:61). Kale bedenleri üzerinde 12 adet kule yer almaktadır. Evliya Çelebi, Seyahatnamesi'nde Kale'nin 36 burcundan söz etmektedir. Bu kalelerden 24 tanesi günümüze kadar gelememiştir. Kalenin çevresinde eni 30 metre derinliği ise 10 metre olan bir hendek bulunmaktadır. Kalenin asıl kapısından girince, iç kesimlere ve üstüne doğru açılan iki yol vardır. Sol taraftaki yoldan, kalenin üst kısmına ulaşılmaktadır. İç kesimlerine devam eden yoldan ise, galeri, dehliz ve kale odalarına ulaşılmaktadır. Zindanların bulunduğu 200 metrelik galeri kısmı restore

edilerek Gaziantep Savunması ve Kahramanlık Panoraması Müzesi'ne dönüştürülmüştür (Helvacıkara, 2012:28).

Kalede 2002 yılından bu yana yapılan kazılarda Erken İslam, Bizans ve Osmanlı dönemine ait çok sayıda seramik parçaları, metal parçaları, mermi çekirdekleri, Bizans dönemine ait bilezik parçaları ve pişmiş toprak kandiller, Bizans ve Osmanlı dönemine ait sikkeler, demir gülle, çakmaklı tüfek parçaları ve topraktan yapılmış bazıları mühürlü lüle parçaları, bazı hayvan kemikleri ele geçirilmiştir. Kalenin etrafında ise bir hendek yeri tespit edilmiştir (Gaziantep Valiliği, 2008:59-60).

Kale, Osmanlı Döneminden itibaren bir daha yapılış amacına uygun biçimde kullanılmamıştır. Sadece karakol, cephanelik, zindan, sığınma yeri olarak kullanılmıştır. Fransız işgali ile birlikte kale, askeri bir yapı olarak bir kez daha görev almıştır. Fransızlar “Teslim ol” çağrısı yapmış, kalenin burçlarına beyaz bayrak çekildiği takdirde top ateşinin kesileceğini bildirmişlerdir. Buna cevap olarak kaleden beyaz bayrak yerine büyük bir al bayrak çekilerek red cevabı verilmiş, Türk'ün teslim olmayacağı gösterilmiştir (Ergeç, 2012:256).

2.3.4.2.2. Araban Kalesi

Araban Kalesi, Araban ilçe merkezinde bulunmaktadır. Yüksek ve üzeri düz olan prehistorik bir höyük üzerinde yer alan kale kalıntılarının hemen hepsi orta çağda yapılmıştır. Araban, XI. ve XII. yüzyıllarda Urfa Haçlı Kontluğuna bağlı önemli bir merkez konumundaydı. Günümüzde ise küçük bir ilçe merkezidir. Tepe üzerinde blok taşlarla inşa edilmiş ve cami olarak kullanılmış büyük bir yapı yer almaktadır. (Yerleşmiş, 2015:107).

2.3.4.2.3. Tılbaşar Kalesi

Oğuzeli ilçesinin 12 km. kadar güneydoğusunda Gündoğan köyünde yer alan kale, M.Ö. 3000 yıllarına kadar giden ve Tunç Çağından itibaren iskan gören Tılbaşar Höyüğü'nün üzerinde yapılmıştır. Tılbaşar Kalesi, M.S. XI. ve XII. yüzyıllarda Haçlı Seferleri sırasında, önemli ticaret yollarına ve stratejik kavşaklara hâkim ve yüksek bir höyüğe sahip olduğundan höyüğün etrafında oluşan şehir bir sur ile çevrilmiş ve höyüğün üzerine bir kale inşa edilmiştir. O zaman ki adı Tel-Başır iken sonradan Tılbaşar olarak anılmaya başlamıştır. 1995 yılında yapılan arkeolojik

kazılarda höyük eteklerinde eski Tunç Çağı, Bizans, Eyyubi ve Haçlı dönemlerine ait yerleşim yerleri ortaya çıkarılmıştır (Helvacıkara, 2012:30).

2.3.4.2.4. Rumkale

Rumkale, Gaziantep'in Yavuzeli ilçesi, Kasaba köyünün yakınında bulunmaktadır. Gaziantep şehir merkezinden 62 km. Yavuzeli ilçesinden 25 km. uzaklıkta yer almaktadır. Rumkale, Fırat Nehri ve Merzimen Çayı'nın kıyılarından itibaren yükselen kayalıklarla çevrili yüksek bir tepe üzerinde kurulmuştur. Kale 120 metre genişliğinde ve 200 metre uzunluğunda bir alanı kaplamaktadır (Cengiz, 2008: 19). Rumkale, tarih boyunca Hitit, Asur, Med, Pers, Roma ve Arap hâkimiyetine girmiş ve Şitamrat, Kal-a Rhomayta, Hromklay, Ranculat, Kal-at el Rum, Kal-at el Müslimin, Kale-i Zerrin (Altın Kale) ve Rumkale gibi birçok isimle adlandırılmıştır (Aras, 2008:42).

Rumkale'nin doğu ve batıda iki ana giriş kapısı bulunmaktadır Kale iki bedenden meydana gelmektedir. Birinci beden doğal kayalığın yontulmasıyla, doğal sur oluşturulmuştur. İkinci beden ise, bu doğal surun üzerine sert kalker kesme taşlarla sur duvarı olarak yapılmıştır. Kuzey ve doğudaki surlarında dikdörtgen planlı 7 burç ve kuzeyde çok sayıda mazgal pencere bulunmaktadır. Kalenin güneyindeki kayalık oyulup uçurum haline getirilmiştir. Böylece, savunma amacıyla kalenin karayla bağlantısı kesilmiştir. Kalede beden duvarları ve surlar dışında, günümüze ulaşan kalıntıları arasında Şair Aziz Nerses kilisesi, Barşavma manastırı, su sarnıçları ve su kuyuları bulunmaktadır. Su kuyusu yaklaşık 75 metre derinliğinde basamaklarla Fırat nehrinin seviyesine kadar inmektedir. Fırat nehrinden su temin etmek için yapılmış olan kuyunun gizli bir geçit olduğu rivayet edilmektedir (Kasar, 2015:68-69).

Kalede bulunan kilisenin Şair Aziz Nerses tarafından 1173'te yaptırıldığı veya onun anısına yaptırıldığı düşünülmektedir. Kilise Türklerin eline geçince, XVII. yüzyılda camiye dönüştürülmüştür. Barşavma Manastırı ise XIII. yüzyılda Yakubi Azizi Barşavma tarafından yaptırılmıştır. Roma Dönemi'nde Hz. İsa'nın havarilerinden Yohannes'in Rumkale'ye gelip Hristiyanlığı yayması nedeniyle Hristiyanlık tarihinde önemli bir rol oynamıştır. Kale, 1292'de Memluklu sultanı tarafından fethedilmiştir (Helvacıkara, 2012: 30). Mercidabık Savaşı'ndan sonra

1516 tarihinde Osmanlı topraklarına katılmıştır. Rumkale, üç yanı Birecik Baraj gölüyle çevrilmiş olup, bir yarımada görünümündedir (Cengiz, 2008:20).

2.3.4.3. Dini yapılar

Gaziantep, Güneydoğu'nun ticaret, sanayi, sanat ve kültür açısından en gelişmiş illerinin başında gelmektedir. Gaziantep, dini turizm açısından da oldukça zengindir. Tarih boyunca hem çok tanrılı dinlerin hem de vahye dayalı dinlerin önemli bir merkezi olmuştur (Güven, 2015:163). Dülük Köyü'nde bulunan mağaralardan, bölgede geçmişte birden fazla dini inancın var olduğu anlaşılmaktadır. Yuşa Peygamber'in türbesi ve Hz. Ökkaşe'nin türbesi ve Hz. İsa'nın havarilerinden Johannes, İncili'ni yazıp çoğalttığı varsayılan Rumkale inanç turizmi için en belirgin örneklerdir (Aras, 2008:104).

Gaziantep'te yer alan tarihi camiler, kiliseler ve türbelere aşağıdaki başlıklarda yer verilmiştir.

2.3.4.3.1. Tarihi camiler

Gaziantep'in tarihi camileri şehre hem görsel hem de sosyal açıdan katkı sağlamaktadırlar. Tarihi camiler şehrin içindeki konumları ve yapım tarihleri ile şehrin gelişiminin izlenmesine olanak sağlayan önemli mimari yapılardır. Camiler Osmanlı döneminde sadece ibadet amacıyla değil, din adamları vasıtasıyla yönetsel konuların iletilmesi için de kullanılan mekânlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Camilerin bu önemi, buldukları mahallelere adlarını vermelerinden de anlaşılmaktadır (Helvacıkara, 2012:46).

Gaziantep'te yer alan tarihi camilerin çoğunun yapımında kesme taş kullanılmıştır. Bu camiler plan ve süsleme açısından birbirinden farklıdır. Ancak camilerin planlarında ve minarelerinde Arap mimarisinin etkisi görülmektedir. Camilerin cephelerinde farklı renkte taşlar kullanılmıştır. Yöreden çıkarılan bu taşlar sarı, siyah ve kırmızıdır. Şehirde 16. yüzyılda inşa edilen Bostancı Camii dışındakiler 17. yüzyıl ortası ile 18. yüzyıl başlarında değişime uğramışlardır. Şehirde bulunan en eski cami, Ömeriye Camii'dir. Osmanlı öncesi yapılan diğer cami ise Boyacı Camii'dir. Bu iki cami dışında Memluklar dönemine ait olan Ali Nacar ve Eyüboğlu Camileri bulunmaktadır (Cengiz, 2008:27).

Bölgede 1822 yılında deprem olması ve Antep Harbi sırasında kullanılan top mermileri yapılarda çok büyük tahribata sebep olmuştur. Savaş sırasında özellikle hedef alınan minareler savaş sonrasında aslına uygun olarak tekrar yapılmıştır. Gaziantep Savunması esnasında şehirde 50'ye yakın caminin var olduğu bilinmektedir. Bunların 30 tanesi korunarak günümüze ulaşmıştır. Camiler fonksiyonlarını günümüzde de devam ettirmektedir. Gaziantep'te son yıllarda yapılan camiler çini işlemlerinin ve hat sanatının zenginliğiyle göze çarpmaktadır (Gaziantep Valiliği, 2008:122).

Gaziantep'te yer alan tarihi camilerden bazıları, Boyacı Camii, Ömeriye Camii, Şeyh Fetullah Camii, Ağa Camii, Şirvani Camii, Ahmet Çelebi Camii, Ali Nacar Camii, İhsanbey (Esenbek) Camii, Hacı Nasır Camii, Handan Bey Camii, Eyüboğlu Camii, Bostancı Camii, Alaybey Camii, Alaüddevle (Ali Dola) Camii, Tekke Camii, Nuri Mehmet Paşa Camii, Bekirbey Camii, Çınarlı Camii, Hacı Veli Camii, Hüseyin Paşa Camii, Karagöz Camii, Tahtani Camii, Dülükbaba Camii ve Ömer Şeyh Camii'dir (Yücetaş, 2015:64).

2.3.4.3.2. Tarihi türbeler

Türbe Türk Dil Kurumu tarafından “Genellikle ünlü bir kimse için yaptırılan ve içinde o kimsenin mezarı bulunan yapı” olarak tanımlanmıştır (www.tdk.gov.tr). Dini mekânlar içerisinde cami ve kiliseler gibi türbelerde turistler için önemli ziyaret yerlerindedir. Gaziantep, içinde bulunan türbelerle inanç turizmi açısından önemli bir evliyalar şehri olarak kabul edilmektedir. Evliyaların, Gaziantep'in kurtuluşu ve Türkler tarafından İslamlaştırılmasında büyük bir rolü olduğu ifade edilmektedir. Bu evliyaların türbelerine “ziyaret” adı verilmektedir (gaziantepturizm.gov.tr).

Yöre insanı türbeleri ziyaret ederek dileklerde bulunmaktadır. Dileği gerçekleşen kişiler kurban keserek veya fakirlere yardım ederek adaklarını yerine getirmektedir (Kaplan, 2011: 55). Gaziantep'te inanç turizmi açısından önemli yer tutan bu türbelerden biri olan Hz. Ökkeşe'nin türbesi Nurdağı ilçesine bağlı Durmuşlar köyünde bulunmaktadır. Türbeyi yöre halkı dışında çevre illerden hatta Suriye'den de ziyarete gelenler mevcuttur. Yaşarken kendisine cennet müjdelenen 7 aşıptan biri olarak kabul edilen Hz. Ökkeşe için Hz. Ömer'in Gaziantep'e İslamiyet'i yaymak için gelip döndüğünde “Ayıntap'a altı kale bıraktım, biri

Ukkaşe'dir" dediği bilinmektedir. Türbe 330 metrekarelik bir alanda bina ve bahçeden oluşmakta ve ziyaretçiler için inanç ziyaretinin dışında piknik yapma olanağı da tanımaktadır (Aras, 2008:104-106).

Gaziantep'te bulunan diğer türbeler ise; Yuşa Peygamber, Hacı Baba Türbesi, Şeyh Fetullah Türbesi, Karaçomak Türbesi, Kara Kabir Türbesi, Dülükbaba Türbesi, Çınarlı Mahmut Baba Türbesi, Nesimi Hazretleri, Sa'd Bin Ebu Vakkas Hazretleri, Pir Sefa Hazretleri, Şuaipzade Ali Akif Efendi, İbrahim Baba ve Ezogelin, Memik Dede ve Eydi Baba'dır (Bulut, 2015:50).

2.3.4.3.3. Tarihi kiliseler

1869 yılına ait "Halep Salnameleri" bilgilerine göre 19. yüzyıl sonunda Gaziantep'te 5 kilise bulunmaktaydı. 1912 yılına ait Osmanlı Yıllığı'ndan elde edilen bilgilere göre şehirde, 1 Meryem Ana Gregoryen Kilisesi, 1 Ermeni Katolik Kilisesi, 1 Latin Katolik Kilisesi, 3 Protestan Luteryan Tapınağı, 1 Anglikon Kilisesi ve 1 adet Sinagog bulunmaktadır. (Karslıgil Ünal, 2007:156).

Kendirli Kilisesi, 1860 tarihinde Fransız misyonerler ve üçüncü Napolyon'un yardımıyla Katolik Ermeni Kilisesi olarak yapılmıştır. Kilisenin planı Vatikan'dan Papalık Makamından gönderilmiştir. Zamanla yıpranan kilise, yıkılarak 1900 yılında yeniden yapılmıştır. Günümüzde rehberlik araştırma ve kültür merkezi olarak kullanılmaktadır (Yerleşmiş, 2015: 108). Meryem Ana Gregoryen Kilisesi, Ermeniler tarafından 1892 yılında ibadete açılmış, Gaziantep Savunmasının ardından hapisane olarak kullanılmış ve daha sonra camiye (Kurtuluş Camii) dönüştürülmüştür (Cengiz, 2008:132).

1723 yılında yapıldığı tahmin edilen Aziz Bedros Kilisesi, 2005 yılında yol açma çalışmaları sırasında ortaya çıkmıştır. Kilisenin yapımında kesme taş, süslemesinde ise pembe mermer ve bazalt taş kullanılmıştır. Kilisenin restorasyon çalışmaları tamamlanarak Ömer Aksoy Kültür Merkezi olarak hizmete sunulmuştur. Nizip Fevkani Kilisesi, Nizip ilçe merkezinde bulunmaktadır. Kiliseyi hangi tarihte, kimin yaptırdığı tam olarak bilinmemekte ve Bizanslılar döneminde yaptırıldığı düşünülmektedir. Geçmiş yıllarda depo ve han olarak kullanılmıştır. Kilisenin restorasyonu yapılarak, eski haline döndürülmüş ve sosyal amaçlarla kullanılmaktadır. Aziz Nerses Kilisesi, Rumkale'de 1173 yılında Patrik Aziz Nerses adına yapılmıştır. Kilise sur içinde kalenin güneyinde yer almaktadır. Ermeniler

tarafından 1113 yılından 1292 yılına kadar katolikosluk makamı olarak kullanılmış ve Memlûklular döneminde mescide dönüştürülmüştür (Güven, 2015:173-174).

2.3.4.4. Tarihi hamamlar

Hamam kelimesini, Türk Dil Kurumu “yıkılacak yer, yunak, ısıdam” olarak tanımlamaktadır (www.tdk.gov.tr). Arapça “ısınmak; sıcak olmak” anlamında kullanılan hamem kelimesinden türetilen hamam (hammâm) kelimesi sözlükte “ısıtan yer, yıkanma yeri” anlamında kullanılmaktadır. Farsça karşılığı “germâbe”dir. Türkçede hamam karşılığı olarak kullanılan en eski sözcük “munça veya munçak”tır. Gaziantep’te yıkanmak sözcüğü için halk arasında “çimmek” kelimesi kullanılmaktadır. İslam dininde temizliğe verilen önemden dolayı ve eski Antep evlerinde hamam olmadığından halkın toplu olarak temizlenebileceği hamamlar yapılmıştır (Kaplan, 2011:75).

Gaziantep’te bulunan hamamları diğer hamamlardan ayıran en önemli özelliği ısı kaybının aza indirgenmesi ve soğuk iklim koşullarından dolayı yarıya kadar toprağa gömülmeleridir. Bu sebepten Gaziantep hamamlarını uzaktan fark etmek biraz zordur. Bunun yanı sıra taş işçiliği ile oluşturulan süslemeleri ile de dikkat çekmektedir (Cengiz, 2008:33).

Tarihi hamamlara rağbet geçmişteki kadar fazla değildir. Bunun sebebi hamam ihtiyacının karşılandığı modern tesislerin açılması ve evlerde banyoların olmasıdır (www.gaziantep.gov.tr). Gaziantep’te günümüze kadar ulaşan hamamlardan bazıları; Keyvanbey Hamamı, Şeyh Fetullah Hamamı, Paşa Hamamı, Hüseyin Paşa (Tuğlu) Hamamı, Naip Hamamı, Eski Hamam, Tabak Hamamı, Nakıpoğlu Hamamı, İki Kapılı Hamam ve Pazar Hamamı’dır (Helvacıkara, 2012:56).

2.3.4.5. Tarihi hanlar

Gaziantep konumu ve halkının ticari alandaki yeteneğinin etkisiyle Osmanlı Dönemi’nde ticari faaliyetler açısından önemli bir şehir olmuştur. Ticarete yaşanan gelişmelerin bir sonucu olarak Gaziantep’te Osmanlı Dönemi’nde çok sayıda han inşa edilmiştir. 16. ve 17. yüzyılda inşa edilen hanlar tamamen şehre gelen tüccarların hayvanlarıyla birlikte konaklayabilecekleri şekilde düzenlenmiş yolcu hanlarından oluşmaktadır. 19. ve 20. yüzyıllarda inşa edilen hanlar ise çoğunluğu yolcu hanı iken diğerleri misafir hanı veya iş hanlarına benzer ticari hanlardan

oluşmaktadır. 16.-20. yüzyıllar arasındaki süreçte inşa edilen hanların bir kısmı bugüne ulaşırken, bir kısmı ise ulaşmamıştır (Zincirlioğlu, 2018:1).

Kurtuluş Savaşı'ndan önce Gaziantep'te 31 adet han vardı. Bu hanlardan sadece 18'i ayakta kalmıştır (Özkarıcı, 1987:1). Gaziantep'te bulunan hanların mimarisi incelendiğinde Selçuklu ve Osmanlı Dönemlerinde aktif bir şekilde rol aldığı anlaşılmaktadır. Hanlarda, kervanlar ve yolcular için yapılmış bölümler, alışveriş yapılan alanlar ve harp zamanlarında kullanılması için erzakların saklandığı depolar yer almaktadır. Günümüzde Gaziantep'te bulunan hanlar şunlardır: Paşa Hanı, Zeytin Hanı, Emir Ali Han, Hışva Han (Selçuk Han), Anadolu Hanı, Kürkçü Hanı, Yüzükçü Hanı, İnceoğlu Han (Budeyri Hanı), Buğday Hanı, Tütün Hanı, Tuz Hanı, Mecidiye Hanı, Elbeyli Hanı, Millet Hanı, Pir Sefa Hanı, Şire Hanı, Hacı Ömer Hanı ve Yeni Handır (Bulut, 2015:51, Barakazı, 2015:41-46).

2.3.4.6. Tarihi bedestenler

Bedestenler, eskiden alışveriş hayatının odak noktası olan üstü kapalı ve içinde alışveriş yapılan uzun çarşılardır. Gaziantep'te bugüne kadar ulaşmış ve hizmet vermekte olan bedestenler Kemikli Bedesten ve Zincirli Bedestendir (Aykın, 2005: 94). Bunların dışında şehirde üç bedesten daha tespit edilmiş fakat bu bedestenler yıkılmıştır. Yıkılan bedestenler; Lala Mustafa Paşa, Kadir Paşa ve Kuyumcular bedestenleridir (Cengiz, 2008:34).

Zincirli bedesten, Darendeli Hüseyin Paşa tarafından 1781 yılında yaptırılmıştır. Uzun yıllar et ve sebze hali olarak kullanılmıştır. Bina tek katlı ve L şeklinde bir plana sahiptir. İçerisinde 73 dükkân bulunan bedesten 2008 yılında restore edilerek, turistik hediyeler ve gıda ürünlerinin satıldığı otantik bir çarşı olmuştur. Kemikli bedestenin asıl adı Mecidiye bedestenidir. Müftü Hacı Osman Efendi tarafından 1865 yılında yaptırılmıştır. İki bölümlü, dikdörtgen planlı ve kesme taştan yapılmıştır. Çatısı oval şekilde yapılmış ve iki kapısı olan bedestenin içinde 72 dükkân vardır. Bu bedestende tekstil ürünleri satıcıları, aktarlar ve kuyumcular bulunmaktadır (Helvacıkara, 2012:60).

2.3.4.7. Tarihi kasteller

Kastel kelimesinin Türkçeye Arapçadan geçtiği tahmin edilmektedir. Gaziantep için önemli su tesislerinden sayılan kastel, suyun bölümlere ayrıldığı yer anlamına gelmektedir. Kastel genelde çeşmeleri tanımlamak için kullanılmakta iken,

Gaziantep'te özellikle yeraltı kaynaklarından gelen suya ulaşmak amacıyla bir kısmının veya tamamının yeraltına yapıldığı büyük su tesisleri için kullanılmıştır. Şehirde yer alan kasteller 10 ila 40 basamak kadar yoldan aşağıda, zeminin mağara şeklinde oyulması ile oluşturulan yapılardır. Kasteller geniş bir meydanın ortasında yer alan havuz ve havuzun etrafında yer alan oturma sekileri, helalar ve yıkanmak için kullanılan “çimeceklik” adı verilen kısımlardan oluşmaktadır. Ayrıca Pişirici ve İhsan Bey kastellerinde birer mescit de bulunmaktadır. Kentte günümüze ulaşan kasteller Pişirici Kasteli, İhsan Bey Kasteli, Şeyh Fetullah Kasteli, Ahmet Çelebi Kasteli ve Kozluca Kastelidir (Karslıgil Ünal, 2007:171-172).

Anadolu'da Gaziantep dışında başka bir yerde kastel yapılmadığı tahmin edilmektedir. Gaziantep'teki kastellerin ilk ne zaman ve nerede ortaya çıktığıyla ilgili bir bilgi bulunmamaktadır. Gaziantep şehir merkezinde, Alleben Deresi dışında akarsu bulunmadığından ve jeolojik yapının tüneller açmaya elverişli olmasından dolayı şehir dışındaki kaynaklardan kanallarla getirilen su yeryüzüne çıkmadan evlere, camilere ve kastellere dağıtılmıştır. Kasteller yazın sıcağın bunalan insanların serinledikleri, dinlendikleri ve su ihtiyaçlarını giderdikleri yerler olmuştur. İkinci bir havuzu bulunan kastellerde çamaşır, bulaşık ve yün yıkama da yapılmaktaydı. Kasteller sade ve gösterişsiz yapılarına rağmen şehrin içme suyuna kavuştuğu döneme kadar önemini korumaya devam eden yapılar olmuştur (Çam, 1984:165-167).

2.3.4.8. Festivaller

Festivaller, belirli zamanlarda bir topluma özgü değerleri kutlamak, anmak ve paylaşmak gibi amaçlarla, toplumun sahip olduğu sosyal ve kültürel zenginliklerin sergilenmesiyle gerçekleşen etkinliklerdir (Atak vd., 2017: 1399). Festival kelimesini Türk Dil Kurumu “Bir bölgenin en ünlü ürünü için yapılan gösteri, şenlik” şeklinde tanımlamaktadır (www.tdk.gov.tr). Festivaller, hem insanlar arasındaki dostluğu pekiştirmekte hem de farklı kültürlere ve yaşamlara duyulan merakı arttırarak insanları yeni yerler görmeye teşvik etmektedir. Bu sebeple festivaller turizm açısından oldukça önemlidir (Çulha, 2008:1833).

Festivaller, destinasyonlara turist çekmek için önemli olan organizasyonlar arasındadır. Destinasyonun sahip olduğu turizm çekiciliklerinin vurgulandığı festivallerde destinasyonun tanıtımı yapılmakta ve bu sayede dikkat çekmesi

sağlanabilmektedir. Bu katkısının yanında festivaller gerçekleştirildikleri bölgelerde oldukça fazla ekonomik katkı sağlamaktadır (Şengül ve Genç, 2016:79). Gaziantep'te; İslahiye Üzüm, Biber ve Kültür Festivali, Oğuzeli Nar ve Kültür Festivali, Fıstık Festivali ve Gaziantep Uluslararası Gastronomi Festivali yapılmaktadır (www.gaziantepturizm.gov.tr).

2.3.4.9. Geleneksel el sanatları

El sanatları, bir milletin kültürünün simgesi ve kültürünü tanıtan en önemli unsurlardır. El sanatı ürünler yapıldığı ülkenin kültürel kimliğinin en canlı kanıtı olarak görülmektedir. Bir ülkenin gelenek göreneklerinin, yaşam biçiminin gelecek kuşaklara aktarılmasında ve gelişerek devam ettirilmesinde el sanatları çok önemli bir rol oynamaktadır. (Özdemir ve Yıldırım, 2016:417).

Turizm sektörüyle etkileşim içerisinde olan el sanatlarının turistlerin alışverişlerinde önemli bir yeri vardır. Turistlerin gittikleri yerde otantik ürünler almasına neden olan güdüler normal satın alma davranışıyla ilgili güdülerden farklıdır. Turistlerin yanında götürdüğü hediyelik eşyalar geçirdiği kültürel tecrübenin bir delili anlamına gelmektedir. Satın alınan özgün bir ürün turistler için eşsiz bir deneyim olmanın yanı sıra, bölgeye yeni turistleri çekmeye de yardımcı olmaktadır. El sanatları bu sayede bulunduğu bölgeye turistik bir çekicilik sağlamakta ve istihdama katkıda bulunmaktadır. Ayrıca turizm faaliyetlerinin sürekliliğini ve kültürel değerlerin uluslararası boyutta tanınırlığına da imkân sağlamaktadır (Altınay ve İstanbullu Dinçer, 2017:346).

Gaziantep'te geleneksel el sanatları, binlerce yıllık tarihinden gelen çeşitli medeniyetlerin kültür mirası ve kendi öz değerlerinin birleşmesiyle oluşmuştur. Bu el sanatları; sedef kakma işlemeciliği, bakırcılık, kutnuculuk, aba dokumacılığı, yemenicilik, küpçülük, takunyacılık, Antep işi el işlemesi, gümüş işlemeciliği, Antep kilimciliği, kuyumculuk, zurnacılık vb. olarak sıralanabilir (Bayazit vd., 2012:903-904). Bu el sanatları aşağıda ayrı başlıklar halinde açıklanmıştır.

2.3.4.9.1. Sedef kakma işlemeciliği

Sedef; midye, istiridye gibi deniz hayvanlarının kabuğunda bulunan sert ve pırıltılı beyaz bir maddedir. Sedef, sedef kakmacılıkta hammadde olarak kullanılmakta ve sedefi işleyen kişilere “sedefkâr” denilmektedir (Özdal, 2018:64). Sedef kakmacılık, sedefin ahşapla beraber işlenmesi ile çeşitli süs eşyalarının

üretilmesidir. Sedef sanatının ilk örnekleri M.Ö. 4000 yılında Sümerlilere ait mezar taşlarında tespit edilmiştir. Osmanlı Devleti döneminde zirveye ulaşan bu sanat Türk-İslam sanatının klasik örneklerinin verildiği bir süsleme tekniğine dönüşmüştür. (Aktürk, 2013:91-92).

Gaziantep'te sedef işlemeciliği 1963 yılında başlamış ve ilk kez tabancaların tamirinde ve süslemesinde kullanılmıştır. Sonraki yıllara sedeften yeni ürünler üretilmeye başlanmıştır. Bu el sanatında hammadde olarak; midye kabuğu, ceviz ağacı, gümüş tel, sarı pirinç tel, kadife ve sedef kullanılmaktadır. Gaziantep'te 50 adet sedef atölyesi faaliyet göstermektedir. Özellikle turistlere yönelik eşyalar yapılmakta ve büyük bir kısmı Ortadoğu'ya ihraç edilmektedir. Bu ürünlerin neredeyse %90'ı dövizle satılmaktadır. Üreticilerine gelir kaynağı sağlaması ve ülke ekonomisine katkıda bulunması bakımından önemli bir el sanatıdır (Özdemir ve Yıldırım, 2016:417-418).

2.3.4.9.2. Bakırcılık

Bakır, silah ve alet yapmak için kullanılan ilk madenlerden biridir. Daha sonra ev aletleri, mutfak ve süs eşyası yapımında kullanılmaya başlamıştır. Gaziantep'te bakırcılığın ne zaman başladığı tam olarak bilinmemektedir. Bakırcılığı, Gaziantep Savunmasından önce Antepli ve Ermeni ustaların yaptığı bilinmektedir. Gaziantep'te bakırcılık hala devam etmekte ve el sanatları içerisinde özel bir yere sahiptir. Yapılan ürünler yurt içinde ve yurt dışında satılmaktadır (Özdemir ve Kaya, 2011:1250).

Bakır ürünler, bakırdan, bakır ve çinkonun karışımından elde edilen maddeyle yapılmaktadır. Gaziantep'te bakır işleminin özelliği tek parça olarak imal edilmesidir. Ürünlere lehim ya da başka bir yolla birleştirme yapılmamaktadır. Bakırın işlenmesinde kullanılan çekiç ve çelik kalem uygulaması yalnızca Gaziantep'te mevcuttur. Bu işleme yöntemiyle bir ürünün yapılması haftalarca hatta aylarca sürmektedir (Alan, 2011:9). Gaziantep'te bakır sini, tas, kahve tepsisi ve cezvesi, ibrik ve leğen takımları, kazan ve sahan gibi eşyalar üretilmektedir. Bunların dışında hediyelik eşya, nargile, duvar tabakları, fenerler, çaydanlık, ehli keyf takımları, havanlar ve kül tablaları gibi zengin işlemlere sahip bakır ürünler üretilmektedir (Aktürk, 2013:51).

Gaziantep'te bakırcılık sanatının yok olmaması için zanaatkârları destekleyici çeşitli çözümler üretilmeye çalışılmaktadır. Gaziantep'teki tarihi Bakırcılar Çarşısı, 2006 yılında restorasyon çalışmalarıyla yeniden canlandırılmıştır. Bu çalışmaların ardından, özellikle kültür turizmi açısından olumlu gelişmeler yaşanmıştır. Günümüzde bakırcılar çarşısı hem ustaların hem de turizmle uğraşan kişilerin çalıştığı önemli bir ticaret ve turizm merkezi haline gelmiştir (Ozan Kaya, 2010:21).

2.3.4.9.3. Kutnuculuk

Kutnu bezi dokumacılığı, Türkiye'de yalnızca Gaziantep'te tamamen el tezgâhlarında dokunan ipekli bir dokuma çeşididir. Kutnu kumaşların hammaddesi suni ipek ve pamuk ipliğidir (Duman, 2011:47). Kutnu kumaşı dokumacılığı, Gaziantep'te Kurtuluş Savaşı sonrasında başlamış ve Cumhuriyet Döneminde ise çok gelişmiştir (Bor, 2016:43). Osmanlı Döneminde saray kumaşları olarak bilinen kutnu kumaşlarından padişahlara kaftan dikilmekte ve elçilere verilen hediyelikler listesinde kutnular yer almaktaydı (Yazıcı, 2014:16). Kutnu kumaşı, önceleri Halep, Hama ve Humus'ta üretilip Anadolu'da satılmaktaydı. Daha sonra ise bu dokuma Gaziantep merkezinde, ilçe ve köylerinde üretilmeye başlanmıştır (Yılmaz, 2004:42).

Kutnu kumaşının üretim süreci çok zahmetlidir. Dünyada basma sanatı yokken ipeğin çeşitli boyalara defalarca batırılarak, kendine has renk ve motifler verilerek yapılan bir dokumadır. Kutnu kumaşı içinde hiçbir sentetik madde olmadığından çok sağlıklıdır. Kutnu kumaşının, mecdiye, zencirli, kemha, hindiye, sedefli, mekkavi, darcı, kürdiye, kırkalem, cütari, sultan, rehvacıoğlu, osmaniye, mehtap, mercan, çiçekli ve sedyeli gibi 60'tan fazla çeşidi vardır. Kutnu kumaşının hâkim rengi sarıdır. Altın renginde olan sarı hem kumaşa renk verir hem de doğal bir parlaklık kazandırır. Eskisi kadar olmasa da bazı yörelerde hala elbise olarak kullanılmaktadır. Ayrıca, turistik amaçlı, çanta, terlik ve çeşitli aksesuarlarla birlikte, perdelik kumaş ve folklor kıyafeti olarak da kullanılmaktadır (Helvacıkara, 2012:91).

2.3.4.9.4. Aba dokumacılığı

Aba, geçmişte deve, öküz ve at tüyünden, koyunun yününden ve keçi kılından dokunan özel bir kumaştan, el mekikli ahşap tezgâhlarda dokunan erkek giysisidir. Kolsuz bir giysi olan aba, dize kadar uzanmakta, önü ve arkası kapalı

olarak dokunmaktadır. Baştan ve kollardan geçirilerek giyilmektedir. Günümüzde suni boyalarla boyanıp, polyester ipliklerle dokunarak üretilmektedir. Geçmişte ise toprak, ceviz kabuğu, ceviz kökü, mor boya, sumak yaprağı, heylangoz yaprağı, meyve, kızılılık otu gibi kök boyalar kullanılarak boyanmaktaydı (Cengiz, 2008:54).

Aba, dokunduğu ipin türü ve rengine göre, üstündeki motiflere, boy ölçüsüne ve giyildiği yöreye göre isimlendirilmektedir. Yörelere göre, yerli aba (kırmızı, siyah, lacivert ve toprak rengine), Suriye (Humus) Abası, Urfa Abası, Maraş Abası, Kıl Aba, Kısa Aba, Uzun Aba, Sırmalı Aba gibi isimler almaktadır (Alan, 2011:22). Aba önceleri yoksulluğun simgesi olmuş, daha sonra ise tasavvufta önu açık ve geniş hırka olarak, dervişlerin giysisi olmuştur. Günümüzde ise bazı yörelerde halk oyunu ekiplerinin kıyafetlerinin üzerine aksesuar olarak giyilmektedir. Gaziantep'te bunun dışında kullanım alanı olmayan abalar, sembolik olarak dokunmakta ve otantik özelliği ile dış turizmde ilgi çekmektedir (Ulcay Uçarer, 2007:258).

2.3.4.9.5. Yemenicilik

Yemeni, üstü kırmızı ya da siyah deriden, tabanı köseleden dikilen topuksuz ve çok sağlıklı bir ayakkabıdır. Gaziantep'te yemeniciliğe "köşgercilik" yemeni dikenlere "köşger" ve yemeni ustalarına da "köşger ustası" denilmektedir. Köşger kelimesi Farsça "keşger" kelimesinden gelmekte ve anlamı ayakkabı yapan demektir. Yemeni ilk defa Yemen'de Yemen-i Ekber isminde biri tarafından icat edilmiş ve ayakkabıya kendi ismini vermiştir (Yerleşmiş, 2015:160). Tüm dikişleri elle yapılan yemenide kesinlikle plastik maddeler kullanılmamaktadır. Yemeni ayakta oluşabilecek rahatsızlıkları önlemekte, yazın serin, kışın sıcak tutmaktadır. Üst tabanıla alt tabanı arasında bulunan kil, vücuttaki elektriği toprağa vererek vücudu rahatlatmaktadır. Gözenekli deriden yapıldığı için teri dışarıya vermekte ve ayakta koku oluşumunu önlemektedir (Cengiz, 2008:190).

Yemeniler, modellerine göre merkup, halebi, burnu sivri, kulağı uzun, eğri simli gibi isimler almaktadır. Renklerine göre ise siyah, annabi (patlıcan moru), gül şeftali (kırmızı) ve edik (sarı) gibi isimler almaktadır. Yemeniler büyüklüklerine göre de metelik, küçük hasbe, büyük hasbe, vastani, orta ayak, zegender, ges, lorba, uz gezer, ulu ayak ve zelber gibi isimler almaktadır (Aras, 2008:84).

2.3.4.9.6. Takunyacılık

Arapça'da nalın ayakkabı anlamındaki “nal” ve bir çift ayakkabı anlamı taşıyan “naleyn” sözcüklerinden türetilmiştir. Dilimizde takunyaya “Nalin” veya “Nalın” denilmektedir. Takunya çok eski zamanlarda kullanılan, tek parça tahtanın üzerine geçirilen deriden tasmaı olan ayakkabıdır. Daha çok ıslak zeminlerde kullanmak için tasarlanmıştır. En çok Güneydoğu Anadolu'da kullanılmaktaydı. Giyen kişilerin vücudundaki olumsuz elektriği aldığı, insanlara rahatlık hissi verdiği belirtilmektedir. Takunya için Gaziantep'te “Hapbab” kelimesi de kullanılmaktadır (www.gaziantepturizm.gov.tr).

Takunya; ceviz, gürgen, çınar, şimşir ve dut ağacından yapılmaktadır. Kullanılacak ağaçların kuru olması gerekmektedir. Takunyanın kalınlığına ve yüksekliğine bağlı olarak keresteler dikdörtgen prizma şeklinde kesilip sonrada iki parçaya ayrılmaktadır. Hızarın olmadığı zamanlarda “nalıncı keseri” denilen keserle şekillendirilmekteydi. Bir camla düzleştirme işlemi yapılır, ardından zımpara işlemine geçilmektedir. Bu işlemler bittikten sonra ise takunyalar boyanmaktadır. Boyamada ise genel olarak kırmızı ve siyah renkler kullanılmaktadır. Bitki motifleri veya farklı şekillerle süslenmektedir. Bazılarının sedefle süslendiği, oyma kazıma tekniğiyle farklı dolgu malzemeleri eklendiği bilinmektedir. Tasma kısımları plastik ya da farklı malzemelerden yapılabilmektedir (gaziantepturizm.gov.tr).

2.3.4.9.7. Antep işi el işlemesi

Antep işi, kasnak ve gergef yardımıyla, “ajur ve susma” adı verilen teknikler kullanılarak, ipliği sayılabilen veya sayılamayan, kumaşlar üzerine iplik kesilerek ve çekilerek, motif fonları hazırlanarak yapılan yöresel bir el sanatıdır. Gaziantep'te Antep işinin ne zamandan beri yapıldığı tam olarak bilinmemektedir. Ancak ilk kez 1850'lerde Gaziantep'teki köylerde erkeklerin taktıkları takkelerin motiflerinde kullanıldığı görülmüştür. Gaziantep'te özellikle kıyafetlerde sıklıkla kullanılmıştır (Sönmez, 2005:121-122).

Antep işi, Bursa keteni, Rize bezi, Panama keteni, birman, demor, çuval, saten gibi kumaşlar üzerine işlenmektedir. Antep işi Anadolu'nun çoğu yöresinde kızların çeyizindeki en değerli parçalarından biridir. Elbise, bluz süslemeleri, dekoratif ürünler, oda ve yatak takımları gibi ürünlerde kullanılmaktadır. Yakın

döneme kadar Gaziantep'te her genç kızın çeyizinde Antep işi bulunması vazgeçilmez bir gelenektir. (Helvacıkara, 2012:95).

2.3.4.9.8. Gümüş işlemeciliği

Gümüş işlemeciliği Gaziantep'te ev eşyalarında ve takılarda öne çıkan el sanatlarından biridir. Karkamış, Dülük, Zeugma gibi ören yerlerinden çıkartılan gümüşler, Gaziantep'te eski çağlardan beri kullanıldığını ispatlamaktadır. Bu sanat, İslamiyet'in Anadolu'ya yayılmasıyla daha çok gelişme göstermiştir. Osmanlı Döneminde ise zirveye ulaşmıştır. Bu dönemde çeşitli takıların yapımında, Kuran-ı Kerim kılıflarında, nalın işlemelerinde, tabanca kabzası işlemelerinde, tespihlerin püskül kısmında, kılıç ve kama saplarının işlemeciliğinde kullanılmıştır. Şehirde bu sanatın gelişmesinde Türkistan'dan Gaziantep'e gelen ustaların büyük payı vardır (Gaziantep Valiliği, 2008:202).

Gaziantep'te ellinin üzerinde gümüş işleme atölyesi bulunmaktadır. Bu atölyelerde yeni ve dekoratif tasarımlarla üretim yapılmaktadır. Bu atölyelerde; gerdan, kemer, düğme, yüzük, koruklu bilezik, kolye, küpe gibi takılar ve ağızlık, tespih, sigara tabakası, baston sapı gibi ürünler yapılmakta ve turistik bölgelerde satılmaktadır. Gümüş işlemeciliği Gaziantep'te hızla gelişmekte ve önemli bir döviz girdisi sağlamaktadır (Cengiz, 2008:55).

2.3.4.9.9. Antep kilimciliği

Gaziantep kilimlerinin ham maddesi öküz, deve, keçi, at tüyü, ve koyun yününden oluşmaktadır. Kilimlerin boyanmasında siyah felhani, mavi, yeşil boya, cehre sarısı, ceviz kabuğu, soğan kabuğu ve sumak yaprağı gibi doğal boyalar kullanılmaktadır. Gaziantep'te dokunan kilimler genellikle 69 cm. eninde 260 cm. boyundadır. Gaziantep kilimlerinde çizgi, nokta, daireden oluşan motifler, sembolik ve ideografik motifler, hayvan motifleri, bir manası olan motifler, geometrik motifler ve bitki motifleri kullanılmaktadır (Duman, 2011:50-51).

Gaziantep'te dokunan kilimler Anadolu'daki diğer kilimlerden şekil, dokunuş biçimleri, nakışları ve tezgâh yönünden çok farklıdır. Bölgede kilimciliğin hangi tarihte başladığı bilinmemektedir. Gaziantep'te çok yaygın olduğu devirlerde, yalnız el tezgâhlarında imal edildiği ve yedi bine yakın el tezgâhında aktif bir şekilde dokuma yapıldığı, 1960'lara gelindiğinde ise tezgâh sayısının 100-150'ye düştüğü belirtilmiştir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte motorlu dokuma tezgâhları

kullanılmaya başlanmış ve talebin de düşmesiyle yok olmaya başlamıştır. Günümüzde genellikle kırsal alanlarda kadınlar tarafından kendi ihtiyaçları için dokuma yapılmaktadır. Gaziantep'te, Halk Eğitim Merkezleri kilimciliğin yaygınlaştırılması amacıyla kurslar açmaktadır. Gaziantep kilimlerinin bilinen çeşitleri arasında; baklava dilimi, habbap ayağı, kuşkanadı, zincir göbek, dirsek göbek, pençe göbek, çarkifelek, parmak göbek ve atom göbek yer almaktadır (Helvacıkara, 2012:95).

2.3.4.9.10. Küpçülük

Gaziantep'te küpçülüğün başladığı tarih tam olarak bilinmemektedir. Fakat yapılan arkeolojik kazılarda M.Ö. 6000-7000 yıllarında yörede seramikçiliğin olduğu anlaşılmıştır. Yine şehirde yapılan arkeolojik kazılarda M.Ö.3000-1100 yıllarında topraktan yapılan kaplara rastlanmıştır. Günümüzden 50-100 yıl kadar öncesinde şehrin etrafındaki mağaralarda küp yapılan birçok atölyenin olduğu bilinmektedir. Topraktan yapılan çömlek, küp, tabak ve saksı gibi eşyalar az da olsa hala günlük hayatta kullanılmaktadır (Duman, 2011:59-60).

Küpün toprağı birkaç türlü toprak ve silisin karıştırılmasıyla elde edilmektedir. Bu karışım güzelce yoğurularak çamur haline getirilip sonrasında dinlendirilip mayalandırılması ile hazırlanmaktadır. Dinlenen çamur çark denilen ayakla veya makinalarda istenilen biçimde şekillendirilmektedir. Kurutmak amacıyla güneş görmeyen ve rüzgâr olmayan bir alanda tutulur. Kurumuş olan küpler ısı yavaş yavaş arttırılarak fırında pişirilir. Pişirme işlemi bittikten sonra soğuyan eşyalar kullanıma hazır hale gelmektedir (Özdal, 2018:71).

Küp kullanımı, bakır, çinko, gümüş gibi madenlerin bulunması, mutfak eşyalarının yeni keşfedilen malzemelerle ve tekniklerle üretilmesi sonucunda bitmiştir. Bu yüzden küp ve toprak malzemesi satan yerler tek tek kapanmıştır. Bugün ise birkaç yaşlı usta bu mesleği yürütmeye çalışmaktadır. Buna rağmen turizmin gelişmesiyle ve el işçiliğine verilen değerin artmasıyla Türkiye genelinde olduğu gibi bu mesleği icra eden ustalar teknolojilerini geliştirmişler ve hatıra eşyası, şehirlerdeki park ve bahçelerde kullanılan saksıların üretimini yapmaya başlamışlardır (Cengiz, 2008:56).

2.3.4.9.11. Kuyumculuk

Altın kolayca işlenen, değerli, paslanmaz metalik bir elementtir. Yazılı kayıtlara göre M.Ö. 3200 yıllarında Mısır'da para yapımında kullanılmıştır. M.Ö. 3. yüzyılda Anadolu ve Gaziantep'te Romalılar zamanında altına rastlanmaktadır. M.Ö. 1000'li yıllarda Orta Asya'da yaşayan İskitler'in de altınla uğraştıkları bilinmektedir (Genç, 2010:19).

Gaziantep'te Cumhuriyetten önce Halep'ten getirilen altınlar Ermeniler tarafından satılmaktaydı. Gaziantep'te kuyumculuk, Kurtuluş Savaşı sonrasında Ermenilerin Türkiye'den gitmesiyle zayıflamıştır. 1918'de Gaziantep'e gelen Sait Türkistanlının çabalarıyla ve yetiştirdiği ustalarla meslek tekrar gelişmeye başlamıştır. Yine de Gaziantep'te 1950'lere kadar takılar dışarıdan imal ettirilerek satılmaktaydı. İlerleyen yıllarda Gaziantep'te kuyumcular; halka, yakut, zümrüt, firuze, renkli taşlı yüzük, çöp, telkâri, yılanlı, burmalı, çakma gibi bilezik, kemer ve daha birçok çeşit altın takı imalatı yapmışlardır. İsteğe göre de yapmaya devam etmektedirler. Başka illerde altınlar 18 ve daha düşük ayardan yapılırken, Gaziantep'te 22 ayar ve 916 milyemden yapılmaktadır (Cengiz, 2008:56). Bugün ise altmışa yakın imalatçı, beş yüzden fazla kuyumcu, beş yüze yakın iş yeri ve bu iş yerlerinde iki bine yakın çalışan bulunmaktadır. Türkiye'de kuyumculuğun daha ileriye taşınabilmesi için çalışmalar sürdürülmektedir (www.gaziantepturizm.gov.tr).

2.3.4.9.12. Zurnacılık

Üflemeli bir halk çalgısı olan zurnanın ilk yapımı Orta Asya'ya kadar uzanmaktadır. Türk halk müziği ve halk oyunlarının en başta gelen çalgı aletidir. Düğünlerde, bayramlarda, karşılama törenlerinde çalınmakta ve mehter takımında da yer almıştır. Zurna, Gaziantep'te davul ile birlikte halay oyunlarında çalınmaktadır. 2 oktava yakın bir sese sahip olan zurna, bu güçlü sesinden dolayı bir açık hava çalgısıdır. Özel bir nefes tekniği ile üflenerek çalınan zurna, güçlü bir nefes gerektirdiğinden ve göreneklerden dolayı erkekler tarafından çalınmıştır. Gaziantep'te zurna yapımıcılığının ne zaman başladığı kesin olarak bilinmemekte fakat oldukça eskiye dayandığı belirtilmektedir (Ulçay Uçar, 2007:274).

Zurna, kalın zerdali ağacından yapılmakta ve üç kısımdan oluşmaktadır. Bu kısımlar, mezik denilen baş kısmı şimşir ağacından yapılmaktadır. Ağız kısmı geniş, orta kısmı ise dardır. Zurnanın üzerinde 15 delik bulunmaktadır. Bunlardan 8 tanesi

büyük (nota deliği) ve 7 tanesi küçüktür (çin deliği). Zurnanın mezik kısmına kamaştan metem denilen uç yapılmaktadır. Zurnanın delikleri ısıtılmış demir ile dağlanarak sesin daha düzgün çıkması sağlanır. Gaziantep'te üç çeşit zurna imal edilmektedir. Bunlar 32,5 cm uzunluğunda olan tüm kaba zurna, 31 cm uzunluğunda olan orta kaba zurna ve 30 cm uzunluğundaki cura zurnadır. Zurna yapan kişilere "harat" denilmektedir. Bir usta bir gün içerisinde sadece 1-2 tane zurna yapabilmektedir (Alan, 2011:15).

2.3.4.10. Geleneksel Gaziantep mutfağı

İnsanın hayatını devam ettirebilmesi için açlığını gidermesi biyolojik bir olaydır. Bu açlığın nasıl, nerede, ne zaman, nelerle giderildiği ve bunlarla şekillenen duygu, düşünce ve davranış biçimleri bir toplumun mutfak kültürünü yansıtmaktadır. Kültürün en önemli göstergelerinden olan mutfak kültürü, bölgede yetiştirilen hayvansal ürünler, bitki, sebze ve meyvelerin yemeklerde ve içeceklerde nasıl kullanıldığı, pişirme teknikleri ve saklama yöntemleri, yemek etrafında oluşan inanç ve sofrada adabı, mutfakta kullanılan araç gereçler ile bunların fonksiyonlarından oluşmaktadır (Yazgan, 2016:22). Gaziantep, insanların ilk kez geniş çaplı tarım yapmaya başladığı, birçok ticaret yolunun üzerinde ve farklı medeniyetlerin yer aldığı bir coğrafyada bulunmaktadır. Gaziantep'in mutfak kültürünün genişliğinin ve çeşitliliğinin bu konumundan kaynaklanabileceği belirtilmektedir (Nahya, 2012:13).

Gaziantep denildiğinde akla ilk olarak Gaziantep mutfağı gelmektedir. Gaziantep mutfağının, yemek çeşitlerindeki zenginliğiyle dünya mutfakları içerisinde önemli bir yeri vardır. Bu zenginlik bölgede yaşamış olan medeniyetlerin çeşitliliğinden, bulunduğu coğrafyadan, ikliminden, bitki örtüsünden ve üretim şekline kaynaklanmaktadır (Yazgan Serinkaya, 2017:29, Kaplan, 2011:110). Dünya genelinde ülkesinin adıyla değil de direkt olarak şehrinin adı ile anılan mutfak kültürüne çok rastlanmamakla birlikte, Gaziantep mutfağı bu özelliği ile de kendini ispatlamaktadır (Süzer, 2018:28).

Gaziantep'in tarihi her alanda olduğu gibi mutfak kültüründe de kendini göstermektedir. Ali Eşref Dede'nin 18. yüzyılda yazdığı Yemek Risalesi'nde bölge mutfağında yer alan ciğer kebabı, taze peynir helvası ve badıncan dolmasının hala aynı isimde ve benzer şekilde yapıldığı görülmektedir. Dede Korkut Masallarında geçen kara kavurma, yahni, borani, sarımsak aşısı ve katmer sofralarda aynı yerini

korumaya devam etmektedir. Gaziantep mutfağının dünya çapında tanınmış bir yerel mutfak olduğu söylenebilir (Kargiglioğlu ve Akbaba, 2016:91).

Gaziantep, yiyecek-içecek bakımından Türkiye’de en fazla coğrafi işaretli ürüne sahip şehirlerden biridir. Gaziantep’in Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından 17 adet ürünü tescillenmiştir. Bu ürünler; Antep baklavası, Antep beyranı, Antep bulguru, Antep fıstığı ezmesi, Antep fıstığı, Antep firiği, Antep katmeri, Antep köy kahkesi, Antep tırnaklı pidesi, Antep yuvarlaması, Antep şiveydizi, Antep lahmacunu, Antep kuru patlıcanı, Antep muskası, Antep peyniri, Antep yeşil zeytin böreği ile Nizip zeytinyağıdır (www.turkpatent.gov.tr). Gaziantep, Avrupalı Seçkin Destinasyonlar Projesi’nin (EDEN) 2015 yılı Ulusal Destinasyonu “Yerel Gastronomi ve Turizm” teması ödülünü almıştır. Ayrıca 2015 yılında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına girmiştir (en.unesco.org).

Gaziantep mutfağında bütün pişirme teknikleri kullanılmakta ve 475 çeşide yakın yemek bulunmaktadır. Gaziantep yemeklerinde et çok fazla kullanılmakta ve ağırlıklı olarak koyun eti tüketilmektedir. (Gökırmaklı vd., 2017:60). Gaziantep’te 180 çeşit kebab ve 50 çeşit köfte vardır. Yemeklerde bolca et, baharat ve yağ kullanılmaktadır. Yemekleri yöresel yapan öğelerden biri de baharat kullanımudur. Yoğurtlu yemeklerde haspir ve nane, bazı yemek ve çorbalarda ise tarhın, ciğer kebabında kimyon, aşurede rezene, sütlaçta tarçın kullanılarak lezzet, aroma ve görüntü açısından yemekler zenginleştirilmektedir (Kaplan, 2011:110, Süzer, 2018:29).

Gaziantep mutfağında kebablar önemli bir yere sahiptir. Arapça “kebbeb” kelimesinden dilimize kebab olarak geçmiştir. Gaziantep’te kebabın her çeşidi yapılmaktadır. Gaziantep kebabını lezzetli yapan etlerin et makinesi yerine zırh kullanılarak kıyılması, sinirsiz ve yağsız kara et ve döş eti kullanılması, içine kuyruk yağı eklenmesidir. Kebablar kullanılan etin şekline (kıyma ve tike) ve kullanılan sebze veya meyveye göre (soğan kebabı, yenidünya kebabı) farklı isimler almaktadır. Gaziantep’te etli ve sebze yemeklerin çoğu yoğurt kullanılarak yapılmaktadır. Başka bir mutfakta yoğurdun yemeklerde bu kadar çok kullanıldığı görülmemektedir. Yemeklerde yoğun bir şekilde bölgede yetişen yerel malzemeler kullanılmaktadır. (Giritlioğlu ve Karaman, 2017:396).

Kış mevsimi için patlıcan, kabak, domates, acur, dolmalık ve acı biberler mevsimi gelince güneşte kurutulmaktadır. Kışlık hazırlıklar arasında reçel, şurup, marmelat çeşitleri de yer almaktadır. Gül, incir, karpuz, domates, yeşil ceviz ve yabani meyvelerden yapılan reçeller bu türün özgün örneklerindedir. Salça ve biber yapımı Gaziantep'te kış hazırlıklarında ön sırada yer almaktadır. Biber ve domatesler güneşte koyulaştırılarak salçalar hazırlanır. Salça, Gaziantep yemeklerinde oldukça fazla kullanılmaktadır (Gaziantep Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017:200).

Gaziantep mutfağına ait bazı yöresel yemekler; kuşbaşı kebabı, ezmeli tike kebabı, patlıcan kebabı, çağırtlak kebabı, simit kebabı, kemeli kıyma kebabı, sarımsak kebabı, yenidünya kebabı, külbastı, alinazik, lahmacun, soğan yahnisi, paça, beyran, kabak oturtması, yuvalama, şiveydiz, sarımsak aşısı, yoğurtlu patates, firik pilavı, mercimekli pilav, iç pilav, maltıhalı aş, dövme aşısı, simit aşısı, yaprak buğulaması, karnıyarık, imambayıldı, borani, pirpirim aşısı, kabak musakka, öççe, etli bamya, ciğer kavurması, kabaklama, etli bamya, bulgurlu kabak dolması, firikli acur dolması, haylan kabağı dolması, karışık yaz dolması, mumbar, içli köfte, maltıhalı köfte, yağlı köfte, kısır, omaç ve akıtmalı ufak köftedir (Güven Yeşildağ vd., 2017:22).

Gaziantep mutfağında yer alan tatlılar; hamurlu tatlılar, sütlü tatlılar, meyveli tatlılar, helvalar ve diğer tatlılar olarak sınıflandırılabilir. Tatlılar içerisinde hamurlu tatlılar daha yaygındır. Hamurlu tatlılar arasında en özeli baklavadır. Baklava, içine konulan malzemeye ve dilimlenme şekline göre farklı isimler almaktadır. Baklava dışında ince yufkalarla yapılan şöbiyet, bülbülyuvası, sarma ve dolangel gibi tatlılarda yapılmaktadır. Baklavadan sonra diğer önemli tatlı ise kadayıftır. Kadayıflar içine konulan malzemeye göre; fıstıklı, cevizli, kaymaklı, peynirli, şekline göre burma ve taş kadayıf gibi adlar almaktadır. Diğer hamurlu tatlılara lokma, şam tatlı, ırmik tatlısı, revani, müşebbek ve sarığburma örnek verilebilir (Tokuz, 2012:331).

Geleneksel sütlü tatlılar içerisinde sütlaç, zerde ve muhallebi çok yaygındır. Zerde ve sütlaç Gaziantep'te Ramazan Bayramı'nda her evde hazırlanmakta ve gelen konuklara ikram edilmektedir. Gaziantep mutfağında tatlılarda meyvelerin doğrudan kullanımını reçel ve marmelatlar ile sınırlı kalmaktadır. Helvalarda tatlılar içerisinde

önemli bir yer tutmaktadır. Çiğ helva, tahin helvası, leblebili helva, susamlı helva, cevizli helva, fıstıklı helva, unlu helva, tel helva, keten tohumlu helva ve memiye gibi çeşitleri bulunan helva kış aylarında çok tüketilmektedir (Tokuz, 2007:243-246).

Gaziantep deyince akla ilk gelen şeylerden biri de Antep fıstığıdır. İnsan vücudunun temel gıda gereksinimlerini karşılayabilecek bileşenleri içerdiğinden, vücut fizyolojisi ve metabolik fonksiyonları üzerinde pozitif etkisi olan Antep fıstığı “fonksiyonel gıda” olarak kabul edilmektedir. Çerez olarak tüketilmekte, şekerleme ve tatlı sanayinde, dondurma yapımında, aroma katkısı olarak kullanılmaktadır. Antep fıstığı “Akdeniz Geleneksel Gıda Piramidi’ne” göre her gün tüketilebilen gıdalar içerisinde yer almaktadır (Cengiz, 2008:61).

Gaziantep’te mutfak kültürü, şehrin ekonomisine büyük katkı sağlamaktadır. Farklı illerden insanlar Gaziantep baklavasını ve kebabını yemek için özel olarak gelmektedir. Gaziantep’te bulunan bazı restoranlar yalnızca Türkiye’de değil yurtdışında da tanınmaktadır. Gaziantep’te yöresel tatların unutulmasını önlemek için belediyelerin ve özel şirketlerin açtığı yemek kursları bulunmaktadır. Bu kurslar insanlara iş olanağı sağlamasının yanında şehrin mutfak kültürünün kalıcılığını da sağlamaktadır (Kaplan, 2011:111).

2.4. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Bu bölümde, kültür turizmi ile ilgili alan yazında yapılmış olan araştırmalar ile bu araştırmalardan elde edilen sonuçlara yer verilmektedir. Bu kapsamda kültür turizmi gelişimi, kültür turizmi potansiyeli, kültür turisti türleri ve turistlerin kültür turizmine yönelik algıları konularında gerçekleştirilen araştırmalar incelenmektedir. İncelenen araştırmalar iki ana başlık altında sunulmuştur. İlk başlık konu ile ilgili yerli araştırmaları, ikinci başlık ise konu ile ilgili yabancı araştırmaları kapsamaktadır. Bu doğrultuda incelenen yerli ve yabancı araştırmalar ve bu araştırmalardan elde edilen sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

2.4.1. İlgili Yerli Araştırmalar

Araştırmanın bu başlığı altında konu ile ilgili yapılmış olan 32 yerli araştırma hakkında bilgiler sunulmuştur.

Deniz ve Savaşkan (2018) taşınmaz kültür varlıkları kapsamında kültür turizmi ve kültür turizmi açısından önemli bir destinasyon olan İstanbul şehrine ve

Ayasofya Müzesi'ne vurgu yapmak amacıyla ikincil kaynaklardan elde edilen verilere dayanarak değerlendirme yapmışlardır. Ayasofya Müzesi'nin hem İstanbul hem de Türkiye için kültürel bir çekicilik unsuru olduğunu, en çok ziyaretçi çeken ilk üç müze içerisinde olduğu, bu tarz çekicilik unsurlarının etkili bir şekilde kullanılması ve korunması gerektiği ifade edilmiştir.

Baysal ve Özgürel (2018) Aydın ilinin kültür turizmine katkı sağlayacağı düşünülen Gencer geleneğini turizm perspektifinden değerlendirmek amacıyla 1 Ocak 2018-30 Nisan 2018 tarihleri arasında yerli halktan 20 kişi ile derinlemesine görüşmeler yapmışlardır. Araştırmacılar, görüşmelerden elde ettikleri verileri frekans ve yüzde analizlerine tabi tutmuşlardır. Görüşmeler sonucunda, yerel halkın Gencer geleneğini sürdürmeye istekli oldukları, festivale dönüştürülmesi için çaba gösterilmesi gerektiği böylelikle daha geniş kitlelere ulaşıp yörenin tanıtımına ve turizmine katkı sağlayabileceği vurgulanmıştır.

Ergan (2017) kültür turizmine katılan kişilerin, kültür turizmi seçiminde sosyal medya ve sosyal medya pazarlama uygulamalarının ne ölçüde etkili olduğunu belirlemek amacıyla İstanbul'da yaşayan, sosyal medya kullanan ve kültür turizmine katılan 393 kişiye anket uygulamıştır. Anketlerden sağlanan veriler frekans, yüzde ve t-testine tabi tutulmuştur. Araştırmada sosyal medya pazarlama uygulamalarının tüketicilerin kültür turizmi seçiminde etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Mesci vd. (2017) Aksaray ilinin sahip olduğu kültürel değerleri incelemek ve Aksaray'da kültür turizminin sürdürülebilirlik açısından önemini ortaya koymak amacıyla SWOT analizi yapmışlardır. Analiz sonucunda, Aksaray ilinin birçok kültürel yapı ve değerlere sahip olduğu; fakat seyahat acentesi ve alt yapı eksikliğinden kaynaklanan bazı sorunlar olduğu belirtilmiştir. İldeki turizm faaliyetlerinin gelişiminin artması için tanıtım ve planlamaya önem verilmesini, tüm bu faaliyetlerde yerel yönetiminde desteğinin sağlanması gerektiği ifade edilmiştir.

Uspanova (2017) Kazakistan'da kültür turizminin potansiyelini araştırmak amacıyla SWOT analizi yapmıştır. Ayrıca Kazakistan eyalet valiliklerinde, seyahat acentelerinde ve 5 yıldızlı otellerde çalışan toplam 1076 kişinin bu konudaki algılarını belirlemek amacıyla anket çalışması uygulanmıştır. Araştırmanın hipotezlerinin test edilmesi için t-testi ile tek faktörlü varyans analizinden faydalanılmıştır. Kazakistan turizminin güçlü ve zayıf yönleri, fırsatları ve tehditleri

değerlendirilmiş, anketlerden elde edilen bulgulara göre katılımcıların görüşlerinde, demografik özelliklerine göre, çalıştıkları işletmelere, çalışma süreçlerine göre farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Karapınar ve Barakazı (2017) kültürel miras turizminin sürdürülebilir turizm açısından değerlendirilmesi üzerine bir bakış açısı oluşturulması ve Şanlıurfa'da bulunan, tarihin bilinen ilk tapınağı olan Göbeklitepe ören yerinin potansiyelinin değerlendirilmesi amacıyla SWOT analizi yapmışlardır. Araştırma sonucunda, Göbeklitepe ören yerinin tanıtımının, alt ve üst yapı olanaklarının yetersiz olması nedenleriyle, stratejik bir master planı oluşturulması önerilmiştir.

Sezer (2017) Giresun'un Şebinkarahisar ilçesini kültür turizmi açısından değerlendirmek amacıyla saha gözlemi yöntemini kullanmıştır. Şebinkarahisar ilçesinin kültür turizmi açısından elverişli bir durumda olduğu görülmüştür. Ayrıca tanıtımın etkili yapılması, erişim, konaklama ve turistik altyapı olanaklarının geliştirilmesi, kültür varlıklarının korunması ve yaşatılmasına dönük çalışmaların artırılması halinde, ilçenin kültür turizmi açısından dikkat çekici bir konuma erişeceği sonucuna varılmıştır.

Gül ve Yılmaz (2016) Vezirköprü yöresinin kültür turizmi potansiyelini ortaya çıkarmaya yönelik yaptıkları araştırmada SWOT analizinden yararlanmışlardır. Bu araştırmada yöreyle ilgili çeşitli konularda bilimsel çalışmalar yapmış bilim insanları ile kamu ve sivil toplum örgütü temsilci ve yöneticilerinden oluşan 24 kişiye anket uygulamışlardır. Anketlerden elde edilen verileri bilgisayar programı yardımıyla nicel verilere dönüştürerek SWOT ölçütlerinin temel kültür turizmi kriterleriyle olan ilişkileri analiz edilmiştir. Analiz sonuçları, yörenin en güçlü yönünün, tarihi ve arkeolojik değerlere sahip olmasına; en zayıf yönünün ise turizmle ilgili bilinç ve deneyim yetersizliği olduğuna işaret etmektedir. Yörenin sahip olduğu turizm potansiyelinin değerlendirilmesi için strateji geliştirilmesini ve planlamaya ihtiyaç olduğunu, yöre halkının turizm konusunda bilgi ve deneyim kazanması gerektiğini, kültürel değerlerin korunması için önleyici çalışmaların yapılmasını önermişlerdir.

Akkuş ve Güneş (2016) Mersin'in Aydıncık ilçesinde ve çevresinde kültür turizmi potansiyelini ve kültür turizminin bölgede gelişebilmesi için yapılması gerekenleri belirlemek amacıyla bir araştırma yapmışlardır. Araştırmada veri

toplamada literatür taraması ve saha çalışması yöntemi kullanılmıştır. Saha çalışmasında Aralık 2014-Mart 2015 tarihleri arasında yerel halk, esnaf, akademisyenler, turizm sektörü temsilcileri, yerel yönetim temsilcileri ve diğer kamu kurumlarının temsilcilerinden oluşan 21 kişiyle yüz yüze görüşmeler yapılmış ve bu görüşmelerden elde edilen bilgilerin yardımıyla SWOT analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, Aydıncık ilçesinin kültür turizmi potansiyeline sahip olduğu sonucuna ulaşılmış ve bu potansiyelin değerlendirilebilmesi için bazı öneriler sunulmuş, kültürel dokuyu koruma amacıyla tedbirler alınması gerektiği belirtilmiştir.

Ayaz vd. (2016) Safranbolu’da otel yöneticilerinin kültür turizmiyle ve kültür turistlerinin ihtiyaçlarıyla ilgili bilgi düzeylerini ölçmeyi amaçlamışlardır. Ocak 2015-Temmuz 2015 tarihleri arasında 150 yöneticiye uyguladıkları anketlerden elde edilen verileri frekans, yüzde ve ki-kare testine tabi tutmuşlardır. Yöneticilerin kültür turizmiyle ilgili orta düzeyde bilgili oldukları görülmüş ve turistlerin kalış süreleri kısa olması sebebiyle yöneticilerin turistlerin özellikleri hakkında yeterince bilgi sahibi olmadıkları tespit edilmiştir.

Bandoğlu (2015) Türkiye’de kültür turizmi potansiyelinin açığa çıkarılması, önemiyetinin anlaşılabilmesi ve turizmle ilgili karar alıcılara faydalı bilgiler sunmak için bir çalışma gerçekleştirmiştir. Araştırmacı, kültür ve kültür turizmi kavramlarını, kültür turizminin gelişimini, Türkiye’de kültür turizmi arzı ve talebini incelemiştir. Türkiye’de kültürel zenginliğin bölge kalkınmasına aktif katkı sağlaması için turizm sektörünün yeni bir yaklaşıma ihtiyaç duyduğu, turistik ürün çeşitlendirme politikalarında kültür turizmine ağırlık verilmesi ve kültür turizmini geliştirmek için kültürel amaçlarla seyahat edenler hakkında daha fazla bilgi sahibi olunması gerektiği vurgulanmıştır.

İbret vd. (2015) Kastamonu ilinin kültür turizmi ve inanç turizmi potansiyelini ve bu potansiyelin kullanılma durumunu incelemek amacıyla potansiyel taşıyan alanlarda gözlemler ve alan çalışmaları yapmışlardır. Ayrıca SWOT analiziyle ilin turizm potansiyelini incelemişlerdir. Kastamonu’nun turizm potansiyelinin olduğu, ancak tanıtım eksikliği nedeniyle turizmin gelişmediği belirtilmiştir. Kastamonu’da turizm altyapısının yetersiz olduğu, turizmin gelişimi için mevcut ulaşım durumunun geliştirilmesi gerektiği ortaya konulmuştur.

Seçilmiş ve Köz (2015) İstanbul’u ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin sürdürülebilir kültür turizmine yönelik algılarını ve bu algının tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla 2014 yılı Haziran ayında 398 kültür turistiyle anket çalışması gerçekleştirmişlerdir. Anketlerden elde edilen verilere frekans, faktör, tek yönlü varyans analizi ve çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Analizler sonucunda, sürdürülebilir kültür turizmi algısının ve tekrar ziyaret niyetinin nesillere göre farklılık göstermediği görülmüştür.

Uygur vd. (2015) Muğla’nın Milas ilçesinin kültürel varlıklarını ve soyut mirasını kültür turizmi açısından incelemiştir. Araştırmada, Milas ilçesinin kültürel varlıklara ve somut olmayan mirasa sahip olduğunu; fakat Milas’ta kültür turizmiyle alakalı tanıtım ve pazarlama çalışmalarının yapılması ve bir tur paketi oluşturulması, bunlarla birlikte alt yapı ve hizmetler faaliyetlerinin geliştirilmesi gerektiği sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca, bir kültür turu önerisinde bulunmuşlardır.

Köz (2014) İstanbul’a gelen turistlerin kültür turizmine yönelik algılarını belirleyerek, bu algının tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkisini incelemeyi amaçladığı araştırmada 2014 yılı Haziran ayında İstanbul’u ziyaret eden 392 kültür turistine anket uygulamıştır. Anketlerden elde edilen verilere frekans, anova testi, t-testi, korelasyon ve regresyon analizleri uygulanmıştır. Analizler sonucunda, turistlerin İstanbul’u tercih etme öncelik sıralamasında “tarih/kültür” %70.8 oranında ilk sırada yer almaktadır. Sürdürülebilir kültür turizmi algısının nesillere ve cinsiyete göre farklılık göstermediği, milliyetlere göre farklılık gösterdiği görülmüştür. Memnuniyet düzeyi ile tekrar ziyaret niyeti arasında pozitif bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

Seyhan (2014) Frigya Bölgesi’nde kültürel miras turizminin başarılı bir şekilde geliştirilmesi için bölgenin ihtiyaçları doğrultusunda bir kültürel miras modeli oluşturulmasını amaçlamıştır. Kasım 2013- Aralık 2013 tarihleri arasında Eskişehir, Afyonkarahisar ve Kütahya’da yerel halk, merkezi ve yerel idareciler ile ziyaretçilerden oluşan 101 kişi ile yüz yüze görüşme tekniğini kullanarak veri toplamıştır. Araştırmada Frigya’nın kültürel miras turizmi potansiyelinin yüksek olduğunu, ancak bölgeye gereken önemin verilmediği sonucuna ulaşmıştır. Kültürel miras turizmine ilişkin bölgede yapılacak uygulamalar için “Beş Adım Modeli” önerilmiştir. Frigya Bölgesi’nin “Beş Adım Modeli” kapsamında değerlendirilmesi

sonucunda modelin bazı basamaklarında yetersizlikler olduğunu, bu eksikliklerin paydaş işbirlikleriyle giderilebileceği ve farklı bir bakış açısıyla bölgenin kültürel miras turizmüne kazandırılabilceği ifade edilmiştir.

Zengin ve Eker (2014) kültür turizminin sürdürülebilirliğinde turist rehberlerinin rollerini belirlemek amacıyla kültür turizmüne katılan 86 turiste ve 32 turist rehberine anket uygulamışlardır. Anketlerden sağlanan veriler yüzde, frekans, faktör ve bağımsız örneklem t-testine tabi tutulmuştur. Araştırma sonucunda bir bölgedeki kültürel çekiciliklerin korunması, turistlere tanıtılması, bilgilerin aktarılması ve kültürler arası etkileşimin sağlanmasında turist rehberlerinin büyük bir öneme sahip olduğu belirtilmiştir.

Tarsuslugil (2013) Ankara'nın Altındağ ilçesine bağlı Hamamönü beldesi turizm destinasyonunun uluslararası tanınırlığı ile bu destinasyondaki kültür turizmi gelişimi arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını belirlemeye çalışmıştır. 2012 Aralık- 2013 Ocak döneminde 230 yerli ve 31 yabancı turiste uyguladığı anketlerden elde edilen veriler frekans, yüzde, bağımsız örneklem t-testi ve tek faktörlü varyans analizine tabi tutulmuştur. Hamamönü'ne ilişkin turistlerin kültürel algıları ile uluslararası tanınırlık algıları arasında ilişkinin var olduğu şeklinde test edilen hipotez kısmen kabul edilmiştir. Bunun yanı sıra araştırmada ulaşılan başka bir sonuç ise turistlerin % 48.7'sinin kültür turizmi için geldiği ve % 98.7'sinin tekrar gelmeyi düşünmesidir.

Üsküdar (2012) Eskişehir'i ziyaret eden yerli turistlerin demografik özelliklerini, seyahat amaçlarını, hangi etkinlikleri tercih ettiklerini ve Eskişehir'in kültür turizm potansiyeliyle ilgili ne kadar bilgi sahibi olduklarını ve yararlandıklarını, şehirle ilgili algılarını değerlendirmek amacıyla 2011 yılı Temmuz, Ağustos, Eylül aylarında 387 turist üzerinde bir anket çalışması gerçekleştirmiştir. Anketlerden elde edilen veriler ki-kare testi, bağımsız örneklem t-testi ve tek faktörlü varyans analizine tabi tutulmuştur. Analizler sonucunda kente gelen yerli turistlerin ziyaret amaçları arasında en fazla kültürel nedenler yer almakta ve katıldıkları etkinlikler içerisinde tarihi mekânlar ön plana çıkmıştır. Çalışma sonuçları yerli turistlerin Eskişehir'i başka kültür turizmi destinasyonlarıyla rekabet edebilecek potansiyelde ve tam manasıyla bir kültür turizmi şehri olarak gördüklerine işaret etmektedir.

Tulonova (2012) Buryat Cumhuriyeti'nin kültürel turizm potansiyelini belirlemek amacıyla 17 Temmuz-20 Ağustos 2011 tarihleri arasında yerli ve yabancı toplam 137 turiste anket uygulamıştır. Anketlerden sağlanan veriler frekans, bağımsız örneklem t testi, tek faktörlü varyans analizine tabi tutulmuştur. Bu araştırmayla, kültürel turizmin Buryat Cumhuriyeti'nde geliştirilmesi ve iyileştirilmesi için gereken unsurlara değinilerek, büyük bir kültürel turizm potansiyeline sahip olduğu ifade edilmiştir.

Akbulut ve Artvinli (2011) Türkiye'deki demir yolu müzelerinin kültür turizmi üzerindeki etkilerini Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan ve internet kaynaklarından elde ettikleri verilerle incelemiştir. Araştırmacılar, Türkiye'deki yerel halkın demiryolu müzelerine ilgi duymadıklarını, Türkiye'de müze kültürünün gelişmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Ayrıca demiryolu müzelerini ziyaret eden yerli ve yabancı turist sayısına dair güvenli ve sağlıklı istatistikler olmadığını, müzelerin altyapı, bakım ve onarım ihtiyaçları olduğu belirtilmiştir.

Aklanoğlu (2010) Ankara'nın Beypazarı ilçesinin kültür turizmi için potansiyel taşıyan çekicilikleri belirlemek ve değerlendirmek, ilçenin sahip olduğu potansiyelin sürdürülebilirlik kazanmasına yönelik öneriler sunmak amacıyla inceleme ve gözleme dayalı bir araştırma yapmıştır. Bu araştırma sonucunda, Beypazarı'nda kültür turizmi etkinliklerinin planlanmasını, bu planlamalarda kültür turizmi ve korumanın birlikte ele alınması gerektiğini, tanıtımın iyi yapılmasını ve bu tanıtımda festivallerin çok önemli olduğunu, festivallerin iyi organize edilmesi gerektiği belirtilmiştir.

Göker Erköse (2010) Bergama'da kültür turizminin gelişimi için yeni kültür turizmi ürünleri üzerinde bir inceleme yapmıştır. Araştırma sonucunda, üç yeni kültür turizmi ürünü önermiştir. Bergama için ilk olarak Kozak Yaylası'nda bir kırsal turizm hareketi, ikinci olarak klasik sanat, el sanatları, felsefe, tarih ve dil derslerini içeren yaz okulu kurulması, üçüncü olarak Midilli ve Bergama arası kültür yolunun oluşturulması önerilmiştir.

Emir ve Avan (2010) Konya'yı kültürel amaçlarla ziyaret eden yabancı turistlerin satın alma karar sürecinde kültürel varlıkların etkisine ilişkin görüşlerini değerlendirmek amacıyla 19 Nisan-23 Mayıs 2010 tarihleri arasında 391 yabancı turistle anket çalışması gerçekleştirmişlerdir. Elde edilen verilerin frekans- yüzde

dağılımları, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmış ve verilere faktör analizi uygulanmıştır. Araştırmada, kültürel varlıkların satın alma karar sürecinde ihtiyacın ortaya çıkması ve alım sonrası davranışlar aşamalarındaki etkisinin seyahat kararlarında belirleyici olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Gülcan (2010) Türkiye'nin toplam turizm ürünü içinde kültür turizminin ağırlığı ve Türkiye'nin kültür turizmi ürününün mevcut karakteristik yapısını incelemiştir. Türkiye'nin kültür turizmi ürünün ağırlıklı olarak somut kültür varlıklarına dayalı olduğunu, coğrafi ve tarihi dönem bazında yığılma gösterdiğini ve mevcut ürün karakterinin uzun zamandır değişmeden sunulduğunu belirtmiştir. Bu durumun rekabet açısından dezavantaj oluşturduğu ve somut kültüre dayalı ürün farklılaştırmasına ihtiyaç olduğu ifade edilmiştir.

Uca Özer (2010) şehir turizmi kavramını, şehir turizminde tüketici davranışlarını ve kültür amaçlı şehir turizmi konularını incelemiş ve bir kültür şehri olarak İstanbul'u ayrıntılı bir şekilde analiz etmiştir. Ayrıca İstanbul'u ziyaret eden yabancı turistlerin profillerini, eğilimlerini ve bakış açılarını incelemek amacıyla 2009 yılı Haziran ayında 516 turiste anket uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler frekans, loglinear, faktör, bağımsız örneklem t-testi ve varyans analizlerine tabi tutulmuştur. Araştırmada yabancı ziyaretçilerin kültürel çekicilikleri ziyaret etmek amacıyla geldikleri, seyahatlerinden memnun kaldıkları tespit edilmiştir. Ayrıca turistlerin İstanbul'u tam anlamıyla kültürel bir şehir destinasyonu ve dünyadaki diğer kültürel şehirlerden çok farklı ve özgün bir kültürel destinasyon olarak gördükleri sonucuna ulaşılmıştır.

Eser vd. (2010) Efes ören yeri ile ilgili yapılan çalışmalara katkı sağlamak ve kültür turizminin önemini vurgulamak amacıyla yapılandırılmamış gözlem tekniğini kullanarak veri toplamışlardır. Elde edilen verilerden yararlanarak SWOT analizi yoluyla Efes ören yerinin sürdürülebilir kültür turizmindeki gelişme potansiyeli ve gelişmesi için yapılması gerekenler konusunda bir değerlendirme yapmışlardır. Bu araştırma sonucunda, Efes'in turizm kapasitesinin altında turizm hizmeti verdiği bunun sebebinin ise yanlış yaklaşımlar, yeterli planlamanın olmayışı ve sürekli bir turizm pazarının yaratılamaması ileri sürülmüştür.

Tapur (2009) Konya ilinin kültür ve inanç turizmi potansiyelini ve bu potansiyeli kullanma durumunu araştırmıştır. 2008 yılının farklı dönemlerinde kültür

ve inanç turizmi açısından değeri olan yerlerde alan çalışması ve gözlemler yapmıştır. Turizm değeri, turistlerin ilgisi, turizm altyapısı ve turistik tanıtım gibi konuları incelemiştir. SWOT analiz yöntemiyle Konya ilinde kültür ve inanç turizminin güçlü ve zayıf yönleriyle turizm açısından fırsatları ve tehditleri belirlemeye çalışmıştır. Araştırma sonucunda, Konya ilinin turizm açısından önemli bir potansiyele sahip olduğunu ancak tanıtım eksiklikleri olduğu ifade edilmiştir.

Khalilova (2008) Azerbaycan'ın Dağlık Şirvan bölgesinde kültürel turizmin nasıl geliştirilebileceği, bölgede turizmin mevcut durumunu ve kültür turizmi açısından verimli kullanım alanlarını araştırmıştır. 20 Şubat 2018-12 Mayıs 2018 tarihleri arasında 15 uzmana (akademisyenler, yöneticiler, rehberler vb.) uygulanan anketlerden elde edilen verilere eşleştirilmiş t-testi yapılmıştır. Araştırma sonucunda, uzmanların bölgede kültürel turizmin gelişimine olumlu baktıklarını ayrıca bölgede kültür turizminin gelişimi için gereken turistik potansiyelin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Alaeddinoğlu ve Yıldız (2007) kültürel turizmin çeşitlenmesini, nasıl tüketildiğini, ne şekilde algılandığını ve nasıl pazarlandığı tartışmışlardır. Türkiye'de kültür turizminde sürdürülebilir bir yaklaşımın sergilenebilmesi için sosyal, kültürel ve politik varlıkların organize edilmesi ve mekânsal dağılımının yapılması gerektiğini ifade etmişlerdir.

Meydan Uygur ve Baykan (2007) çalışmalarında kültür kavramının ne anlama geldiğini, kültür turizminin anlamını, kültür turizminin sınıflandırılmasını, kültürel varlıkları, kültürel turizmin kaynaklarını, kültür turist çeşitlerini, kültür turizmine katılma nedenlerini ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerini kavramsal yönüyle ortaya koymuşlardır.

Aksu (2004) Troya'ya gelen turistlerin kültürel miras algılarını belirlemek ve bu sayede kültürel miras turistlerinin tiplerinin ve davranışlarının daha iyi anlaşılmasını amaçlamıştır. Bu çerçevede Kasım 2003-Şubat 2004 tarihleri arasında 300 yerli ve yabancı turiste uyguladıkları anketleri Ki-kare, çok boyutlu ölçekleme analizlerine tabi tutmuşlardır. Gerçekleştirilen analizler sonucunda üç farklı kültürel turist tipi ortaya çıkmıştır. Birinci tip turistler, bölgeyi ve Troya'yı bilerek gelenler; ikinci tip turistler, bölgeyi bilerek gelen fakat Troya'yı bilmeyenler ve üçüncü tip turistler ise bölge ve Troya hakkında hiç bilgi sahibi olmayan turistlerdir.

Araştırmada, turistlerin günlük yaşam algıları da incelenmiş ve içe dönük, dışa dönük ve içiçe olmak üzere üç kişilik tipi şeklinde sınıflandırılmıştır.

2.4.2. İlgili Yabancı Araştırmalar

Araştırmanın bu başlığı altında, konu ile ilgili yapılmış olan 23 yabancı araştırma hakkında bilgiler sunulmuştur.

Woyo ve Woyo (2018) Kuzey Zimbabwe'deki kültürel turizm sektörünün gelişme potansiyelini araştırmak amacıyla Zimbabwe'yi ziyaret eden 430 uluslararası turiste Ekim 2013- Şubat 2014 tarihleri arasında anket uygulamışlardır. Anketlerden elde edilen verileri frekans, yüzde, bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü varyans analizine tabi tutmuşlardır. Kuzey Zimbabwe'de kültürel turizmi geliştirme potansiyeli olduğunu, kültürel turizm için belirli bir talep olduğunu ve bölgede kültürel turizmin geliştirilmesi gerektiği tespit edilmiştir.

Yeniasır ve Gökbulut (2018) Lefkoşa'da yerel halktan 100 kişiye sürdürülebilir kültürel turizm ve kültürel mirasın korunması konusundaki algı ve tutumlarını ölçmek amacıyla anket uygulamışlardır. Anketlerden sağlanan verilere frekans, yüzde ve ki-kare analizleri uygulanmıştır. Yerel halkın sürdürülebilir kültürel turizm faaliyetlerine ilişkin algı ve tutumlarının oldukça olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, yerel halka göre kültürel mirasın korunmadığı, sürdürülebilir kültürel turizm ile ilgili hükümet faaliyetlerinin ve sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerinin yetersiz olduğu ifade edilmiştir.

Borg (2017) Malta takımadalarından Gozo adasında kültürel miras sektörünün gelişimi üzerine bir vaka çalışması yapmıştır. Araştırmada resmi yayınlardan, ikincil verilerden ve yazarın Gozo hakkındaki bilgisinden yararlanılmıştır. Gozo'daki kültürel miras sektörünün başarılı olduğu ve bunun sebebi olarak Gozo Bakanlığı ve sivil toplum örgütleri arasındaki işbirliği gösterilmiştir. Bu başarının sürdürülebilmesi için hükümetin ve sivil toplum örgütlerinin bu başarının nasıl korunabileceğini sorgulaması gerektiğini ve sivil toplum örgütlerinin hem kurumsal hem de finansal açıdan daha sağlam bir temele ihtiyaç duydukları belirtilmiştir.

Sukanthasirikul ve Trongpanich (2016) Tayland'da turistler tarafından algılanan kültürel turizm deneyiminin hizmet kalitesini memnuniyet açısından

incelemek, kültürel turizm deneyimi ve müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkiyi anlamak amacıyla Haziran 2014-Temmuz 2014 tarihleri arasında iki kültürel festivalde toplam 327 katılımcı ile anket çalışması gerçekleştirmişlerdir. Anketlerden elde edilen verilerin analizinde kısmi en küçük kareler yöntemi kullanılmıştır. Analizler sonucunda, kültür turizminde hizmet kalitesinden kaynaklanan değerlendirme duyguları ile müşteri memnuniyetinin arttığını, hem özel hem de kamu kültür turizmi sağlayıcılarının turist memnuniyetini sağlamak için çaba sarf ettikleri görülmüştür.

Merwe (2016) Güney Afrika'daki kültürel turizm rehberlerinin kültürel turizme yönelik algılarını araştırmak amacıyla 2013-2014 yılları arasında 171 turist rehberine uyguladığı anketlerden elde edilen verileri frekans ve yüzde analizine tabi tutmuştur. Araştırma sonucunda, turist rehberlerinin, miras turizminin yerel toplulukların ve Güney Afrika ekonomisinin geliştirilmesinde rol oynayabileceği belirtilmiştir. Ayrıca, Güney Afrika'nın kültürel turizm sektöründe stratejik liderlik, sürdürülebilir yönetim ve sorumlu yönetim ihtiyacı olduğu ifade edilmiştir.

Vong (2016) Makao'da kültürel turist tipolojilerinin ve bu tür tipolojilerin bu turist pazarının segmentasyonuna ve profillenmesine nasıl yardımcı olabileceğini incelemiştir. 2012 yılı Mart ayında Makao'yu ziyaret eden 500 turiste uyguladığı anketlerden sağlanan verilere frekans, yüzde ve varyans analizi yapılmış, çapraz tablo oluşturulmuştur, varyans analizine tabi tutulmuştur. Araştırmada Makao'da kültürel turizm için belirli bir talep olduğu ve bölgeye kültürel amaç dışında gelip kültürel alanları ziyaret eden turistlerin çoğunlukta olduğu, bilgi arama yöntemleri açısından da turistlerin farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Gullion vd. (2015) Indianapolis kenti sakinlerinin kültürel turizm yatırımı ve yerleşik yaşam kalitesi ile ilgili algılarını ölçmek amacıyla 2012 yılında 318 kişiye uyguladıkları anket verilerini yüzde, iki faktörlü varyans analizi ve etki analizine tabi tutmuşlardır. Analizler sonucunda, kültürel turizm yatırımlarının faydalarına ilişkin bölge sakinlerinin algılarının nispeten düşük olduğu belirtilmiştir. Kültürel turizm planlamacıları ve diğer turizm yetkilileri, kültürel turizm yatırımı için yerleşik destek alma yöntemlerini daha iyi anlarsa, kent için ekonomik ve kültürel turizm kazanımlarının en üst düzeye çıkarabileceği ileri sürülmüştür.

Stratan vd. (2015) Moldova'nın Calarasi ilçesinde kültürel turizm potansiyelini ortaya koydukları çalışmada 500 katılımcıya anket uygulamışlardır. Araştırma bulguları, ülkenin kültürel turizm için büyük bir potansiyele sahip olduğunu; ancak kültürel yönetimin kusurlu olduğunu, düzenlenen kültürel ve turistik etkinliklere katılımın düşük olduğuna işaret etmektedir. Ülkedeki turizmin gelişmesi için daha esnek ve yenilikçi bir yaklaşım gerektiği, pazarlama politikalarının ve uygulamalarının belirlenmesi önerilmiştir. Ayrıca modern turizm pazarlaması “7P (fiyat, ürün, tutundurma, dağıtım, insan, süreç, fiziksel)” teknolojisinin kullanılması gerektiği ifade edilmiştir.

Poulaki vd. (2014) Yunanistan'ın Sakız adasında kültürel turizmin mevcut durumunu ve adada bulunan Osmanlı Anıtlarının turizmin gelişimine katkısını incelemek amacıyla Sakız Adası Belediyesi'nde ve adada bulunan turizme hizmet sunan işletmelerde çalışan toplam 93 kişi ile Mart- Mayıs 2014 döneminde bir anket çalışması yapmışlardır. Araştırmadan elde edilen verilerle frekans ve yüzde analizleri yapılmıştır. Katılımcılar Osmanlı Anıtlarının adadaki kültürel turizmin gelişimine katkıda bulunabileceği ve Sakız Adası'nda kültürel turizmin gelişmediği sonucuna ulaşmıştır. Bu durumdan devlet, yerel makamlar, yerli halk ve tur operatörlerinin sorumlu olduğu belirtilmiştir. Adanın sahip olduğu kültürel miras ve Osmanlı Anıtları göz önüne alındığında kültürel turizmin gelişmesi gerektiğinden yerel yetkililere büyük sorumluluklar düştüğü belirtilerek bu konuda öneriler sunulmuştur.

Mahika ve Ravar (2014) kültürel turizmin sürdürülebilir kalkınma üzerindeki etkisini belirlemeyi hedeflemişlerdir. Romanya'nın Brasov ve Sibiu ilçelerinin istatistik bürolarından 2007-2011 yıllarına dair elde ettikleri verileri kullanarak korelasyon analizi yaptıkları çalışmada, Romanya'da kültürel turizmin sürdürülebilir kalkınmaya önemli bir katkı sağladığı, bölgenin turistik çekiciliğinin sağlanmasında önemli bir rol oynadığı sonucuna varılmıştır.

Kuo ve Wu (2013) Tainan şehrindeki kültürel miras turizmi potansiyelini araştırmak amacıyla Ağustos 2011- Temmuz 2012 tarihleri arasında çoğunluğunu yerel halkın oluşturduğu 1156 katılımcıya anket uygulamışlardır. Araştırma ölçeği faktör analiziyle incelenmiştir. Tainan kültürel mirasının güçlü ve zayıf yönleri analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, Tainan şehrinin zengin bir kültüre sahip

olduğu ve tarihi yerlerin muhafazasında orijinal görünümünü korumak için farklı koruma önlemlerinin dikkate alınması gerektiği belirtilmiştir.

Niemczyk (2013) McKercher ve Du Cros'un kültür turisti tipolojisine dayanarak kültürel turistlerin sınıflandırmasını yapmak amacıyla Mayıs 2010- Eylül 2010 tarihleri arasında Polonya'nın Cracow şehrini ziyaret eden 600 turiste anket uygulamıştır. Turistlerin, bir varış noktasını ziyaret etme kararında kültürün önemini ve belirli bir yerde kültür alım seviyesini göz önünde bulundurarak beş kültürel turist türüne ayırdığı görülmüştür. Bu kültür turisti türlerinin "amaçlı", "görölmeye değer yerleri gezen", "deneyim kazanmada bölgenin öneminin olmadığı", "kazara" ve "tesadüfi" olduğu tespit edilmiştir. Ankete katılanların çoğunun "amaçlı" turistler olduğu tespit edilmiştir.

Zadel ve Bogdan (2013) araştırmalarında Hırvatistan Cumhuriyeti'nde kültürel turizmin ekonomik etkisi ve kültürel turizm gelirlerini doğrudan etkileyen ana faktörleri belirlemeyi amaçlamışlardır. Hırvatistan'da kültürel turizmin ekonomik katkısının düşük olduğu, kültürel turizmde planlama ve karar alma temellerini oluşturmak için kültürel turizmde bireysel değişkenlerin sürekli izleneceği bir sistem ve bir veri tabanı oluşturmak gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Vargas-Hernandez (2012) Jalisco'nun güney bölgesinde kültür turizmi potansiyelini belirlemek için normatif bir model önermek amacıyla bir araştırma yapmıştır. Kültürel turizm için normatif modelin amacı, altyapı, tesisler, beceriler vb. gibi tüm faktörlerdeki güçlü ve zayıf yönlerin, tehditlerin ortaya konması, fırsatların analiz edilmesi, Güney Jalisco'nun kültürel turizm politikalarının oluşumuna katkı sunmaktır. Güney Jalisco'nun kültürel turizmini değerlendirmek amacıyla SWOT analizi yapılmıştır. Araştırma sonucunda, normatif bir yaklaşımın kullanılmasının, sürdürülebilir kültürel turizmin planlanması ve işletilmesi için önemli ve geliştirme stratejileri için yararlı olacağı ifade edilmiştir.

Istoc (2012) kültürel turizmin, kent turizminin sosyo-ekonomik gelişimindeki rolünü araştırmıştır. Kentsel alanlarda sürdürülebilir kültürel turizm ilkelerini, kentsel kültürel turizm sektöründeki organizasyonların karşılaştığı çeşitli etik sorunları ve sosyal sorumluluk zorlukları ve turizm pazarlama stratejilerinin geliştirilmesine yönelik kültürel varlıklar tanımlanmış ve metodolojiler geliştirilmiştir.

Korunovski ve Marinoski (2012) Makedonya'nın Ohri kentinin kültürel turizmini SWOT analizi ile incelemiştir. Araştırma sonucunda, kültürel turizmin gelişimi için gerekli faaliyetler açıklanmış, kültürel turizme katılan her katılımcıya hitap eden farklı turistik faaliyetler düzenlenmesinin daha başarılı sonuçlara ulaştıracağı belirtilmiştir.

Lynch vd. (2011) Kanada'da Nova Scotia'da Mi'kmaw kültürel turizmine olan turist ilgisini incelemek amacıyla 2008 yılının Haziran, Temmuz, Ağustos aylarında Halifax ve Amherst Nova Scotia Ziyaretçi Bilgi merkezinde 394 turistle bir anket çalışması yapmışlardır. Anketlerden elde edilen verilerin analizinde frekans, ki-kare ve bağımsız örneklem t-testi kullanılmıştır. Bu araştırmayla turistlerin Mi'kmaw kültürel turizm faaliyetlerine ilgi düzeylerinin demografik özelliklerine göre farklılık gösterdiği ve uluslararası turistlerin ilgi düzeyinin daha yüksek olduğu ortaya konulmuştur.

Cecil vd. (2010) 2004-2008 yılları arasında, İndianapolis sakinlerinin yaşam kalitesi algılarını ölçmek, kültürel turizm girişiminin yaşam kalitelerinin iyileştirilmesine yardımcı olup olmadığı ve sakinlerin yaşam kalitesi ile kültürel turizm arasındaki ilişkileri araştırmak amacıyla bir anket çalışması gerçekleştirmişlerdir. 5 yıl içinde 3.261 kişiden anket toplanmıştır. Araştırmada veriler frekans, bağımsız örneklem t-testi ve korelasyon analizlerine tabi tutulmuştur. Analizler sonucunda, kültürel turizmin yaşam kalitesi üzerinde olumlu etkileri olduğu tespit edilmiş, fakat sakinlerin genel yaşam kalitesi memnuniyeti ile kültürel turizm kalkınmasının önemi hakkındaki algıları arasında güçlü bir ilişki bulunmamıştır.

Hausmann (2007) Almanya'da kültürel turizmi geliştirmek için potansiyel başarı faktörlerini göstermek ve bunu pazarlama perspektifinden yapmak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmiştir. Almanya'da kültürel turizmin güçlü ve zayıf yönlerini, fırsatları ve tehditleri incelemek için SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analizi yapmıştır. Araştırma sonucunda, Almanya'da kültürel turizmin gelişimi için pazarlama ve tanıtıma önem verilmesi ve finansal destek verilmesi gerektiği belirtilmiştir.

Köhler ve Durand (2007) kültürel turizm kavramlarını, kültürel turizm pazarının kökenini ve kaynaklarını, kültürel turizmin önemini, ana özelliklerini ve

kültürel turizm pazarının bölünmesini tartışmışlardır. Ayrıca kültürel turizm, sosyoloji, ekonomi ve antropoloji konularına vurgu yaparak, bu alanlarda görülen içeriklerle ilgili ve kültürel turizmin tanımı gibi noktalardaki fikirleri ortaya koyarak, turizm ile ilgili ulusal ve uluslararası alan yazını incelemişlerdir.

Peterson ve McCarthy (2000) kültür turizminin teşvik edildiği iki varış noktasını incelemişlerdir. Bu iki varış noktası Mallorca'daki duvarlarla çevrili Alcudia Kasabası ve Laos'taki Kraliyet başkenti Luang Prabang'tır. Araştırma sonucunda iki destinasyonda kültürel turizm destinasyonları olarak gelişimlerinin erken aşamalarında olduklarını, verilen desteklerle sürdürülebilir turizmin gelişimi için güçlü bir potansiyelleri olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca turizmde istenilen faydaların elde edilmesini sağlamak için turizm büyümelerinin etkilerinin izlenmesi, beklenmeyen olumsuz etkiler ortaya çıktığında bunları en aza indirgeyecek stratejiler geliştirilmesi ve ziyaretçi çekmek için bir pazarlama stratejisi planlanıp uygulanması önerilmiştir.

Moulin (1996) araştırmasında kültürel turizmin sürdürülebilir kalkınmayı nasıl destekleyebileceğini vurgulamıştır. Kültürel mirasın korunmasına zarar verebilecek tamamen turistik bir bakış açısını önlemek için toplumun ve konumlarının kendine has özelliklerinin analiz edilmesi gerektiğini ve turizm ürünlerinin, yüksek kalitede yerel kültür gereksinimlerine uyarlanması gerektiği belirtilmiştir.

Richards (1996) Avrupa'da kültür turizmi üretimi ve tüketimi üzerine bir inceleme gerçekleştirmiştir. Araştırmada, Avrupa Turizm ve Boş Zaman Birliği (ATLAS) tarafından kurulan Avrupa Kültür Turizmi Projesi'nden elde edilen verilerden faydalanmıştır. ATLAS projesi kapsamında 1992 yılında dokuz Avrupa Birliği (AB) üyesi ülkede 26 kültürel merkezde 6.400 üzerinde uluslararası ve yerli turistle anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Ayrıca kültürel ve miras çekiciliğine katılım seviyelerine ilişkin temel veriler, AB üyesi 12 ülkenin 11'indeki resmi kaynaklarından toplanmıştır. Bu veriler ışığında kültürel cazibe merkezlerinin kültürü üretme ve tüketmede hızlı bir artış olduğu, talebin artan gelir ve eğitim seviyesiyle körüklenmiş olsa da arzın neden olduğu önemli bir talep unsuru olduğu belirtilmiştir. Ayrıca ankete katılan turistlerin tamamının kültür turisti olmadığı,

yalnızca %9'unun "zel kültürel turistler" olarak adlandırılan kültür turisti olduğu tespit edilmiştir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde araştırma verilerini elde etmede kullanılan yöntem hakkında detaylı bilgilere yer verilmiştir. Bu kapsamda ilk olarak araştırmanın problemi belirlenmiş, ardından araştırmanın amacı ve önemi ortaya konulmuştur. Daha sonra verilerin toplanma süreci ve araştırmanın ölçeği açıklanmıştır. Ardından araştırmanın veri çözümleme yöntemleri açıklanarak araştırmanın evreni ve örnekleme belirtilmiştir. Araştırmanın pilot uygulaması ve asıl uygulaması anlatılmış, güvenilirlikleri ve ölçeğin geçerliliği sunulmuştur. Bu bölümün son kısmında araştırmanın hipotezleri ile araştırmanın sınırlılıkları ve varsayımlarına yer verilmiştir.

3.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Turizm sektörü geçmişten bugüne dek gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler tarafından yoğun ilgi görmektedir. Dünyada en hızlı gelişen sektörlerden biri olması ve ülkelerin ekonomisine sağladığı katkı, turizmi ön plana çıkarmaktadır. Gelişmiş ülkeler turizm sektörünün gelir etkisinden, gelişmekte olan veya az gelişmiş ülkeler de sektörün döviz kazandırıcı ve yeni istihdam olanakları sağlamasından yararlanmayı amaçlamaktadır (Yıldız, 2011:54). Bu amaca ulaşmayı planlayan her ülke, turizm sektöründe gelişmek için çabalamaktadır. Türkiye de bu ülkeler içerisinde zengin bir turizm potansiyeline sahiptir. Bu çerçevede kültür turizmi, bu potansiyelin doğru ve verimli bir şekilde kullanılması için büyük bir önem arz etmektedir.

Kültür, olduğu yöreye özgü olması nedeniyle turizm çekiciliği oluşturmaktadır (Barakazı, 2015:17). Kültür turizmi turistlerin kültürel ihtiyaçlarını gidermek için yeni deneyim ve bilgi elde etme isteğiyle yaşadıkları yerler dışındaki bölgelere seyahat etmeleri ile gerçekleşen bir turizm türüdür. Kültür turizmi varılan

destinasyonda kültürel ve tarihi mekânları ziyaret etme, kültürel, sanatsal etkinliklere katılma gibi birçok farklı faaliyetleri kapsamaktadır. Tarihi mekânlar, camiler ve müzelerin ziyareti, sanatsal etkinlikler, festivaller ve fuarlar gibi birçok faaliyet kültür turizmi kapsamında değerlendirilmektedir (Uca Özer, 2010:51).

Kültür turizmi, büyümekte olan bir pazardır. Potansiyel riskler taşımakla birlikte avantajları da fazladır. Eğitim seviyesinin ve refahın giderek artması kültürel katılım ve seyahat talebinin en önemli faktörlerindedir. Bir diğer faktör ise nüfusun yaşlanması ve yaşlanan nüfusun kültürel faaliyetlerle daha çok ilgilenmesi ve kültürel miras alanlarını ziyaret etmek için gerekli zamana ve gerekli harcanabilir gelire sahip olmalarıdır. Kadınlar dünyada artan bir ekonomik rol oynamakta ve genellikle kültürel faaliyetlere erkeklerden daha çok katılmaktadırlar (Hausmann, 2007:182). Bunlara ek olarak, turistlerin değişen seyahat eğilimleri ve beklentileriyle kültür turizmi gün geçtikçe büyümektedir. Turistlerin daha farklı ve otantik yerleri ziyaret etmek istemeleri, kültürel destinasyonlara yapılan seyahatlerde artışa neden olmaktadır. Turistler seyahatleri boyunca kültürel anlamda keşif yapmak istedikleri için, kültür turizmi giderek gelişmektedir (Meydan Uygur ve Baykan, 2007:32).

Kültür turizminin ülkelere birçok faydası bulunmakta ve destinasyonun markalaşması açısından da daha etkilidir. Kültür turizmine katılan turistlerin diğer turist türlerine göre daha fazla harcama yaptığı belirtilmektedir. Kültürel etkileşim sonucunda toplumların yakınlaşmasına olumlu bir etkisi vardır. Ayrıca kültür turizmi, turizm faaliyetinin yılın tamamına yayılmasına katkı sağlar. Diğer bir deyişle turizmin mevsimsel olmasından kaynaklanan sıkıntıları aşmaya yardımcı olur. Kültür turizmi, kültürel, tarihi yapıları korumayı gerektirdiğinden çevreyi korumaya duyarlıdır. Kitle turizminin çevreye verdiği zararları en aza indirmeye ve bu zararlara karşı çözüm üretmeye odaklıdır (Barakazı, 2015:20). Bu sebeple kültür turizminin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması büyük önem arz etmektedir.

Türkiye kültür turizmi açısından oldukça elverişli bir ülkedir. Türkiye'nin kültür turizmine doğal güzelliklerin, tarihi mekânların ve eserlerin, kültürel değerlerin katkısı oldukça büyüktür. Turizm hareketleri Türkiye'de 1970'li yıllarda gelişmeye başlamış fakat bu gelişim kültürel, sosyal ve çevresel faktörleri göz ardı eden, sadece ekonomik açıdan değerlendirilen kitle turizminden oluşmuştur. 5. Kalkınma Planı'na kadar kitle turizmi dışında hiçbir yaklaşım ele alınmamış ve bu

planda da kısmi bir şekilde bireysel turizme ilişkin yaklaşımlar yer almıştır. 6. Kalkınma Planı'nda kitle turizminin yanında alternatif turizm türlerinin de geliştirilmesi gerektiği belirtilmiştir. Ancak 7. ve 8. Kalkınma Planları da dâhil olmak üzere hiçbirinde kültür turizmi doğru algılanmamış ve buna yönelik yaklaşımlar geliştirilememiştir (Alaeddinoğlu ve Yıldız, 2011:23). Bu bağlamda dünyada hızla gelişim gösteren turizm sektörünün Türkiye'de gelişiminin devam etmesi için turizm türleri ile ilgili yapılacak çalışmalar büyük önem arz etmektedir. Gerekli yatırımlarla, devlet desteğiyle ve akademik çalışmalar ışığında Türkiye'de kültür turizminden istenen verimin alınması mümkündür.

Gaziantep ili gelişmekte olan ekonomisinin yanında birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Tarihi, kültürel ve yerel zenginlikleri, mutfak kültürü ve sınır kenti oluşu ile turizm açısından önemli bir etkinliğe sahiptir. Gaziantep'te yer alan tarihi camiler, kiliseler, türbeler, kaleler, hanlar, hamamlar, kasteller, bedestenler, müzeler, çarşılar, konaklar, geleneksel el sanatları, giyim-kuşam, zengin mutfak kültürü ile kültür turizmi açısından yüksek bir potansiyele sahiptir. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 hedeflerinde dokuz tematik bölge önerilmiştir. Bunlardan biri de “ GAP Kültür ve Turizm Gelişim Bölgesi'dir”. Bu bölge Gaziantep, Adıyaman, Batman, Diyarbakır, Kilis, Mardin, Siirt, Şanlıurfa ve Şırnak illerini kapsamaktadır. Kültür turizminin gelişmesi ve diğer turizm türleri ile entegrasyon sağlayarak, yapılacak yatırımlarla ülkenin kıyı bölgesinde yer alan yabancı turistlerin bölgeye çekilmesi amaçlanmaktadır (www.kultur.gov.tr).

Gaziantep 2015 yılında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına katılmıştır (en.unesco.org). Ayrıca, 2015 yılında Türk Patent Enstitüsü tarafından “Marka Şehir” ödülünü almıştır (www.gaziantep.gov.tr). Bunlara rağmen kültür turizminden kesin olarak ne kadar ekonomik ve sosyal fayda elde edildiği bilinmemektedir. Kentin turizmden alacağı payı arttırabilmek aynı zamanda ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmayı sağlamak için farklı turizm türlerinde de varlığını göstermesi gerekmektedir. Tarihi ve kültürel potansiyelinden dolayı kentte kültür turizminin geliştirilmesi son derece önemlidir.

Turizmdeki mevsimsellik nedeniyle atıl alanların da değerlendirilmesi adına yapılacak çalışmalardan biri de kültür turizminin gelişiminin sağlanmasıdır. Bu potansiyele sahip Gaziantep ilinin kültür turizmi açısından değerlendirilmesi

gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu araştırmayla yerli turistlerin algılarının değerlendirmesi sonucunda Gaziantep ilinin kùltür turizmi açısından daha ileri seviyelere yükseltilmesi için eksikliklerin ortaya konulması ve bu yönde öneriler sunulması amaçlanmaktadır.

3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmanın kùltür turizminin gelişmesi açısından gerekli unsurların ortaya konması ve kùltür turizminin tartışılmasına temel oluşturarak akademik literatüre katkı sağlanması hedeflenmiştir. Gaziantep'e turistlerin ne kadarının kùltürel değerleri tanımak amacıyla geldiğine dair net bir bilgi bulunmamaktadır. Çalışma bu açıdan turistlerin kùltürel değerlere ilişkin algısını ölçerken buna ilişkin bir veri oluşmasına da katkı sağlayacaktır.

Bu araştırmada Gaziantep ili uygulama alanı seçilerek kùltür turizminin Türkiye'de öneminin anlaşılmasına ve gelişmesine katkıda bulunulması amaçlanmıştır. Ayrıca, Gaziantep'te kùltür turizminin mevcut durumunun incelenmesi, anket uygulaması yoluyla Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistlerin Gaziantep'e ve Gaziantep'te kùltür turizmine ilişkin görüşlerinin ve memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi, kùltür turizminde yeterliliğinin tespit edilmesi, elde edilen sonuçlar çerçevesinde kùltür turizminin geliştirilmesine yönelik önerilerin oluşturulması ve paylaşılması amaçlanmıştır. Bu sayede araştırmanın ilin kùltür turizmine yönelik eksikliklerinin ortaya konarak, Gaziantep'te kùltür turizmi alanlarının oluşumuna katkı sunması hedeflenmiştir. Buna ek olarak turizm sektörüyle ilgili kamu ve özel sektör karar alıcılarının bilgilendirilmesi ve nelere önem vermeleri gerektiği konusunda politika önerilerinde bulunulması da bu araştırmanın amaçları arasındadır.

3.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Bu araştırmanın Gaziantep'te kùltür turizmiyle ilgili yapılacak akademik araştırmalarda ve devlet ya da özel sektörün alacağı kararlarda yol gösterici olması sebebiyle çalışmadan faydalanılarak şehrin büyümesi ve kalkınması adına fayda sağlayacağı dolayısıyla da şehrin ekonomik büyümesine, sosyo-kùltürel gelişimine ve eğitim açısından yapılması gerekenlerin belirlenmesine katkı sağlayacağı düşünölmektedir. Ayrıca bildiğimiz kadarıyla literatürde Gaziantep'in kùltür turizmi potansiyeli ile ilgili çok fazla araştırma bulunmadığından araştırmanın literatürdeki

eksikliği de azaltmaya yardımcı olacağı öngörülmektedir. Gaziantep'in kültür turizmi ile ilgili eksikliklerinin ortaya konulması ileride turizm için bir kılavuz görevi görebilir, turizm eğitimi konusunda kültür turizminin ve öneminin öğrencilere daha etkili aktarılmasına yardımcı olabilir. Bunlara ek olarak gelecek yıllarda kültür turizmi ile ilgili yapılacak akademik araştırmalara örnek teşkil etmesi, şehrin kültürel tanıtımına, yerel yönetimlerin dikkatini bu konuya çekmeye imkân tanınması açısından da önemli olduğu düşünülmektedir.

3.4. VERİLERİN TOPLANMA SÜRECİ VE ARAŞTIRMANIN ÖLÇEĞİ

Gaziantep'te kültür turizminin mevcut durumunun belirlenmesi, yerli turistlerin Gaziantep'te kültür turizmine ilişkin algılarının değerlendirilmesi ve memnuniyetlerinin belirlenmesi amacıyla yapılan bu araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Anket tekniğinde, birincil veri kaynaklarından bilgi elde etmek için önceden belirlenmiş örneklem grubuna, araştırma amacına uygun olarak hazırlanmış sorular sorulmaktadır (Cemaloğlu, 2014:135).

Araştırmada kullanılacak anket formunun hazırlanmasında Uca Özer (2010)'in “Şehir Turizmi ve Kültür: Yabancı Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak İstanbul'u Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma” ve Üsküdar (2012)'in “Eskişehir'in Kültür Turizmi Potansiyeli ve Yerli Turistlerin Buna İlişkin Algıları Üzerine Bir Araştırma” adlı çalışmalarından yararlanılarak amaca uygun sorular incelenmiştir. Bunun sonucunda yeni bir anket formu oluşturulmuştur.

Hazırlanan anket formu, Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistlere uygulanmış ve yerli turistlerden sorulara cevap vermeleri istenmiştir. Anket formunun ilk bölümünde, yerli turistlerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, aylık gelir, yaşadıkları şehirler) 6 soru yer almaktadır. Anket formunun ikinci bölümünde seyahat davranışı özelliklerine yönelik 6 soru, Gaziantep'i nasıl tanımladıklarıyla ilgili 1 soru, bilgi kaynaklarını belirlemeye yönelik 2 soru, katıldıkları aktiviteler ve ziyaret ettikleri mekânları belirlemeye yönelik 1 soru sorulmuştur. Yaşadıkları şehirler açık uçlu soru olarak hazırlanmıştır. Diğer sorular sınıflama ve sıralama ölçek düzeyinde hazırlanmıştır.

Anket formunun üçüncü bölümünde, Gaziantep’i seyahat deneyimlerine göre 5’li Likert tipi ölçekle (1= Çok kötü, 2= Kötü, 3= Orta, 4= İyi, 5= Çok iyi) değerlendirdikleri 20 kriter bulunmaktadır. Aynı bölümde 5’li Likert tipi ölçeğin kullanıldığı (1= Kesinlikle katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum) kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep algılarını değerlendirmek için 10 ifade ile memnuniyetlerini belirlemeye yönelik (1= Kesinlikle hayır, 2= Hayır, 3= Kararsızım, 4= Evet, 5=Kesinlikle evet) 3 soru yer almaktadır.

Araştırmadan elde edilen verilerin aritmetik ortalamalarının değişim aralığı “dizi genişliği/yapılacak grup sayısı” formülü ile aşağıdaki şekilde hesaplanmıştır: $[(5-1)/5]=0,80$ (Tekin, 2010:262). Buna göre yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep algılarının ortaya konulmasında yararlanılan verilerin analizi sonucunda hesaplanan aritmetik ortalamaların aralık değerlerinin hangi cevaba denk geldiği Tablo 3.1’de sunulmuştur.

Tablo 3.1. Aritmetik Ortalamaların Aralık Değerleri

Ağırlık	Seçenekler	Aritmetik Ortalamaların Aralık Değerleri	Sonuç
5	Kesinlikle Katılıyorum	4,21-5,00	Çok Yüksek Düzeyde
4	Katılıyorum	3,41-4,20	Yüksek Düzeyde
3	Kararsızım	2,61-3,40	Orta Düzeyde
2	Katılmıyorum	1,81-2,60	Düşük Düzeyde
1	Kesinlikle Katılmıyorum	1,00-1,80	Oldukça Düşük Düzeyde

Tablo 3.1.’de görüldüğü gibi aralık değerleri “1,00-1,80= Kesinlikle Katılmıyorum”, “1,81-2,60=Katılmıyorum”, “2,61-3,40=Kararsızım”, “3,41-4,20=Katılıyorum”, “4,21-5,00=Kesinlikle Katılıyorum” şeklindedir. Puanlar 5,00’e yaklaştıkça algı düzeylerinin yüksek, 1,00’e yaklaştıkça ise algı düzeylerinin düşük olduğu kabul edilmiştir.

Bir anketin güvenilir sonuçlar vermesi için konuyla ilgili uzman görüşlerinin alınması, araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanması ve seçilen örneklem grubuna tarafsız olarak uygulanması gerekmektedir. Bu hususlar göz önüne alınmadan hazırlanan bir ankette ölçme hatalarıyla karşılaşılabilir ve bu

sebeple araştırma istenen şekilde doğru sonuçlar vermeyebilir (Ural ve Kılıç, 2013:53-54).

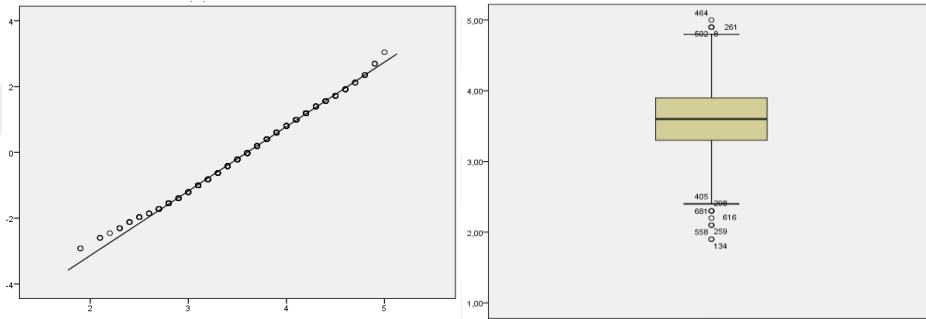
Bu bağlamda tez danışmanı ve tez öğrencisi tarafından yapılan görüşmeler sonucunda yerli turistlerin daha iyi ve net anlayabileceği şekilde anket düzenlenmiştir. Ardından uzman görüşüne başvurulmuş ve araştırmanın amacına uygunluğuyla ilgili görüşleri alınmıştır. Bu aşamadan sonra anket formuna son hali verilmiştir. Anketler, 1 Ağustos 2017- 31 Ekim 2017 tarihleri arasında Gaziantep Mozaik Müzesi ile Gaziantep Kalesi'ni ziyaret eden ve Gaziantep Hava Limanı'ndan çıkış yapan toplam 1070 ziyaretçiyle yüz yüze görüşme yöntemiyle uygulanmıştır.

3.5. ARAŞTIRMANIN VERİ ÇÖZÜMLEME YÖNTEMLERİ

Yerli turistlerin demografik ve seyahat özelliklerini, kültürel algılarını ve memnuniyet durumlarını incelemek amacıyla frekans (n) ve yüzde (%) dağılımları incelenmiştir. Verilerin analizine geçmeden önce, verilerin normal dağılıp dağılmadığına bakılmıştır. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediği ile ilgili ilk olarak örneklem büyüklüğü dikkate alınmıştır. Örneklem sayısı 30 ya da 100 kişinin üstünde olduğu durumlarda parametrik test koşullarının sağlanacağı düşünülmektedir (Akbulut, 2010:19, Tekin, 2006:35). Bu çalışmada kullanılan örneklem sayısının 852 olması verilerin normal dağılıma sahip olduğuna işaret etmektedir.

Normallik testinde kullanılan ikinci yöntem ise “Kolmogorov- Smirnov Testi” uygulamaktır. Bu test sonucunda Kolmogorov- Smirnov değerinin $p=0,000$ olduğu ve verilerin normal dağılmadığı görülmüştür ($p \leq 0,05$). Bu durum örneklem büyük olduğunda sıklıkla görülmektedir (Pallant, 2016:75). Bu yöntemler dışında diğer bir güvenilir yöntem ise çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerinin incelenmesidir. Normallik, çarpıklık ve basıklık değerleri incelenerek ölçülebilir (Pallant, 2016:71). Çarpıklık ve basıklık katsayıları -1 ile +1 sınırları içinde kalıyorsa verilerin normal dağılımdan önemli bir sapma göstermediği şeklinde yorumlanabilir (Büyükoztürk, 2017:40). Tabachnick, çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1,5 ile +1,5 arasında olması durumunda, George ve Mallery ise -2,0 ile +2,0 arasında olması halinde verilerin normal dağılım gösterdiği şeklinde yorumlanabileceğini belirtmektedir (Turhan, 2018:74).

Bu araştırmada yerli turistlerin kültürel algılarını oluşturan ölçeğin arpıklık değeri $-,147\pm,084$, basıklık değeri ise $,208\pm,167$ olarak bulunmuştur. Ayrıca bunlarla da yetinilmeyip dağılım normalliği konusunda başvurulan grafik inceleme yöntemine de başvurulmuş ve ölçeğin kutu bıyık ve saçılım grafikleri incelenmiştir (şekil 3.1.). Bu grafikler, ölçeğin tam olarak normal dağılım gösterdiğini ifade etmese de verilerin hem arpıklık ve basıklık değerleri normal dağılım gösterdiği hem de parametrik testlerin daha hassas bir ölçüme sahip olması nedeniyle verilerin normal dağıldığı varsayılarak analizler gerçekleştirilmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda yerli turistlerin kültürel algılarıyla ilgili hipotezler test edilirken parametrik testlerin kullanılmasına karar verilmiştir.



şekil 3.1. Kültürel algı leğinin kutu-bıyık ve saçılım grafikleri

Gruplar arasındaki farklılıkları incelemek için parametrik testlerden ‘‘Bağımsız rneklem T’’ testi ve ‘‘Tek Yönlü Varyans’’ analizinin uygulanmasına karar verilmiştir. Bağımsız rneklem T Testi birbirinden bağımsız iki grubun bağımlı bir değişkene göre ortalamalarının karşılaştırılmasında ve ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığının test edilmesinde kullanılmaktadır. Tek Yönlü Varyans analizi ise iki veya daha fazla grubun bağımlı bir değişkene göre ortalamalarının karşılaştırılmasında ve ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığının test edilmesinde kullanılmaktadır (Büyüköztürk, 2017:39-48).

Tek Yönlü Varyans analizinde ortalamalar arasındaki farkın hangi gruplardan kaynaklandığının tespit edilmesi amacıyla çoklu karşılaştırma ya da post-hoc testleri yapılmaktadır. Yapılan varyans analizinden sonra, post-hoc test türünün seçimi oldukça önemlidir. Varyans ve örneklem büyüklüklerinin eşit olup olmaması, post-hoc istatistik türünün seçiminde etkili olmaktadır. Varyansların eşit olması halinde LSD (Least Significant Difference), Sidak, Bonferroni, Tukey, Hochberg’s GT2, Gabriel ve Scheffe kullanılabilir (Kayri, 2009:51-53).

Varyansların eşit olmadığı durumlarda çoklu aralık testlerinden Games-Howell, Tamhane's T2, Tamhane's T3, Dunnet's C ve Dunnet's T3 kullanılabilir. Bu araştırmada varyanslar eşit olduğundan çoklu karşılaştırma testinden yararlanılmıştır. Örneklem eşit olmadığı durumlarda LSD, Sidak, Bonferroni, Gabriel ve Scheffe testlerinden biri kullanılmaktadır (Kayri, 2009:56). Bu çalışmada varyansların eşit olmasından (Levene Testi $p>0,05$) ve örneklem grubunun eşit olmamasından dolayı Bonferroni testinden yararlanılarak hangi gruplar arasında farklılık olduğu belirlenmiştir.

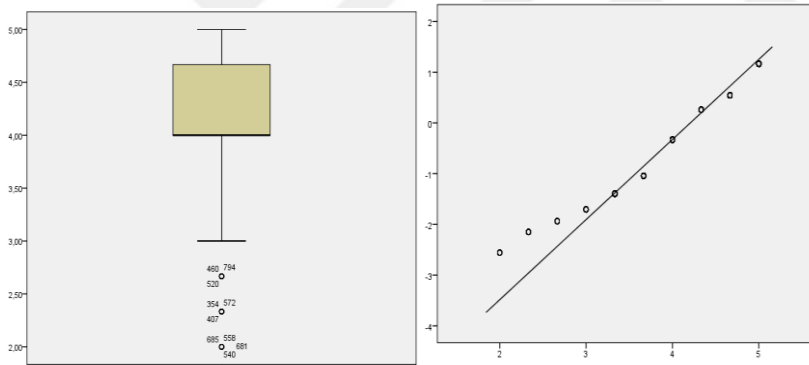
Araştırmaya katılan yerli turistlerin kültürel algılarını oluşturan boyutlar arasında istatistiksel olarak bir ilişki bulunup bulunmadığını ölçmek için "Korelasyon Analizi" yapılmıştır. Korelasyon analizi, iki değişken arasındaki ilişkinin düzeyini ve yönünü belirlemek amacıyla yapılmaktadır. Korelasyon analizinde iki değişkenin de sürekli değişken olması ve verilerin normal dağılması durumunda değişkenler arasındaki ilişkinin belirlenmesi için "Pearson korelasyon katsayısı" kullanılmaktadır. Veriler normal dağılmıyorsa iki değişken arasındaki ilişkiyi belirlemede "Spearman Brown katsayısı" kullanılmaktadır (Büyüköztürk, 2017:31). Bu araştırmada veriler normal dağılım gösterdiğinden dolayı Pearson korelasyon katsayısı kullanılmıştır.

Korelasyon katsayısı "r" harfiyle gösterilmektedir. Korelasyon katsayısı -1 ile +1 arasında bir değer almaktadır. Değişkenler arasındaki ilişkinin düzeyini rakamların mutlak büyüklüğü belirlemekte iken yönünü ise rakamların pozitif ya da negatif olması belirlemektedir. Korelasyon katsayısının pozitif olması durumunda değişkenler arasında doğrusal ve pozitif yönlü, negatif olması durumunda ters ve negatif yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Korelasyon katsayısının 0-0.29 arasında olması ilişkinin düşük, 0.30-0.64 arasında olması ilişkinin orta, 0.65-0.84 arasında olması ilişkinin yüksek, 0.85-1 arasında olması ise ilişkinin çok yüksek düzeyde olduğu şeklinde yorumlanmaktadır (Ural ve Kılıç, 2013:243-244).

Yerli turistlerin Gaziantep' geliş biçimlerinin demografik özelliklerine göre ve konaklama sürelerinin aylık gelir düzeylerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğin belirlemek için oluşturulan hipotezlerin ölçülmesinde "Ki-Kare Bağımsızlık Testi" kullanılmıştır. Ki-Kare Bağımsızlık Testi ile değişkenlerin birbirinden bağımsız olup olmadığı ya da bir değişkene ilişkin verilerin diğer

değişkenin farklı düzeylerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği istatistiksel olarak test edilmektedir (Ural ve Kılıç, 2013:260).

Yerli turistlerin Gaziantep ilini ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumlarının demografik özelliklerine göre bir farklılık gösterip göstermediğini analiz etmeden önce memnuniyet durumlarını değerlendirdikleri ölçüğe normallik testi uygulanmıştır. Analiz sonucunda Kolmogorov-Smirnov testi sonucu $p=,000$ olduğu, çarpıklık değerlerinin $-,697\pm,084$, basıklık değerinin ise $,830\pm,167$ olduğu tespit edilmiş ve kutu bıyık grafiği ile saçılım grafiği de incelenmiştir (Şekil 3.2.). Çarpıklık basıklık değerlerine göre normal dağıldığı varsayılarak analizler gerçekleştirilmiştir. Yerli turistlerin memnuniyetleriyle demografik özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olup olmadığını test etmek için parametrik testlerden Bağımsız Örneklem T testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi testinin uygulanmasına karar verilmiştir.



Şekil 3.2. Memnuniyet ölçeğinin kutu-bıyık ve saçılım grafikleri

3.6. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

Bir araştırma için evren, araştırma sonuçlarının genellemek istendiği canlı ya da cansız elemanlardan oluşan bir bütündür. Belirli bir evrenden o evreni temsil edebileceği kabul edilen belli kurallara göre seçilmiş küçük bir kümeye örneklem denilmektedir. Araştırmalar örneklem üzerinde yapılarak alınan sonuçlar, araştırmanın evrenine genellenmektedir (Karasar, 2015:109-111). Araştırmalarda örnekleme çalışmak evrene ilişkin verilerin kısa sürede ve daha düşük maliyetle elde edilmesini sağlamaktadır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2011:70).

Bu araştırmanın evreninin belirlenmesinde Gaziantep'i 2016 yılında ziyaret eden yerli turist sayısından yararlanılmıştır. Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü web sitesinden elde edilen bilgiye göre, Gaziantep'i 2016 yılında 95.241 yerli turist ziyaret etmiştir (www.gaziantepturizm.gov.tr). Bu kapsamda araştırma evrenini Gaziantep ilini 2016 yılında ziyaret eden 95.241 yerli turist oluşturmaktadır. Örneklem sayısı Ural ve Kılıç (2013) tarafından geliştirilen Tablo 3.2'ye dayanarak 384 olarak belirlenmiştir. Bu çalışmada 852 yerli turistten elde edilen veri setiyle analizler yapılmıştır. Bu örneklem büyüklüğünün araştırma evrenini temsil etme kapasitesine sahip olduğu düşünülmektedir.

Tablo 3. 2. Evren büyüklüklerine karşılık örneklem büyüklüğü (Ural ve Kılıç, 2013: 47) ($\alpha = 0,05$; $H = \pm 0,05$ ve oranlar $p = 0,5$; $q = 0,5$ için)

N-n	N-n	N-n	N-n	N-n
10-10	100-80	280-162	800-260	2800-338
15-14	110-86	290-165	850-265	3000-341
20-19	120-92	300-169	900-269	3500-346
25-24	130-97	320-175	950-274	4000-351
30-28	140-103	340-181	1000-278	4500-354
35-32	150-108	360-186	1100-285	5000-357
40-36	160-113	380-191	1200-291	6000-361
45-40	170-118	400-196	1300-297	7000-364
50-44	180-123	420-201	1400-302	8000-367
55-48	190-127	440-205	1500-306	9000-368
60-52	200-132	460-210	1600-310	10000-370
65-56	210-136	480-214	1700-313	15000-375
70-59	220-140	500-217	1800-317	20000-377
75-63	230-144	550-226	1900-320	30000-379
80-66	240-148	600-234	2000-322	40000-380
85-70	250-152	650-242	2200-327	50000-381
90-73	260-155	700-248	2400-331	75000-382
95-76	270-159	750-254	2600-335	100000-384

N: Evren Büyüklüğü, n: Örneklem Büyüklüğü

3.7. ARAŞTIRMANIN PİLOT UYGULAMASI VE ÖLÇÜMÜN GÜVENİLİRLİĞİ

Bilimsel araştırmaların çoğunda olduğu gibi bu çalışmada da veri elde etmede anket tekniği kullanılmıştır. Bir ankette anketi yapan görüşmeciler ve cevaplayanlar açısından eksik ya da yanlış unsurların olup olmadığı, anlaşılabilirliğinin belirlenmesi ve bu unsurların düzeltilmesi için anketin tamamının uygulanmasından önce ön test yapılmaktadır. Buna pilot uygulama da denilmektedir. Alan yazında, ön testin uygulanacağı örnek kitlenin mümkün olduğu kadar asıl kitleye benzemesi gerektiği vurgulanmaktadır. Pilot uygulama için oluşturulacak

örnek kitlenin büyüklüğüne ilişkin alan yazında küçük olması konusunda bir görüş birliği bulunmaktadır. Belirlenen sayının araştırmayı yapacak kişinin amacına ve hassasiyetine göre genel olarak 5-10 ve 50-100 arasında seçildiği belirtilmektedir (Altunışık, 2008:8-10).

Bu bağlamda araştırmada kullanılacak anket formunun örneklem üzerinde uygulanabilirliğini anlamak amacıyla 2017 yılının Ağustos ayında 100 adet anket formu kullanılarak pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Pilot uygulama, Zeugma Mozaik Müzesi ile Gaziantep Kalesi'ni ziyaret eden turistlerle gerçekleştirilmiştir. Bu uygulamanın ardından anket formunda yer alan soru ve seçeneklerin rahat bir şekilde anlaşıldığı ve bir anketin ortalama 8 dakikada doldurulduğu tespit edilmiştir.

Pilot uygulamada ölçümün güvenilirliğini test etmek amacıyla Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Güvenilirlik, ölçekte yer alan ifadelerin kendi aralarında tutarlı olup olmadığını tespit etmek amacıyla kullanılmaktadır (Ural ve Kılıç, 2013:280). Cronbach's Alpha katsayısı, ölçekte yer alan soruların türdeş bir yapıyı sorgulamak ya da açıklamak üzere bir bütün oluşturup oluşturmadıklarını değerlendirmektedir. Soruların varyansları toplamının genel varyansa oranlanması ile bulunan bir ağırlıklı standart değişim ortalamasıdır. Bu katsayı 0 ile 1 arasında değişim gösterir. Cronbach's Alpha değerinin büyüklüğüne göre ölçeğin güvenilirliği değerlendirilir.

Cronbach's Alpha katsayısı $\alpha < 0,40$ olduğu durumda ölçek güvenilir değildir ve yeniden düzenlenmesi gerekir. $0,40 \leq \alpha < 0,50$ olduğunda çok düşük güvenilirlik düzeyine sahiptir ve yeniden düzenlenmesi uygundur. $0,50 \leq \alpha < 0,60$ olduğu durumda ölçek düşük güvenilirliğe sahiptir ve iyileştirme çalışmalarının yapılması uygun olur. $0,60 \leq \alpha < 0,70$ olduğunda ölçek yeterli güvenilirlik düzeyine sahip, $0,70 \leq \alpha < 0,90$ olduğunda ölçek yüksek güvenilirlik düzeyine sahip, $\alpha \geq 0,90$ olduğu durumda ise ölçek çok yüksek güvenilirlik düzeyine sahiptir (Özdamar, 2015:575).

Buna göre anketin ikinci bölümünü oluşturan Gaziantep destinasyonunu seyahat deneyimlerine göre değerlendirdikleri ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı 0,856 olarak hesaplanmış ve yüksek düzeyde güvenilir olduğu görülmüştür. Bununla beraber, yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep'e yönelik algılarını belirlemek amacıyla kullanılan ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısının 0,699 olduğu tespit edilmiştir ve yeterli düzeyde güvenilirlerdir. Turistlerin Gaziantep seyahatlerine

yönelik memnuniyetlerini ölçmeyi amaçlayan ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı ise 0,903 olarak hesaplanmış ve çok yüksek düzeyde güvenilir olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan pilot uygulama verileri araştırma amacına uygun olduğundan ve yeni soru eklenmediğinden asıl veriye eklenmiştir.

3.8. ARAŞTIRMANIN ESAS UYGULAMASI VE ÖLÇÜMÜN GÜVENİLİRLİĞİ

Pilot uygulamayla ölçümün güvenilirliğinin test edilmesinin ardından araştırmacı tarafından 2017 yılının Ağustos, Eylül, Ekim aylarında Gaziantep Mozaik Müzesi ve Gaziantep Kalesi'ni ziyaret eden yerli turistler ile Gaziantep Hava Limanı'ndan çıkış yapan yerli turistlere araştırmanın asıl uygulaması yapılmıştır. Amaca uygun örneklem yöntemiyle yapılan anket formu 1100 adet basılmıştır. Ancak anketlerin 30 adeti doldurulmamış, geriye kalan 1070 anketin 114'ünün eksik, 104'ünün ise yanlış doldurulduğu görülmüştür. Eksik ve yanlış doldurulan anketlerin çıkarılmasından sonra elde edilen 852 adet anket formu üzerinde analizler gerçekleştirilmiştir.

Anketin ikinci kısmındaki Gaziantep destinasyonunu seyahat deneyimleri ile değerlendirdikleri ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı 0,865 olarak hesaplanmış ve yüksek düzeyde güvenilir olduğu, kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep algılarını belirlemek için kullanılan ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı 0,698 olarak hesaplanmış ve yeterli düzeyde güvenilir olduğu, turistlerin memnuniyetini ölçmeyi amaçlayan ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı ise 0,841 olarak hesaplanmış ve yüksek düzeyde güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

3.9. ÖLÇEĞİN GEÇERLİLİĞİ

Bir ölçeğin güvenilirliği ölçüldükten sonra dikkat edilmesi gereken diğer bir husus da ölçeğin geçerli olup olmadığıdır. Güvenilir olan bir ölçek geçerli olmayabilir (Karakoç ve Dönmez, 2014: 42). Bu yüzden ikisi de incelenmelidir. Geçerlilik bir ölçeğin kişinin ölçülmek istenen özelliğini ne kadar doğru ölçtüğüyle ilgilidir. Alan yazında geçerliliği incelemek için farklı geçerlilik türlerine rastlanmaktadır (Büyüköztürk vd., 2015:116-117).

Bu araştırmada önce kapsam geçerliliğine bakılmıştır. Kapsam geçerliliği ölçekte yer alan maddelerin, ölçülecek özelliği veya davranışı ölçmede yeterli olup

olmadığını göstermektedir (Büyüköztürk, 2017:179). Kapsam geçerliliği için anket, tez danışmanı ve aynı üniversitede görev yapan bir akademisyen tarafından incelenmiş ve geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu incelemeler sonucunda anket üzerinde herhangi bir değişiklik yapılmamıştır.

İkinci olarak yapı geçerliliği bakımından incelenmiştir. Yapı geçerliliği hazırlanan ölçek maddelerinin ölçülmek istenen yapıyı ne derece doğru ölçtüğüyle ilgilidir (Büyüköztürk, 2017:180). Yapı geçerliliğinin sağlanıp sağlanmadığını incelemek için faktör analizinden yararlanılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda ortaya konulan üç boyutun toplam varyansı açıklama oranı %62,839'dur. Faktör yük değerleri 0,475 ile 0,858 arasında değişim göstermektedir. Faktör analizi sonucunda iki madde düşük faktör yük değerlerine sahip olduğundan (0,40'tan küçük) ölçekten çıkarılmıştır. Bu analiz sonucunda yapı geçerliliğinin sağlandığına karar verilmiştir.

Diğer bir geçerlilik türü ise görünüş geçerliliğidir. Görünüş geçerliliğinde testin adı, açıklamaları, soruların ve testin düzeni gibi faktörler uzman görüşü ile değerlendirilir (Büyüköztürk, 2017:181). Görünüş geçerliliği tez danışmanı ve aynı üniversitede görev yapan bir akademisyen tarafından incelenmiş ve ölçeğin görünüş geçerliliğine sahip olduğuna kanaat getirilmiştir. Ayrıca ölçek Türkçe dil kuralları ve noktalama işaretleri yönünden düzgündür. Bir ankete ortalama 8 dakika içerisinde rahatça anlayıp cevap verildiği gözlemlenmiştir.

3.10. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Bir araştırmada olası sonuçlara yönelik yapılan tahminlerin ifadesine hipotez denilmektedir. Hipotez, olaylar arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bilimsel bir önermedir (Büyüköztürk vd., 2015:65) Bu araştırmada değişkenler arasındaki farklılıkların belirlenmesi için ana hipotezler altında değişkenlerin ayrı ayrı analiz edildiği alt hipotezler geliştirilmiştir. Buna göre araştırmada test edilecek hipotezler şunlardır:

H₁: Yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep'e yönelik algıları olumludur.

H₂: Yerli turistlerin Gaziantep iline geliş biçimleri demografik özelliklerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{2a}: Yerli turistlerin Gaziantep iline geliş biçimleri cinsiyetlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{2b}: Yerli turistlerin Gaziantep iline geliş biçimleri yaşlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{2c}: Yerli turistlerin Gaziantep iline geliş biçimleri medeni durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{2d}: Yerli turistlerin Gaziantep iline geliş biçimleri eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{2e}: Yerli turistlerin Gaziantep iline geliş biçimleri aylık gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₃: Yerli turistlerin Gaziantep ilinde konaklama süreleri aylık gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₄: Yerli turistlerin Gaziantep'i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları cinsiyetlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{4a}: Yerli turistlerin "Kültürel amaçlı seyahat" boyutuna yönelik kültürel algıları cinsiyetlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{4b}: Yerli turistlerin "Kültürel değerlerin önemi" boyutuna yönelik kültürel algıları cinsiyetlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{4c}: Yerli turistlerin "Tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri" boyutuna yönelik kültürel algıları cinsiyetlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₅: Yerli turistlerin Gaziantep'i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları yaşlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{5a}: Yerli turistlerin "Kültürel amaçlı seyahat" boyutuna yönelik kültürel algıları yaşlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{5b}: Yerli turistlerin "Kültürel değerlerin önemi" boyutuna yönelik kültürel algıları yaşlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{5c}: Yerli turistlerin “Tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutuna yönelik kültürel algıları yaşlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₆: Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları medeni durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{6a}: Yerli turistlerin “Kültürel amaçlı seyahat” boyutuna yönelik kültürel algıları medeni durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{6b}: Yerli turistlerin “Kültürel değerlerin önemi” boyutuna yönelik kültürel algıları medeni durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{6c}: Yerli turistlerin “Tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutuna yönelik kültürel algıları medeni durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₇: Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{7a}: Yerli turistlerin “Kültürel amaçlı seyahat” boyutuna yönelik kültürel algıları eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{7b}: Yerli turistlerin “Kültürel değerlerin önemi” boyutuna yönelik kültürel algıları eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{7c}: Yerli turistlerin “Tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutuna yönelik kültürel algıları eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₈: Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları aylık gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{8a}: Yerli turistlerin “Kültürel amaçlı seyahat” boyutuna yönelik kültürel algıları aylık gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{8b}: Yerli turistlerin “Kültürel değerlerin önemi” boyutuna yönelik kültürel algıları aylık gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{8c}: Yerli turistlerin “Tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutuna yönelik kültürel algıları aylık gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₉: Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları Gaziantep’e ilk kez gelen ve tekrar ziyaretinde bulunanlara göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{9a}: Yerli turistlerin “Kültürel amaçlı seyahat” boyutuna yönelik kültürel algıları Gaziantep’e ilk kez gelen ve tekrar ziyaretinde bulunanlara göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{9b}: Yerli turistlerin “Kültürel değerlerin önemi” boyutuna yönelik kültürel algıları Gaziantep’e ilk kez gelen ve tekrar ziyaretinde bulunanlara göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{9c}: Yerli turistlerin “Tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutuna yönelik kültürel algıları Gaziantep’e ilk kez gelen ve tekrar ziyaretinde bulunanlara göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₁₀: Yerli turistlerin kültürel algılarını oluşturan boyutlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H_{10a}: Yerli turistlerin kültürel algılarını oluşturan “Kültürel amaçlı seyahat” boyutu ile “Kültürel değerlerin önemi” boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H_{10b}: Yerli turistlerin kültürel algılarını oluşturan “Kültürel amaçlı seyahat” boyutu ile “Tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H_{10c}: Yerli turistlerin kültürel algılarını oluşturan “Kültürel değerlerin önemi” boyutu ile “Tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H₁₁: Yerli turistlerin Gaziantep ilini ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumları demografik özelliklerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{11a}: Yerli turistlerin Gaziantep ilini ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumları cinsiyetlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{11b}: Yerli turistlerin Gaziantep ilini ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumları yaşlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{11c}: Yerli turistlerin Gaziantep ilini ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumları medeni durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{11d}: Yerli turistlerin Gaziantep ilini ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumları eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{11e}: Yerli turistlerin Gaziantep ilini ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumları aylık gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

3.11. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI VE VARSAYIMLARI

Araştırmaların birçoğunda olduğu gibi bu araştırmada da bazı sınırlılıklar bulunmaktadır. Bu araştırmanın örneklemini 2017 yılında Gaziantep’i ziyaret eden 852 yerli turist oluşturmaktadır. Gaziantep’i ziyaret eden yerli turistlerin tamamına ulaşmak zaman ve maliyet gibi sebeplerle mümkün olmadığından, araştırma 2017 yılı Ağustos, Eylül, Ekim aylarında, Gaziantep Zeugma Müzesi ile Gaziantep Kalesi’ni ziyaret eden ve Gaziantep Hava Limanı’ndan çıkış yapan yerli turistler arasından seçilen örneklem ile sınırlandırılmıştır. Araştırma sonuçları sadece Gaziantep destinasyonuna yöneliktir.

Gaziantep’i ziyaret eden turistlerin, Gaziantep’i değerlendirebilecek kadar bilgiye ve deneyime sahip oldukları varsayılmıştır. Araştırmanın diğer bir varsayımı ise Gaziantep’e gelen turistlerin, anket sorularını cevaplarken objektif davrandıkları ve anket formunun araştırmanın amacına uygun veriler elde edilmesinde yeterli olduğu varsayılmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

Bu bölümde araştırmada elde edilen bulgular yer almaktadır. Araştırmanın bulgular bölümü 13 alt başlıktan oluşmaktadır. Birinci alt başlıkta, araştırmaya katılan yerli turistlerin demografik özelliklerine yönelik (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, aylık gelir, yaşadıkları şehirler) bulgular yer almaktadır. İkinci alt başlıkta turistlerin Gaziantep seyahatlerine yönelik (ziyaret sıklığı, ziyaret şekli, konkladıkları tesis türü, konaklama süreleri, ziyaret amaçları) bulgular, üçüncü alt başlıkta yerli turistlerin, Gaziantep destinasyonunu tanımlamaları, bilgi kaynakları, ziyaret ettikleri kültürel mekânlar ve katıldıkları aktivitelere yönelik bulgular, dördüncü alt başlıkta yerli turistlerin seyahat deneyimlerine göre Gaziantep destinasyonunu değerlendirmelerine yönelik bulgular yer almaktadır. Beşinci alt başlıkta yerli turistlerin kültürel algılarını oluşturan ölçeğin faktör analizine yönelik bulgulara ve yerli turistlerin Gaziantep'i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarına yönelik bulgulara yer verilmiştir. Altıncı alt başlıkta yerli turistlerin memnuniyet durumlarına yönelik araştırma bulguları sunulmuştur. Bulgular bölümünün sonraki alt başlıklarında araştırma hipotezlerinin test edilmesine ve sonuçlarına yönelik bulgulara yer verilmiştir.

4.1. YERLİ TURİSTLERİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE YÖNELİK BULGULAR

Bu kısımda araştırmaya katılan yerli turistler hakkında tanıtıcı bilgiler yer almaktadır. Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistlerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik altı soru (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, aylık gelir, yaşadığı şehir) sorulmuş ve turistlerin bu sorulara verdikleri cevaplardan elde edilen bulgular Tablo 4.1'de sunulmuştur.

Tablo 4.1. Yerli turistlerin demografik özelliklerine yönelik bulgular

Yerli Turistlerin Demografik Özellikleri		N	%
Cinsiyet	Kadın	404	47,4
	Erkek	448	52,6
	Toplam	852	100,0
Yaş	15 ve altı	24	2,8
	16-25	154	18,1
	26-35	281	33,0
	36-44	157	18,4
	45 ve üzeri	236	27,7
	Toplam	852	100,0
Medeni Durum	Bekâr	345	40,5
	Evli	507	59,5
	Toplam	852	100,0
Eğitim Durumu	İlköğretim	45	5,3
	Lise	126	14,8
	Ön lisans	65	7,6
	Lisans	417	48,9
	Lisansüstü(Yüksek lisans/Doktora)	199	23,4
	Toplam	852	100,0
Aylık Gelir	1404 TL(asgari ücret) ve altı	162	19,0
	1405 -2500 TL	122	14,3
	2501-4000 TL	212	24,9
	4001 TL ve üzeri	356	41,8
	Toplam	852	100,0
Yaşadıkları Şehirler	İstanbul	286	33,6
	Ankara	103	12,1
	İzmir	61	7,2
	Adana	43	5,0
	Antalya	30	3,5
	Mersin	29	3,4
	Bursa	22	2,6
	Kayseri	22	2,6
	Şanlıurfa	21	2,5
	Kahramanmaraş	17	2,0
	Diğer şehirler (50)	218	25,5
	Toplam	852	100

Tablo 4.1’de görüldüğü üzere araştırmaya katılan turistlerin %52,6’sı erkeklerden, %47,4’ü kadınlardan oluşmaktadır. Turistlerin %33’ü 26-35 yaş aralığında, %27,7’si 45 yaş ve üzerinde, %18,4’ü 36-44 yaş aralığında, %18,1’i 16-25 yaş aralığında ve %2,8’i 15 yaş ve altındadır. Turistlerin %59,5’i evli ve %40,5’i bekârdır.

Turistlerin eğitim durumlarına bakıldığında %48,9'u lisans, %23,4'ü lisansüstü (yüksek lisans/doktora), %14,8'i lise, %7,6'sı ön lisans ve %5,3'ü ilköğretim mezunudur. Turistlerin %41,8'i 4001 TL ve üzeri aylık gelire sahipken, %24,9'u 2501-4000 TL, %19'u 1404 TL ve altında aylık alıyorken, %14,3'ü 1405-2500 TL aylık almaktadır.

Yerli turistlerin ikamet ettikleri şehirlere yönelik bulgular incelendiğinde toplam 60 şehirden turist geldiği belirlenmiştir. Bunlardan katılımın en çok sağlandığı on şehirle ilgili bulgular Tablo 4.1'de yer almaktadır. Bulgulara göre yerli turistlerin %74,5'i katılımın en çok sağlandığı on şehirden gelmiştir. Araştırmaya katılan yerli turistlerin %33,6'sının İstanbul'da, %12,1'nin Ankara'da, %7,2'sinin İzmir'de, %5,0'minin Adana'da, %3,5'inin Antalya'da, %3,4'ünün Mersin'de, %2,6'sının Bursa'da, %2,6'sının Kayseri'de, %2,5'inin Şanlıurfa'da, %2'sinin Kahramanmaraş'ta ikamet ettikleri görülmektedir. Yerli turistlerin %25,5'i ise diğer şehirlerde (Adıyaman, Afyonkarahisar, Aksaray, Amasya, Artvin, Aydın, Balıkesir, Batman, Bayburt, Bolu, Çanakkale, Çorum, Denizli, Diyarbakır, Düzce, Edirne, Elazığ, Erzincan, Erzurum, Giresun, Gümüşhane, Hakkâri, Hatay, Iğdır, Karabük, Karaman, Kastamonu, Kırklareli, Kilis, Kocaeli, Konya, Kütahya, Malatya, Mardin, Muğla, Nevşehir, Ordu, Osmaniye, Rize, Sakarya, Samsun, Sivas, Şırnak, Tekirdağ, Tokat, Trabzon, Uşak, Van, Yalova ve Zonguldak) ikamet etmektedirler.

4.2. YERLİ TURİSTLERİN GAZİANTEP SEYAHATLERİNE YÖNELİK BULGULAR

Araştırmanın bu kısmında Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistlerin seyahat şekli, konaklama süreleri, seyahat sıklığı, konakladıkları tesis türü ve seyahat amaçlarına yönelik bulgular Tablo 4.2'de yer almaktadır. Araştırmaya katılan yerli turistlerin %85,7'si bireysel, %14,3'ü tur organizasyonu ile gelmiştir. Yerli turistlerin %61,4'ü 1-3 gece, %8,7'si 8 gece ve üzeri, %7,5'i 4-7 gece arasında konakladığı, %22,4'ü ise günübirlik ziyaret ettiği tespit edilmiştir. Yerli turistlerin %48,9'u ilk kez, %27,7'si üçten fazla, %16,1'i ikinci kez, %7,3'ü ise üçüncü kez Gaziantep'i ziyaret etmiştir. Tesis türü bakımından %20,7'si akraba veya arkadaş yanında, %15,6'sı 5 yıldızlı otel, %14,9'u 4 yıldızlı otel, %10,2'si butik otel, %9,6'sı 3 yıldızlı otel, %5,3'ü misafirhane, %2'si diğer (öğretmenevi, polisevi, uygulama oteli, lojman, orduevi), %0,9'u 2 yıldızlı otel ve %0,6'sı pansiyonda konaklamıştır. %20,2'si ise konaklamamıştır.

Yerli turistlerin ziyaret amaçlarının sorulduğu soruya %36,3'ü kültürel nedenler, %18,5'i yöresel lezzetler ve ürünler, %15,8'i tatil, %15,1'i akraba veya arkadaş ziyareti, %10,1'i iş, %2,6'sı toplantı/ konferans, %0,6'sı alışveriş, %0,6'sı sağlık hizmetleri, %0,2'si diğer (akademik çalışma, eğitim) ve %0,1'i spor etkinliği cevabını vermiştir.

Tablo 4.2. Yerli turistlerin Gaziantep seyahatlerine yönelik bulgular

Turistlerin Seyahat Özellikleri		N	%
Seyahat Şekli	Bireysel	730	85,7
	Tur Organizasyonu ile birlikte	122	14,3
	Toplam	852	100,0
Konaklama Süreleri	Günübirlik	191	22,4
	1-3 gece	523	61,4
	4-7 gece	64	7,5
	8 gece ve üzeri	74	8,7
	Toplam	852	100,0
Seyahat Sıklığı	İlk kez	417	48,9
	İkinci kez	137	16,1
	Üçüncü kez	62	7,3
	Üçten fazla	236	27,7
	Toplam	852	100,0
Konakladıkları Tesis Türü	5 Yıldızlı otel	133	15,6
	4 yıldızlı otel	127	14,9
	3 yıldızlı otel	82	9,6
	2 yıldızlı otel	8	0,9
	Misafirhane	45	5,3
	Akraba veya arkadaş yanında	176	20,7
	Butik otel	87	10,2
	Pansiyon	5	0,6
	Diğer	17	2,0
	Konaklamayan	172	20,2
	Toplam	852	100,0
Seyahat Amaçları	Tatil	135	15,8
	Kültürel nedenler	309	36,3
	Toplantı/ konferans	22	2,6
	Alışveriş	5	0,6
	Sağlık Hizmetleri	5	0,6
	İş	86	10,1
	Akraba veya arkadaş ziyareti	129	15,1
	Spor etkinliği	1	0,1
	Yöresel lezzetler ve ürünler	158	18,5
	Diğer	2	0,2
Toplam	852	100,0	

4.3. YERLİ TURİSTLERİN GAZİANTEP DESTİNASYONUNU TANIMLAMALARI, BİLGİ KAYNAKLARI, ZİYARET ETTİKLERİ KÜLTÜREL MEKÂNLAR VE KATILDIKLARI AKTİVİTELERE YÖNELİK BULGULAR

Araştırmaya katılan yerli turistlerin Gaziantep'i tanımlamaları, Gaziantep'e gelmeden önce ve geldikten sonra başvurdukları bilgi kaynakları, ziyaret ettikleri mekânlar ve katıldıkları aktivitelere yönelik bulgular bu bölümde incelenmiştir. Araştırmaya katılan yerli turistlerin Gaziantep destinasyonunu tanımlamaları ile ilgili yöneltilen soruya verdikleri cevaplara ilişkin elde edilen bulgular Tablo 4.3'te sunulmuştur.

Tablo 4.3. Yerli turistlerin Gaziantep'i tanımlamalarına yönelik bulgular

	N	%
Gaziantep, sanayi kentidir.	146	17,1
Gaziantep, işçi kentidir.	6	0,7
Gaziantep, gastronomi kentidir.	327	38,4
Gaziantep, kültür kentidir.	302	35,4
Gaziantep, öğrenci/üniversite kentidir.	8	0,9
Gaziantep, ticaret ve hizmet kentidir.	63	7,4
Toplam	852	100,0

Analiz sonucu, Gaziantep'i yerli turistlerin %38,4'ü gastronomi kenti, %35,4'ü kültür kenti, %17,1'i sanayi kenti, %7,4'ü ticaret ve hizmet kenti, %0,9'u öğrenci/üniversite kenti ve %0,7'si işçi kenti olarak tanımladığını göstermektedir.

Yerli turistlerin Gaziantep'e gelmeden önce hangi kaynaklardan bilgi elde ettiklerine yönelik elde edilen bulgular Tablo 4.4'te sunulmuştur. Yerli turistler Gaziantep'e gelmeden önce hangi kaynaklardan bilgi elde ettiklerine yönelik sorulan soruda birden çok seçenek işaretleyebilmişlerdir. Verilen cevaplar incelendiğinde tablo 4.4'te görüldüğü gibi en fazla %62,9'luk oranla akraba, arkadaş, meslektaş seçeneğinin yer aldığı görülmektedir. İkinci olarak %58,8'i internet, üçüncü olarak %29,1'i önceki ziyaretler olduğu belirlenmiştir. Bunları %19,2'lik oranla gazete, dergi, seyahat kitapları, %15,7'lik oranla TV/radyo, %5,5'lik oranla seyahat acentesi takip etmektedir. En az başvurdukları kaynak ise %0,4'lük oranla diğer (gurme turları, mesleki çalışmalar, akademik çalışmalar) seçeneğidir.

Yerli turistlerin Gaziantep'e geldikten sonraki bilgi kaynaklarına yönelik sorulan soruda da yine birden çok seçenek işaretlemişlerdir. Tablo 4.4'te görüldüğü

gibi en fazla %61,7'lik oranla internet, %60,0'lık oranla aile/ arkadaşlar seçeneği yer almıştır. %14,4'lük oranla tur rehberi, %14,0'lık oranla yerel broşürler, %1,9'lük oranla diğer (otel personeli, yerel halk, esnaf), %1,8'lik oranla turist danışma bürosu yer almış, en az başvurdukları kaynak %1,5'lik oranla tur operatörü bilgilendirmesi olduğu görülmüştür.

Tablo 4.4. Yerli turistlerin Gaziantep'e gelmeden önceki ve geldikten sonraki bilgi kaynaklarına yönelik bulgular

Gaziantep'e Gelmeden Önceki Bilgi Kaynakları	Evet		Hayır	
	N	%	N	%
Önceki Ziyaretler	248	29,1	604	70,9
İnternet	501	58,8	351	41,2
TV/radyo	134	15,7	718	84,3
Gazete, dergi, seyahat kitapları	164	19,2	688	80,8
Seyahat acentesi	47	5,5	805	94,5
Akraba, arkadaş, meslektaş	536	62,9	316	37,1
Diğer	3	0,4	849	99,6
Gaziantep'e Geldikten Sonraki Bilgi Kaynakları	Evet		Hayır	
	N	%	N	%
Aile/arkadaşlar	511	60,0	341	40,0
Yerel broşürler	119	14,0	733	86,0
İnternet	526	61,7	326	38,3
Tur rehberi	123	14,4	729	85,6
Turist danışma bürosu	15	1,8	837	98,2
Tur operatörü bilgilendirmesi	13	1,5	839	98,5
Diğer	16	1,9	836	98,1

Araştırmaya katılan yerli turistler ziyaret ettikleri kültürel mekânlar ve katıldıkları kültürel aktivitelere yönelik sorulara birden çok seçenek işaretlemişlerdir. Yerli turistlerin verdikleri cevaplara yönelik frekans analizi yapılmış ve bulgular Tablo 4.5'te sunulmuştur. Yerli turistlerin en fazla %95,2'lik oranla müzeleri ziyaret ettikleri, %84,4'lük oranla yöresel mutfak etkinliklerine katıldıkları, %75,2'lik oranla tarihi mekânları ziyaret ettikleri görülmektedir. Bunları takiben %37,3'lük oranla camiler/kiliseler, %17'lik oranla sanat galerileri, %7,3'lük oranla müzik etkinlikleri, %3,6'lık oranla fuarlar, %3,5'lik oranla diğer (hayvanat bahçesi, botanik bahçe, alışveriş merkezleri, çarşılar, rekreasyonel faaliyet), %3,4'lük oranla sağlık merkezleri, %2,8'lik oranla festivaller, %2,5'lik oranla dans/folklor etkinlikleri ve en düşük olarak %2,2'lik oranla spor etkinliklerine katıldıkları belirlenmiştir.

Tablo 4.5. Yerli turistlerin ziyaret ettiği kültürel mekânlar ve katıldığı aktivitelere yönelik bulgular

Kültürel Mekânlar ve Katıldıkları Aktiviteler	Evet		Hayır	
	N	%	n	%
Müzeler	811	95,2	41	4,8
Festivaller	24	2,8	828	97,2
Müzik etkinlikleri	62	7,3	790	92,7
Dans/folklor etkinlikleri	21	2,5	831	97,5
Yöresel mutfak etkinlikleri	719	84,4	133	15,6
Camiler/ Kiliseler	318	37,3	534	62,7
Fuarlar	31	3,6	821	96,4
Tarihi mekânlar	641	75,2	211	24,8
Sanat galerileri	145	17,0	707	83,0
Spor etkinlikleri	19	2,2	833	97,8
Sağlık merkezleri	29	3,4	823	96,6
Diğer	30	3,5	822	96,5

4.4. YERLİ TURİSTLERİN SEYAHAT DENEYİMLERİNE GÖRE GAZİANTEP DESTİNASYONUNU DEĞERLENDİRMELERİNE YÖNELİK BULGULAR

Yerli turistlerin seyahat deneyimlerine göre Gaziantep destinasyonunu değerlendirmelerine yönelik bulgular Tablo 4.6'da sunulmuştur. Tablo 4.6'da görüldüğü gibi yerli turistlerin seyahat deneyimlerine göre Gaziantep'i değerlendirmelerine yönelik elde edilen bulgularda, yöresel yemekler (\bar{x} : 4,63; s.s: 0,610), yiyecek içecek hizmetleri (\bar{x} : 4,56; s.s: 0,682), kültürel miras (\bar{x} : 4,29; s.s: 0,748), tarihi çekicilikler (\bar{x} : 4,24; s.s: 0,710) kriterlerine çok yüksek düzeyde katılmaktadırlar.

Yerli turistler, kültürel çekicilikler (\bar{x} : 4,20; s.s: 0,752), yerel halkın konukseverliği (\bar{x} : 4,16; s.s: 0,802), el sanatları (\bar{x} : 4,07; s.s: 0,729), hediyelik eşya (\bar{x} : 4,01; s.s: 0,773), alışveriş imkânları (\bar{x} : 3,93; s.s: 0,767), konaklama tesislerinin kalitesi (\bar{x} : 3,82; s.s: 0,773), turistik çekiciliklerin çeşitliliği (\bar{x} : 3,69; s.s: 0,864), turistik işaretler ve yönlendirmeler (\bar{x} : 3,65; s.s: 0,867), genel fiyat seviyesi (\bar{x} : 3,45; s.s: 0,873), manzara/doğal çekicilikler (\bar{x} : 3,44; s.s: 0,869) ve can ve mal güvenliği (\bar{x} : 3,43; s.s: 0,884) kriterlerine yüksek düzeyde katılmaktadırlar.

Yerli turistler, yerel turlar ve geziler (\bar{x} : 3,37; s.s: 0,841), temizlik ve hijyen (\bar{x} : 3,32; s.s: 0,933), yerel festivallerin varlığı (\bar{x} : 3,10; s.s: 0,814), eğlence ve gece

hayatı (\bar{x} : 3,00; s.s: 0,814), trafik alt yapısı (\bar{x} : 2,81; s.s: 1,093) kriterlerine orta düzeyde katılım göstermişlerdir.

Tablo 4.6. Yerli turistlerin seyahat deneyimlerine göre Gaziantep destinasyonunu değerlendirmelerine yönelik bulgular

Kriterler	Çok Kötü		Kötü		Orta		İyi		Çok İyi		\bar{x}	Standart Sapma
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Manzara/doğal çekicilikler	15	1,8	83	9,7	352	41,3	314	36,9	88	10,3	3,44	0,869
Tarihi çekicilikler	3	0,4	4	0,5	108	12,7	411	48,2	326	38,3	4,24	0,710
Kültürel Çekicilikler	5	0,6	10	1,2	112	13,1	405	47,5	320	37,6	4,20	0,752
Yiyecek-İçecek Hizmetleri	4	0,5	5	0,6	54	6,3	238	27,9	551	64,7	4,56	0,682
Konaklama tesislerinin kalitesi	4	0,5	28	3,3	238	27,9	431	50,6	151	17,7	3,82	0,773
Yöresel yemekler	1	0,1	8	0,9	29	3,4	230	27,0	584	68,5	4,63	0,610
Eğlence ve gece hayatı	61	7,2	151	17,7	408	47,9	187	21,9	45	5,3	3,00	0,946
Yerel festivallerin varlığı	23	2,7	138	16,2	457	53,6	198	23,2	36	4,2	3,10	0,814
Turistik çekiciliklerin çekiciliği	8	0,9	58	6,8	268	31,5	373	43,8	145	17,0	3,69	0,864
Kültürel miras	3	0,4	10	1,2	102	12,0	358	42,0	379	44,5	4,29	0,748
Trafik alt yapısı	124	14,6	191	22,4	297	34,9	200	23,5	40	4,7	2,81	1,093
Yerel turlar/geziler	20	2,3	77	9,0	392	46,0	298	35,0	65	7,6	3,37	0,841
Can ve mal güvenliği	25	2,9	90	10,6	294	34,5	380	44,6	63	7,4	3,43	0,884
Temizlik ve hijyen	35	4,1	114	13,4	302	35,4	343	40,3	58	6,8	3,32	0,933
Alışveriş imkânları	5	0,6	22	2,6	184	21,6	454	53,3	187	21,9	3,93	0,767
Yerel halkın konukseverliği	8	0,9	11	1,3	134	15,7	379	44,5	320	37,6	4,16	0,802
Turistik işaretler ve yönlendirmeler	19	2,2	58	6,8	236	27,7	432	50,7	107	12,6	3,65	0,867
Genel fiyat seviyesi	30	3,5	59	6,9	332	39,0	361	42,4	70	8,2	3,45	0,873
El sanatları	3	0,4	9	1,1	154	18,1	447	52,5	239	28,1	4,07	0,729
Hediyelik eşya	3	0,4	20	2,3	172	20,2	427	50,1	230	27,0	4,01	0,773
Tüm ölçeğin genel ortalaması											3,75	0,436

Tablo 4.6’da görüldüğü gibi ölçekte düşük düzeyde ve oldukça düşük düzeyde katılımın olduğu bir kriter ise bulunmamaktadır. Son olarak bütün kriterlerin genel ortalamasına (\bar{x} : 3,75; s.s: 0,436) bakıldığında yerli turistlerin yüksek düzeyde katıldığı görülmektedir.

4.5. YERLİ TURİSTLERİN GAZİANTEP’İ KÜLTÜREL BİR DESTİNASYON OLARAK ALGILAMALARINA YÖNELİK TEMEL BULGULAR

Araştırmanın bu kısmında Gaziantep’i ziyaret eden 852 yerli turistin kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep algılarına yönelik bulgulara yer verilmiştir. Yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep algılarına yönelik iki başlık bulunmaktadır. İlk başlıkta yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep algılarını oluşturan faktörlerin tespit edilmesine yönelik bulgular yer almaktadır. İkinci başlıkta yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep algılarına yönelik bulgular yer almaktadır.

4.5.1. Yerli Turistlerin Gaziantep’i Kültürel Bir Destinasyon Olarak Algılamalarını Oluşturan Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bulgular

Yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep algılarını oluşturan faktörleri belirleyebilmek için açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçeğin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0,745 ve Bartlett’s küresellik testi sonucu 2209,257’dir. Bu sonuçlar, maddelere faktör analizinin uygulanabileceğini ve yapı geçerliğinin sağlandığını göstermektedir. Tablo 4.7’de yerli turistlerin kültürel algılarına yönelik boyutlar ve boyutların faktör yükleri gösterilmektedir.

Tablo 4.7’de görüldüğü gibi faktör analizi sonucunda kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep algılarının değerlendirildiği ifadelerin üç boyut ve bu boyutlara bağlı on ifadeye sahip olduğu tespit edilmiştir. Faktör analizinde ortaya konulan üç boyutun toplam varyansı açıklama oranı %62,839’dur. Faktör yük değerleri 0,475 ile 0,858 arasında değişim göstermektedir. Yapılan faktör analizi sonucunda on iki ifadenin ikisi (1 ve 11 numaralı) düşük faktör yük değerlerine sahip olduğu için (0,40’tan küçük) ölçekten çıkarılmıştır. Bu analizin sonucunda birinci boyut “kültürel amaçlı seyahat” olarak adlandırılmış ve bu boyutun üç önermeye sahip olduğu tespit edilmiştir. İkinci boyut “kültürel değerlerin önemi” olarak adlandırılmış olup, bu boyutun dört önermeye sahip olduğu tespit edilmiştir. Üçüncü

boyut ise “tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” olarak adlandırılmış ve üç önermeye sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca faktörlerin Cronbach’s Alpha katsayı hesaplanmıştır. “kültürel amaçlı seyahat” faktörünün Cronbach’s Alpha katsayısı 0,780 olarak hesaplanmış ve yüksek düzeyde güvenilirdir, “kültürel değerlerin önemi” faktörünün 0,665 ve “tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” 0,646 olarak hesaplanmıştır ve iki faktörde yeterli düzeyde güvenilirdir.

Tablo 4.7. Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarını oluşturan boyutların belirlenmesine yönelik yapılan açıklayıcı faktör analizi sonuçları

	Faktör Maddeleri	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans %’si	Cronbach’s Alpha
Kültürel Amaçlı Seyahat	4.Gaziantep seyahatim tamamen kültürel amaçlı idi.	,858	30,103	0,780
	5.Gaziantep seyahatim büyük ölçüde kültürel amaçlı idi, ancak başka faaliyetlere de katıldım.	,822		
	3.Kültürel ve tarihi kaynakları Gaziantep’i tercih etmemdeki en önemli nedenlerdendir.	,760		
Kültürel Değerlerin Önemi	9.Kültürel ve tarihi yapıların korunması ve iyileştirilmesi Gaziantep’in turistik geleceği açısından olumlu olacaktır.	,824	19,561	0,665
	10.Gaziantep’te turistik amaçlı kullanılabilen mekânların sayısının artırılması ve kültür altyapısının güçlendirilmesi gerekmektedir.	,772		
	12.Gaziantep’e ait kültür ile ilgili hoş deneyimlerim oldu.	,594		
	2.Gaziantep, Türkiye’deki diğer kültürel şehirlerle rekabet edecek potansiyele sahiptir.	,475		
Tanıtım ve Kültürel Aktivite Eksiklikleri	7.Gaziantep’te kültürel aktivite olanakları oldukça yetersizdi.	,808	13,175	0,646
	6.Gaziantep’teki kültürel ve tarihi yapıların çok bakımsız ve ihmal edilmiş durumda olduğunu düşünüyorum.	,784		
	8.Kültürel bir şehir destinasyonu olarak Gaziantep’in tanıtımı etkili bir şekilde yapılmamaktadır.	,646		
TOPLAM			62,839	0,698

4.5.2. Yerli Turistlerin Gaziantep’i Kültürel Bir Destinasyon Olarak Algılamalarına Yönelik Bulgular

Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarına yönelik elde edilen bulgular Tablo 4.8’de sunulmuştur.

Tablo 4.8. Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarına yönelik bulgular

İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		\bar{x}	Standart Sapma
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Gaziantep, Türkiye’deki diğer kültürel şehirlerle rekabet edecek potansiyele sahiptir.	14	1,6	60	7,0	125	14,7	440	51,6	213	25,0	3,91	0,905
Kültürel ve tarihi kaynakları Gaziantep’i tercih etmemdeki en önemli nedenlerdendir.	16	1,9	124	14,6	127	14,9	404	47,4	181	21,2	3,72	1,016
Gaziantep seyahatim tamamen kültürel amaçlı idi.	48	5,6	269	31,6	120	14,1	295	34,6	120	14,1	3,20	1,189
Gaziantep seyahatim büyük ölçüde kültürel amaçlı idi, ancak başka faaliyetlere de katıldım.	41	4,8	266	31,2	108	12,7	345	40,5	92	10,8	3,21	1,139
Gaziantep’teki kültürel ve tarihi yapıların çok bakımsız ve ihmal edilmiş durumda olduğunu düşünüyorum.	89	10,4	352	41,3	226	26,5	147	17,3	38	4,5	2,64	1,026
Gaziantep’te kültürel aktivite olanakları oldukça yetersizdi.	70	8,2	351	41,2	253	29,7	153	18,0	25	2,9	2,66	0,961
Kültürel bir şehir destinasyonu olarak Gaziantep’in tanıtımı etkili bir şekilde yapılmamaktadır.	54	6,3	184	21,6	161	18,9	330	38,7	123	14,4	3,33	1,151
Kültürel ve tarihi yapıların korunması ve iyileştirilmesi Gaziantep’in turistik geleceği açısından olumlu olacaktır.	13	1,5	9	1,1	30	3,5	402	47,2	398	46,7	4,37	0,741
Gaziantep’te turistik amaçlı kullanılacak mekânların sayısının artırılması ve kültür alt yapısının güçlendirilmesi gerekmektedir.	12	1,4	21	2,5	72	8,5	450	52,8	297	34,9	4,17	0,793
Gaziantep’e ait kültür ile ilgili hoş deneyimlerim oldu.	10	1,2	37	4,3	75	8,8	498	58,5	232	27,2	4,06	0,798
Kültürel Amaçlı Seyahat											3,37	0,930
Kültürel Değerlerin Önemi											4,12	0,573
Tanıtım ve Kültürel Aktivite Eksiklikleri											2,87	0,802
Tüm ölçeğin genel ortalaması											3,52	0,465

Araştırma bulgularına göre, yerli turistler “Kültürel ve tarihi yapıların korunması ve iyileştirilmesi Gaziantep’in turistik geleceği açısından olumlu olacaktır” (\bar{x} : 4,37; s.s: 0,741) ifadesine çok yüksek düzeyde katılmaktadırlar.

“Gaziantep’te turistik amaçlı kullanılabilir mekânların sayısının artırılması ve kültür altyapısının güçlendirilmesi gerekmektedir” (\bar{x} : 4,17; s.s: 0,793), “Gaziantep’e ait kültür ile ilgili hoş deneyimlerim oldu” (\bar{x} : 4,06; s.s: 0,798), “Gaziantep Türkiye’deki diğer kültürel şehirlerle rekabet edecek potansiyele sahiptir” (\bar{x} : 3,91; s.s: 0,905), “Kültürel ve tarihi kaynakları Gaziantep’i tercih etmemdeki en önemli nedenlerdendir” (\bar{x} : 3,72; s.s: 1,016) ifadelerine ise yüksek düzeyde katılmaktadırlar.

“Kültürel bir şehir destinasyonu olarak Gaziantep’in tanıtımı etkili bir şekilde yapılmamaktadır” (\bar{x} : 3,33; s.s: 1,151), “Gaziantep seyahatim büyük ölçüde kültürel amaçlı idi, ancak başka faaliyetlere de katıldım” (\bar{x} : 3,21; s.s: 1,139), “Gaziantep seyahatim tamamen kültürel amaçlı idi” (\bar{x} : 3,20; s.s: 1,189), “Gaziantep’te kültürel aktivite olanakları oldukça yetersizdi” (\bar{x} : 2,66; s.s: 0,961) ve “Gaziantep’teki kültürel ve tarihi yapıların çok bakımsız ve ihmal edilmiş durumda olduğunu düşünüyorum” (\bar{x} : 2,64; s.s: 1,026) ifadelerine ise orta düzeyde katılmaktadırlar. Düşük düzeyde ve oldukça düşük düzeyde katılımın olduğu bir ifade ise bulunmamaktadır.

Yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep’e yönelik algılarının olumlu olup olmadığını incelemek amacıyla ölçeğin aritmetik ortalamasına bakılmıştır. Tablo 4.8’de görüldüğü gibi yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep’e yönelik algılarının (\bar{x} : 3,52; s.s: 0,465) olumlu olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda geliştirilen H_1 kabul edilmiştir.

4.6. YERLİ TURİSTLERİN MEMNUNİYET DURUMLARINA YÖNELİK BULGULAR

Yerli turistlerin memnuniyetlerine yönelik elde edilen bulgular Tablo 4.9’da sunulmuştur. Analiz sonuçlarına göre, araştırmaya katılan yerli turistler “Gaziantep’i arkadaş ve akrabalarınıza tavsiye eder misiniz?” sorusuna (\bar{x} : 4,31; s.s: 0,675) ve “Gaziantep seyahatinizden memnun musunuz?” sorusuna (\bar{x} : 4,21; s.s: 0,611) çok yüksek düzeyde katılmaktadırlar. “Gaziantep’i tekrar ziyaret etmek ister misiniz?” sorusuna ise (\bar{x} : 4,10; s.s: 0,870) yüksek düzeyde katılmaktadırlar.

Tablo 4. 9.Yerli turistlerin memnuniyet durumlarına yönelik bulgular

Sorular	Kesinlikle Hayır		Hayır		Kararsızım		Evet		Kesinlikle Evet		\bar{x}	Standart Sapma
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Gaziantep seyahatinizden memnun musunuz?	0	0	12	1,4	51	6,0	531	62,3	258	30,3	4,21	0,611
Gaziantep'i arkadaş ve akrabalarımıza tavsiye eder misiniz?	0	0	24	2,8	31	3,6	456	53,5	341	40,0	4,31	0,675
Gaziantep'i tekrar ziyaret etmek ister misiniz?	2	0,2	60	7,0	92	10,8	396	46,5	302	35,4	4,10	0,870

4.7. YERLİ TURİSTLERİN GAZİANTEP İLİNE GELİŞ BİÇİMLERİNİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE FARKLILIK ANALİZLERİNE YÖNELİK BULGULAR

Yerli turistlerin Gaziantep iline geliş biçimlerinin demografik özelliklerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla Ki-Kare Testi yapılmıştır. Ki-Kare Testinin sonuçları Tablo 4.10'da sunulmuştur. Analiz sonuçlarına göre, yerli turistlerin geliş biçimlerinin cinsiyetlerine göre (χ^2 : 6,635, p: ,010) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu kapsamda geliştirilen H_{2a} kabul edilmiştir.

Yerli turistlerin Gaziantep iline geliş biçimlerinin yaşlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla yapılan Ki-Kare testi sonuçlarına göre, yerli turistlerin geliş biçimlerinin yaşlarına göre (χ^2 : 63,192, p: ,000) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu kapsamda geliştirilen H_{2b} kabul edilmiştir.

Yerli turistlerin Gaziantep iline geliş biçimlerinin medeni durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla yapılan Ki-Kare testi sonuçlarına göre, yerli turistlerin geliş biçimlerinin medeni durumlarına göre (χ^2 : ,769, p: ,380) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık

göstermediği görülmüştür. Bu kapsamda geliştirilen H_{2c} reddedilmiştir. Tablo 4.10'da görüldüğü gibi yerli turistlerin hem bekâr (%87,0) hem de evli (%84,8) olanların çoğunluğunun Gaziantep iline geliş biçimleri bireyseldir.

Yerli turistlerin Gaziantep iline geliş biçimlerinin eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla yapılan Ki-Kare testi sonuçlarına göre, yerli turistlerin geliş biçimleri eğitim durumlarına göre (x^2 : 8,571, p: ,073) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bu kapsamda geliştirilen H_{2d} reddedilmiştir.

Yerli turistlerin Gaziantep iline geliş biçimlerinin aylık gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla yapılan Ki-Kare testi sonuçlarına göre, yerli turistlerin geliş biçimleri aylık gelirlerine göre (x^2 : 2,217, p: ,529) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bu kapsamda geliştirilen H_{2e} reddedilmiştir.

Tablo 4.10. Yerli turistlerin Gaziantep iline geliş biçimlerinin demografik özelliklerine göre Ki-Kare testi sonuçları

		Geliş Biçimleri		Toplam	X^2	P
		Bireysel	Tur Organizasyonu ile birlikte			
Cinsiyet	Kadın	333 (% 82,4)	71 (%17,6)	404	6,635	,010*
	Erkek	397 (%88,6)	51 (%11,4)	448		
Yaş	15 ve altı	21 (%87,5)	3 (%12,5)	24	63,192	,000**
	16-25	141 (91,6)	13 (%8,4)	154		
	26-35	264 (%94,0)	17 (%6,0)	281		
	36-44	137 (%87,3)	20 (%12,7)	157		
	45 ve üzeri	167 (70,8)	69 (%29,2)	236		
Medeni durum	Bekâr	300 (% 87,0)	45 (%13,0)	345	,769	,380
	Evli	430 (%84,8)	77 (%15,2)	507		

Tablo 4.10 (Devamı)

Eğitim Durumu	İlköğretim	34 (%75,6)	11 (%24,4)	45	8,571	,073
	Lise	101 (%80,2)	25 (%19,8)	126		
	Ön lisans	57 (%87,7)	8 (%12,3)	65		
	Lisans	363 (%87,1)	54 (%12,9)	417		
	Lisansüstü (yüksek lisans/doktora)	175 (%87,9)	24 (%12,1)	199		
Aylık Gelir	1404 TL ve altı	140 (%86,4)	22 (%13,6)	162	2,217	,529
	1405-2500 TL	101 (%82,8)	21 (%17,2)	122		
	2501-4000 TL	187 (%88,2)	25 (%11,8)	212		
	4000 TL ve üzeri	302 (%84,8)	54 (%15,2)	356		
Toplam	730 (%85,7)	122 (%14,3)	852			

*p< ,05**p< ,01

4.8. YERLİ TURİSTLERİN GAZİANTEP İLİNDE KONAKLAMA SÜRELERİNİN AYLIK GELİR DÜZEYLERİNE GÖRE FARKLILIK ANALİZLERİNE YÖNELİK BULGULAR

Yerli turistlerin Gaziantep ilinde konaklama sürelerinin aylık gelir düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin tespitine yönelik geliştirilen hipotez Ki-Kare Testi ile analiz edilmiştir. Test sonuçları Tablo 4.11’de sunulmuştur. Ki-kare Testi sonucunda, yerli turistlerin konaklama süreleri aylık gelir düzeylerine göre (χ^2 : 29,365, p: ,001) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiğinden H_3 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4.11. Yerli turistlerin Gaziantep ilinde konaklama sürelerinin aylık gelir düzeylerine göre Ki-Kare testi sonuçları

		Konaklama Süreleri				Toplam	X ²	p
		Günübirlik	1-3 gece	4-7 gece	8 gece ve üzeri			
Aylık Gelir Düzeyi	1404 TL ve altı	46 (% 28,4)	80 (% 49,4)	10 (% 6,2)	26 (% 16,0)	162	29,365	,001*
	1405-2500 TL	32 (% 26,2)	74 (% 60,7)	10 (% 8,2)	6 (% 4,9)	122		
	2501-4000 TL	51 (% 24,1)	129 (% 60,8)	13 (% 6,1)	19 (% 9,0)	212		
	4000 TL ve üzeri	62 (% 17,4)	240 (% 67,4)	31 (% 8,7)	23 (% 6,5)	356		
Toplam		191 (% 22,4)	523 (% 61,4)	64 (% 7,5)	74 (% 8,7)	852		

*p≤.05

4.9. YERLİ TURİSTLERİN GAZİANTEP'İ KÜLTÜREL BİR DESTİNASYON OLARAK ALGILAMALARININ DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE FARKLILIK ANALİZLERİNE YÖNELİK BULGULAR

Yerli turistlerin Gaziantep'i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarının demografik özelliklerine göre istatistiksel olarak bir farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla verilere “Bağımsız Örneklem T Testi ” ve “Tek Yönlü Varyans Analizi” yapılmıştır.

Tablo 4.12. Yerli turistlerin Gaziantep'i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarının cinsiyetlerine göre Bağımsız Örneklem T testi sonuçları

Faktörler	Cinsiyet (N)		Ort. (\bar{x})	Standart Sapma	sd	t	p
Kültürel Amaçlı Seyahat	Kadın	404	3,5619	0,87911	849,189	5,656	,000***
	Erkek	448	3,2083	0,94531			
Kültürel Değerlerin Önemi	Kadın	404	4,1516	0,53715	850	1,130	,259
	Erkek	448	4,1071	0,60406			
Tanıtım ve Kültürel Aktivite Eksiklikleri	Kadın	404	3,2277	0,80209	850	3,690	,000***
	Erkek	448	3,0260	0,79181			
Tüm Boyutların Genel Ortalaması	Kadın	404	3,6975	0,49808	843,439	5,355	,000***
	Erkek	448	3,5132	0,50579			

*p≤0,05 **p<0,01 ***p<0,001

Yerli turistlerin Gaziantep'i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarının cinsiyetlerine göre istatistiksel olarak bir farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla yapılan Bağımsız Örneklem T testi sonuçları yukarıdaki Tablo 4.12'de sunulmuştur.

Tablo 4.12'de görüldüğü gibi, yerli turistlerin Gaziantep'i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları ile cinsiyetleri arasında $p \leq 0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p \leq 0,05$). Bu kapsamda geliştirilen H_4 kabul edilmiştir.

Yerli turistlerin Gaziantep'i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları ile cinsiyetleri arasındaki farklılık genel olarak incelendikten sonra, yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep'e yönelik algılarını oluşturan tüm boyutların cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Tablo 4.12'de görüldüğü gibi "kültürel amaçlı seyahat" ve "tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri" boyutları ile cinsiyetleri arasında, $p \leq 0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir ($p \leq 0,05$). "Kültürel değerlerin önemi" boyutu ile cinsiyetleri arasında $p \leq 0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p \geq 0,05$). Bu sonuca göre, kadın turistlerin Gaziantep'e yönelik seyahatlerinde erkek turistlere göre kültürel amaçlarının daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca kadın turistlerin "tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri" boyutu ile ilgili algıları erkek turistlere göre daha yüksektir. Bu kapsamda geliştirilen H_{4a} ve H_{4c} kabul edilmiş ve H_{4b} reddedilmiştir.

Yerli turistlerin Gaziantep'i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarının yaşlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla yapılan Tek Yönlü Varyans analizi sonuçları Tablo 4.13'de sunulmuştur. Analiz sonuçlarına göre, yerli turistlerin Gaziantep'i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları ile yaşları arasında $p \leq 0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmadığı görülmüştür ($p \geq 0,05$). Bu kapsamda geliştirilen H_5 reddedilmiştir.

Yerli turistlerin Gaziantep'i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları ile yaşları arasındaki farklılık genel olarak incelendikten sonra, yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep'e yönelik algılarını oluşturan tüm boyutların

yaşlarına göre istatistiksel olarak farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Tablo 4.13'te görüldüğü gibi yerli turistlerin yaşları ile “kültürel amaçlı seyahat” boyutu arasında $p \leq 0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmakta iken ($p \leq 0,05$), “kültürel değerlerin önemi” ve “tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutları ile yaşları arasında $p \leq 0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p \geq 0,05$). Bu kapsamda geliştirilen H_{5a} kabul edilmiş, H_{5b} ve H_{5c} ise reddedilmiştir.

Tablo 4.13. Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarının yaşlarına göre Tek Yönlü Varyans analizi sonuçları

Faktörler	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
Kültürel Amaçlı Seyahat	Gruplar Arası	10,347	4	2,587	3,013	,017*
	Gruplar İçi	727,104	847	,858		
	Toplam	737,451	851			
Kültürel Değerlerin Önemi	Gruplar Arası	1,636	4	,409	1,245	,290
	Gruplar İçi	278,168	847	,328		
	Toplam	279,804	851			
Tanıtım ve Kültürel Aktivite Eksiklikleri	Gruplar Arası	4,684	4	1,171	1,825	,122
	Gruplar İçi	543,481	847	,642		
	Toplam	548,164	851			
Tüm Boyutların Genel Ortalaması	Gruplar Arası	2,250	4	,563	2,173	,070
	Gruplar İçi	219,300	847	,259		
	Toplam	221,550	851			

* $p \leq 0,05$

Tablo 4.14’de görüldüğü gibi yerli turistlerin yaşlarına göre “kültürel amaçlı seyahat” boyutunda varyansların eşit olması nedeniyle (Levene Testi $p:0,417$) Post Hoc analizlerinden olan Bonferroni analizi yapılmış ve sonuçları sunulmuştur. Tablo 4.15’de ise “kültürel amaçlı seyahat” boyutunda yerli turistlerin yaş durumuna göre grup ortalamaları, standart sapma ve sonuçları sunulmuştur.

Tablo 4.14. Kültürel amaçlı seyahat boyutunda yaş durumuna göre Bonferroni analizi sonuçları

Bağımlı Değişken	(I) Yaş Durumu	(J) Yaş Durumu	(I-J) Ortalama Farkı	Standart Hata	Anlamlılık
Kültürel Amaçlı Seyahat	16-25	45 ve üzeri	-,28324	,09598	,033*

Tablo 4.14 ve Tablo 4.15’de görüldüğü gibi 16-25 yaş ile (\bar{x} : 3,16) 45 yaş ve üzeri (\bar{x} : 3,44) arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($p \leq 0,05$).

Tablo 4.15. Kültürel amaçlı seyahat boyutunda yaş durumuna göre grup ortalamaları ve standart sapma değerlerine yönelik sonuçlar

Yaş Durumu	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
15 ve altı	24	3,6667	,81650	,16667
16-25	154	3,1645	,87177	,07025
26-35	281	3,4033	,95423	,05692
36-44	157	3,3822	,97022	,07743
45 ve üzeri	236	3,4477	,90786	,05910
Toplam	852	3,3760	,93090	,03189

Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarının medeni durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla yapılan Bağımsız Örneklem T Testi sonuçları Tablo 4.16’da sunulmuştur. Analiz sonuçlarına göre, yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları ile medeni durumları arasında, $p \leq 0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmadığı görülmüştür ($p \geq 0,05$). Bu kapsamda geliştirilen H_6 reddedilmiştir.

Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları ile medeni durumları arasındaki farklılık genel olarak incelendikten sonra, yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep’e yönelik algılarını oluşturan tüm boyutların medeni durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Tablo 4.16’da görüldüğü gibi yerli turistlerin medeni durumları ile “kültürel amaçlı seyahat”, “kültürel değerlerin önemi” ve “tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutları arasında $p \leq 0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p \geq 0,05$). Bu kapsamda geliştirilen H_{6a} , H_{6b} , H_{6c} reddedilmiştir.

Tablo 4.16. Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarının medeni durumlarına göre Bağımsız Örneklem T testi sonuçları

Faktörler	Medeni Durum	(N)	Ort. (\bar{x})	Standart Sapma	sd	t	p
Kültürel Amaçlı Seyahat	Bekâr	345	3,3130	0,95061	850	-1,629	,104
	Evli	507	3,4188	0,91571			
Kültürel Değerlerin Önemi	Bekâr	345	4,1239	0,59648	850	-,181	,856
	Evli	507	4,1312	0,55774			
Tanıtım ve Kültürel Aktivite Eksiklikleri	Bekâr	345	3,1430	0,81620	850	,639	,523
	Evli	507	3,1072	0,79367			
Tüm Boyutların Genel Ortalaması	Bekâr	345	3,5864	0,52097	721,563	-,666	,506
	Evli	507	3,6103	0,50309			

Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarının eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla yapılan Tek Yönlü Varyans analizi sonuçları Tablo 4.17’de sunulmuştur.

Tablo 4.17. Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarının eğitim durumlarına göre Tek Yönlü Varyans analizi sonuçları

Faktörler	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
Kültürel Amaçlı Seyahat	Gruplar Arası	4,173	4	1,043	1,205	,307
	Gruplar İçi	733,278	847	,866		
	Toplam	737,451	851			
Kültürel Değerlerin Önemi	Gruplar Arası	6,748	4	1,687	5,233	,000***
	Gruplar İçi	273,056	847	,322		
	Toplam	279,804	851			
Tanıtım ve Kültürel Aktivite Eksiklikleri	Gruplar Arası	,267	4	,067	,103	,981
	Gruplar İçi	547,898	847	,647		
	Toplam	548,164	851			
Tüm Boyutların Genel Ortalaması	Gruplar Arası	,776	4	,194	,744	,562
	Gruplar İçi	220,774	847	,261		
	Toplam	221,550	851			

*p<0,05 **p<0,01 ***p<0,001

Analiz sonuçlarına göre, yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları ile eğitim durumları arasında, $p \leq 0,05$ anlamlılık düzeyinde

istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmadığı görülmüştür ($p \geq 0,05$). Bu kapsamda geliştirilen H_7 reddedilmiştir.

Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları ile eğitim durumları arasındaki farklılık genel olarak incelendikten sonra, yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep’e yönelik algılarını oluşturan tüm boyutların eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Tablo 4.17’de görüldüğü gibi “kültürel değerlerin önemi” boyutu ile eğitim durumları arasında $p \leq 0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p \leq 0,05$). “Kültürel amaçlı seyahat” ve “tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutları ile eğitim durumları arasında ise $p \leq 0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p \geq 0,05$). Bu kapsamda geliştirilen H_{7b} kabul edilmiş, H_{7a} ve H_{7c} reddedilmiştir.

Tablo 4.18’de görüldüğü gibi yerli turistlerin “kültürel değerlerin önemi” boyutunda varyansların eşit olması nedeniyle (Levene Testi $p: 0,215$) Post-Hoc analizlerinden olan Bonferroni analizi yapılmış ve sonuçları sunulmuştur. Tablo 4.19’da ise “kültürel değerlerin önemi” boyutunda yerli turistlerin eğitim durumuna göre grup ortalamaları ve standart sapma sonuçları sunulmuştur.

Tablo 4.18. Kültürel değerlerin önemi boyutunda eğitim durumuna göre Bonferroni analizi sonuçları

Bağımlı Değişken	(I) Eğitim Durumu	(J) Eğitim Durumu	(I-J) Ortalama Farkı	Standart Hata	Anlamlılık
Kültürel Değerlerin Önemi	Lise	Lisans	-,22429	,05772	,001
		Lisansüstü	-,23408	,06464	,003
	Lisans	Lise	,22429	,05772	,001
	Lisansüstü	Lise	,23408	,06464	,003

Tablo 4.18 ve tablo 4.19’da görüldüğü gibi lise ($\bar{x}: 3,95$) ile lisans ($\bar{x}: 4,17$) arasında, lise ($\bar{x}: 3,95$) ile lisansüstü ($\bar{x}: 4,18$) arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($p \leq 0,05$).

Tablo 4.19. Kültürel değerlerin önemi boyutunda eğitim durumuna göre grup ortalamaları ve standart sapma değerlerine yönelik sonuçlar

Eğitim Durumu	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
İlköğretim	45	4,0056	,43133	,06430
Lise	126	3,9544	,65299	,05817
Ön lisans	65	4,0423	,65784	,08159
Lisans	417	4,1787	,56184	,02751
Lisansüstü (Yüksek Lisans/Doktora)	199	4,1884	,51522	,03652
Toplam	852	4,1282	,57341	,01964

Yerli turistlerin Gaziantep'i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarının aylık gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi sonuçları Tablo 4.20'de sunulmuştur. Analiz sonuçlarına göre, yerli turistlerin Gaziantep'i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları ile yaşları arasında $p \leq 0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p \leq 0,05$). Bu kapsamda geliştirilen H_8 kabul edilmiştir.

Tablo 4.20. Yerli turistlerin Gaziantep'i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarının aylık gelirlerine göre Tek Yönlü Varyans analizi sonuçları

Faktörler	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
Kültürel Amaçlı Seyahat	Gruplar Arası	16,328	3	5,443	6,400	,000***
	Gruplar İçi	721,122	848	,850		
	Toplam	737,451	851			
Kültürel Değerlerin Önemi	Gruplar Arası	2,387	3	,796	2,432	,064
	Gruplar İçi	277,417	848	,327		
	Toplam	279,804	851			
Tanıtım ve Kültürel Aktivite Eksiklikleri	Gruplar Arası	6,213	3	2,071	3,240	,022*
	Gruplar İçi	541,952	848	,639		
	Toplam	548,164	851			
Tüm Boyutların Genel Ortalaması	Gruplar Arası	2,985	3	,995	3,861	,009**
	Gruplar İçi	218,564	848	,258		
	Toplam	221,550	851			

* $p \leq 0,05$ ** $p < 0,01$ *** $p < 0,001$

Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları ile aylık gelirleri arasındaki farklılık genel olarak incelendikten sonra, yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep’e yönelik algılarını oluşturan tüm boyutların aylık gelirlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Tablo 4.20’de görüldüğü gibi “kültürel amaçlı seyahat”, ve “tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutları ile aylık gelirleri arasında $p \leq 0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p \leq 0,05$). “Kültürel değerlerin önemi” boyutu ile aylık gelirleri arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p \geq 0,05$). Bu kapsamda geliştirilen H_{8a} ve H_{8c} kabul edilmiş, H_{8b} ise reddedilmiştir.

Tablo 4.21’de görüldüğü gibi “kültürel amaçlı seyahat” boyutunda varyansların eşit olması nedeniyle (Levene Testi $p: 0,107$) Post-Hoc analizlerinden olan Bonferroni analizi yapılmış ve sonuçları sunulmuştur. Tablo 4.22’de ise “kültürel amaçlı seyahat” boyutunda yerli turistlerin aylık gelir durumuna göre grup ortalamaları ve standart sapma değerleri sunulmuştur.

Tablo 4.21. Kültürel amaçlı seyahat boyutunda aylık gelir durumuna göre Bonferroni analizi sonuçları

Bağımlı Değişken	(I) Aylık Gelir Durumu	(J) Aylık Gelir Durumu	(I-J) Ortalama Farkı	Standart Hata	Anlamlılık
Kültürel Amaçlı Seyahat	1405-2500 TL	4001 TL ve üzeri	,33696	,09674	,003
	2501-4000 TL	4001 TL ve üzeri	,28636	,08000	,002
	4001 TL ve üzeri	1405-2500 TL	-,33696	,09674	,003
		2501-4000 TL	-,28636	,08000	,002

Tablo 4.21 ve tablo 4.22’de görüldüğü gibi 1404 TL (asgari ücret ve altı) ($\bar{x}: 3,35$) ile 4001 TL ve üzeri ($\bar{x}: 3,23$) arasında, 2501-4000 TL ($\bar{x}: 3,52$) ile 4001 TL ve üzeri ($\bar{x}: 3,23$) arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($p \leq 0,05$).

Tablo 4.22. Kültürel amaçlı seyahat boyutunda aylık gelir durumuna göre grup ortalamaları ve standart sapma değerlerine yönelik sonuçlar

Aylık Gelir Durumu	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
1404 TL (asgari ücret ve altı)	162	3,3519	,89106	,07001
1405-2500 TL	122	3,5710	,84900	,07687

Tablo 4.22 (Devamı)

2501-4000 TL	212	3,5204	,91911	,06312
4001 TL ve üzeri	356	3,2341	,96097	,05093
Toplam	852	3,3760	,93090	,03189

Tablo 4.23'te görüldüğü gibi “tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutunda varyansların eşit olması nedeniyle (Levene Testi p: 0,768) Post-Hoc analizlerinden olan Bonferroni analizi yapılmış ve sonuçları sunulmuştur. Tablo 4.24’de ise “tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutunda yerli turistlerin aylık gelir durumuna göre grup ortalamaları ve standart sapma değerleri sunulmuştur.

Tablo 4.23. Tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri boyutunda aylık gelir durumuna göre Bonferroni analizi sonuçları

Bağımlı Değişken	(I) Aylık Gelir Durumu	(J) Aylık Gelir Durumu	(I-J) Ortalama Farkı	Standart Hata	Anlamlılık
Tanıtım ve Kültürel Aktivite Eksiklikleri	1404 TL (asgari ücret) ve altı	1405-2500 TL	,28523	,09583	,018*

*p<0,05

Tablo 4.23 ve tablo 4.24’de görüldüğü gibi 1404 TL (asgari ücret ve altı) (\bar{x} : 3,26) ile 1405-2500 TL (\bar{x} : 2,97) arasında anlamlı farklılık bulunmuştur (p<0,05).

Tablo 4.24. Tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri boyutunda aylık gelir durumuna göre grup ortalamaları ve standart sapma değerlerine yönelik sonuçlar

Aylık Gelir Durumu	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
1404 TL (asgari ücret ve altı)	162	3,2634	,80666	,06338
1405-2500 TL	122	2,9781	,84495	,07650
2501-4000 TL	212	3,1462	,81527	,05599
4001 TL ve üzeri	356	3,0918	,77014	,04082
Toplam	852	3,1217	,80258	,02750

Tablo 4.25’te görüldüğü gibi tüm boyutların genel ortalamasında varyansların eşit olması nedeniyle (Levene Testi p: 0,884) Post-Hoc analizlerinden olan Bonferroni analizi yapılmış ve sonuçları sunulmuştur. Tablo 4.26’da ise tüm boyutların genel ortalamasında yerli turistlerin aylık gelir durumuna göre grup ortalamaları ve standart sapma değerleri sunulmuştur.

Tablo 4.25. Tüm boyutların genel ortalamasının aylık gelir durumuna göre Bonferroni analizi sonuçları

Bağımlı Değişken	(I) Aylık gelir durumu	(J) Aylık gelir durumu	(I-J) Ortalama farkı	Standart Hata	Anlamlılık
Tüm boyutların genel ortalaması	2501-4000 TL	4001 TL ve üzeri	,14803	,04404	,005*

* $p \leq 0,05$

Tablo 4.25 ve tablo 4.26’da görüldüğü gibi 2501-4000 TL (\bar{x} : 3,68) ile 4001 TL ve üzeri (\bar{x} : 3,53) arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p \leq 0,05$).

Tablo 4.26. Tüm boyutların genel ortalamasının aylık gelir durumuna göre grup ortalamaları ve standart sapma değerlerine yönelik sonuçlar

Aylık Gelir Durumu	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
1404 TL (asgari ücret ve altı)	162	3,6142	,50252	,03948
1405-2500 TL	122	3,6131	,47983	,04344
2501-4000 TL	212	3,6868	,51830	,03560
4001 TL ve üzeri	356	3,5388	,51284	,02718
Toplam	852	3,6006	,51024	,01748

4.10. YERLİ TURİSTLERİN GAZİANTEP’İ KÜLTÜREL BİR DESTİNASYON OLARAK ALGILAMALARININ GAZİANTEP’E İLK KEZ GELME VE TEKRAR ZİYARETİNDE BULUNMA DURUMLARINA GÖRE FARKLILIK ANALİZİNE YÖNELİK BULGULAR

Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarının Gaziantep’e ilk kez gelme ve tekrar ziyaretinde bulunma durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla gerçekleştirilen Bağımsız Örneklem T Testi sonuçları Tablo 4.27’de sunulmuştur. Tablo 4.27’de görüldüğü üzere, yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları ile Gaziantep’e ilk kez gelme ve tekrar ziyaretinde bulunma durumları arasında $p \leq 0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p \geq 0,05$). Bu kapsamda geliştirilen H_0 reddedilmiştir.

Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarının Gaziantep’e ilk kez gelme ve tekrar ziyaretinde bulunma durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği genel olarak incelendikten sonra, yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep’e yönelik algılarını oluşturan tüm boyutların Gaziantep’e ilk kez gelme ve tekrar ziyaretinde bulunma durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Tablo 4.27’de görüldüğü gibi “kültürel amaçlı seyahat”, “kültürel

değerlerin önemi” ve “tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutları ile Gaziantep’e ilk kez gelip gelmeme durumları arasında $p \leq 0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p \geq 0,05$). Bu kapsamda geliştirilen H_{9a} , H_{9b} ve H_{9c} reddedilmiştir.

Tablo 4.27. Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarının Gaziantep’e ilk kez gelme ve tekrar ziyaretinde bulunma durumlarına göre Bağımsız Örneklem T testi sonuçları

Faktörler	Gaziantep’e ilk kez gelip gelmeme durumu (N)		Ort. (\bar{x})	Standart Sapma	sd	t	p
	Evet	Hayır					
Kültürel Amaçlı Seyahat	Evet	417	3,4261	0,89808	850	1,539	,124
	Hayır	435	3,3280	0,95988			
Kültürel Değerlerin Önemi	Evet	417	4,1517	0,53337	850	1,169	,243
	Hayır	435	4,1057	0,60909			
Tanıtım ve Kültürel Aktivite Eksiklikleri	Evet	417	3,1343	0,75573	845,855	,450	,653
	Hayır	435	3,1096	0,84576			
Tüm Boyutların Genel Ortalaması	Evet	417	3,6288	0,47128	841,437	1,585	,113
	Hayır	435	3,5736	0,54415			

4.11. YERLİ TURİSTLERİN KÜLTÜREL ALGILARINI OLUŞTURAN BOYUTLAR ARASINDAKİ İLİŞKİYE YÖNELİK BULGULAR

Bulgular bölümünün bu alt başlığında, yerli turistlerin kültürel algılarını oluşturan boyutlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla Korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 4.28’de Korelasyon analizi sonuçları sunulmuştur.

Korelasyon analizi sonucunda “kültürel amaçlı seyahat” boyutu ile “kültürel değerlerin önemi” boyutu arasında orta düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($p < 0,05$). Bu kapsamda geliştirilen H_{10a} kabul edilmiştir. “Kültürel amaçlı seyahat” boyutu ile “tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutu arasında düşük düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p < 0,05$). Bu kapsamda geliştirilen H_{10b} kabul edilmiştir. “Kültürel değerlerin önemi” boyutu ile “tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutu arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($p > 0,05$). Bu kapsamda geliştirilen H_{10c} reddedilmiştir.

Tablo 4.28. Boyutlar arasındaki ilişkiye yönelik Korelasyon analizi sonuçları

Kültürel Algı Ölçeği Boyutları		Kültürel Amaçlı Seyahat	Kültürel Değerlerin Önemi	Tanıtım ve Kültürel Aktivite Eksiklikleri
Kültürel Amaçlı Seyahat	Pearson Korelasyon Katsayısı	1,000	0,389**	0,133**
	Anlamlılık	-	0,000	0,000
Kültürel Değerlerin Önemi	Pearson Korelasyon Katsayısı	0,389**	1,000	0,037
	Anlamlılık	0,000	-	0,285
Tanıtım ve Kültürel Aktivite Eksiklikleri	Pearson Korelasyon Katsayısı	0,133**	0,037	1,000
	Anlamlılık	0,000	0,285	-

4.12. YERLİ TURİSTLERİN GAZİANTEP İLİNİ ZİYARETLERİNE İLİŞKİN MEMNUNİYET DURUMLARININ DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE FARKLILIK ANALİZLERİNE YÖNELİK BULGULAR

Yerli turistlerin Gaziantep ilini ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumlarıyla demografik özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olup olmadığını incelemek amacıyla Bağımsız Örneklem T Testi ve Tek Yönlü Varyans analizi yapılmıştır.

Tablo 4.29’da görüldüğü gibi yapılan Bağımsız Örneklem T Testi sonuçlarına göre yerli turistlerin cinsiyetleri ile memnuniyet durumları arasında $p \leq 0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır ($p \geq 0,05$). Bu durumda H_{11a} reddedilmiştir.

Tablo 4.29. Yerli turistlerin Gaziantep ilini ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumlarının cinsiyetlerine göre Bağımsız Örneklem T testi sonuçları

Cinsiyet	(N)	Ort. (\bar{x})	Standart Sapma	sd	t	p
Kadın	404	4,2442	,62815	850	1,633	,103
Erkek	448	4,1734	,63649			

Yerli turistlerin Gaziantep ilini ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumlarının yaşlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak amacıyla yapılan Tek Yönlü Varyans analizi sonuçları Tablo 4.30'da sunulmuştur. Analiz sonuçlarına göre, memnuniyet durumları ile yaşları arasında $p \leq 0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p \geq 0,05$). Bu durumda H_{11b} reddedilmiştir.

Tablo 4.30. Yerli turistlerin Gaziantep ilini ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumlarının yaşlarına göre Tek Yönlü Varyans analizi sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	2,250	4	,563	1,406	,230
Gruplar İçi	338,922	847	,400		
Toplam	341,172	851			

Yerli turistlerin Gaziantep ilini ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumlarının medeni durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak amacıyla yapılan Bağımsız Örneklem T Testi sonuçları Tablo 4.31'de sunulmuştur.

Tablo 4.31. Yerli turistlerin Gaziantep ilini ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumlarının medeni durumlarına göre Bağımsız Örneklem T testi sonuçları

Medeni Durum	(N)	Ort. (\bar{x})	Standart Sapma	sd	t	p
Bekâr	345	4,1903	,63656	850	-,632	,528
Evli	507	4,2183	,63124			

Analiz sonuçlarına göre, yerli turistlerin medeni durumlarıyla memnuniyet durumları arasında $p \leq 0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p \geq 0,05$). Bu durumda H_{11c} reddedilmiştir.

Yerli turistlerin Gaziantep ilini ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumlarının eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak amacıyla yapılan Tek Yönlü Varyans analizi sonuçları Tablo 4.32'de sunulmuştur. Analiz sonuçlarına göre, yerli turistlerin eğitim durumları ile memnuniyet durumları arasında $p \leq 0,05$ anlamlılık düzeyinde

istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p \geq 0,05$). Bu durumda H_{11d} reddedilmiştir.

Tablo 4.32. Yerli turistlerin Gaziantep ilini ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumlarının eğitim durumlarına göre Tek Yönlü Varyans analizi sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	2,398	4	,599	1,499	,119
Gruplar İçi	338,774	847	,400		
Toplam	341,172	851			

Yerli turistlerin Gaziantep ilini ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumlarının aylık gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 4.33’de sunulmuştur. Analiz sonuçlarına göre, yerli turistlerin aylık gelirleri ile memnuniyet durumları arasında $p \leq 0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p \geq 0,05$). Bu durumda H_{11e} reddedilmiştir.

Tablo 4.33. Yerli turistlerin Gaziantep ilini ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumlarının aylık gelirlerine göre Tek Yönlü Varyans analizi sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	,472	3	,157	,391	,759
Gruplar İçi	340,700	848	,402		
Toplam	341,172	851			

4.13. ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN KABUL-RED DURUMLARI

Bu araştırmada kurulan hipotezlerin kabul- red değerleri Tablo 4.34’de sunulmuştur.

Tablo 4.34. Hipotezlerin kabul-red durumlarına ilişkin sonuçlar

HİPOTEZLER		KABUL /RED
H_1 : Yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep’e yönelik algılamaları yüksek düzeydedir.		KABUL
H_2 : Yerli turistlerin Gaziantep iline geliş biçimleri demografik özelliklerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.		
H_{2a}	Yerli turistlerin Gaziantep iline geliş biçimleri cinsiyetlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	KABUL

Tablo 4.34 (Devamı)

H_{2b}	Yerli turistlerin Gaziantep iline geliş biçimleri yaşlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	KABUL
H_{2c}	Yerli turistlerin Gaziantep iline geliş biçimleri medeni durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	RED
H_{2d}	Yerli turistlerin Gaziantep iline geliş biçimleri eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	RED
H_{2e}	Yerli turistlerin Gaziantep iline geliş biçimleri aylık gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	RED
H₃: Yerli turistlerin Gaziantep ilinde konaklama süreleri aylık gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.		KABUL
H₄: Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları cinsiyetlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.		KABUL
H_{4a}	Yerli turistlerin “Kültürel amaçlı seyahat” boyutuna yönelik kültürel algıları cinsiyetlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	KABUL
H_{4b}	Yerli turistlerin “Kültürel değerlerin önemi” boyutuna yönelik kültürel algıları cinsiyetlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	RED
H_{4c}	Yerli turistlerin “Tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutuna yönelik kültürel algıları cinsiyetlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	KABUL
H₅: Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları yaşlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.		RED
H_{5a}	Yerli turistleri “Kültürel amaçlı seyahat” boyutuna yönelik kültürel algıları yaşlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	KABUL
H_{5b}	Yerli turistlerin “Kültürel değerlerin önemi” boyutuna yönelik kültürel algıları yaşlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	RED
H_{5c}	Yerli turistlerin “Tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutuna yönelik kültürel algıları yaşlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	RED
H₆: Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları medeni durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.		RED
H_{6a}	Yerli turistlerin “Kültürel amaçlı seyahat” boyutuna yönelik kültürel algıları medeni durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	RED
H_{6b}	Yerli turistlerin “Kültürel değerlerin önemi” boyutuna yönelik kültürel algıları medeni durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	RED

Tablo 4.34 (Devamı)

H_{6c}	Yerli turistlerin “Tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutuna yönelik kültürel algıları medeni durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	RED
H₇ : Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.		RED
H_{7a}	Yerli turistlerin “Kültürel amaçlı seyahat” boyutuna yönelik kültürel algıları eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	RED
H_{7b}	Yerli turistlerin “Kültürel değerlerin önemi” boyutuna yönelik kültürel algıları eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	KABUL
H_{7c}	Yerli turistlerin “Tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutuna yönelik kültürel algıları eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	RED
H₈ : Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları aylık gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.		KABUL
H_{8a}	Yerli turistlerin “Kültürel amaçlı seyahat” boyutuna yönelik kültürel algıları aylık gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	KABUL
H_{8b}	Yerli turistlerin “Kültürel değerlerin önemi” boyutuna yönelik kültürel algıları aylık gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	RED
H_{8c}	Yerli turistlerin “Tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutuna yönelik kültürel algıları aylık gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	KABUL
H₉ : Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları Gaziantep’e ilk kez gelen ve tekrar ziyaretinde bulunanlara göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.		RED
H_{9a}	Yerli turistlerin “Kültürel amaçlı seyahat” boyutuna yönelik kültürel algıları Gaziantep’e ilk kez gelen ve tekrar ziyaretinde bulunanlara göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	RED
H_{9b}	Yerli turistlerin “Kültürel değerlerin önemi” boyutuna yönelik kültürel algıları Gaziantep’e ilk kez gelen ve tekrar ziyaretinde bulunanlara göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	RED
H_{9c}	Yerli turistlerin “Tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutuna yönelik kültürel algıları Gaziantep’e ilk kez gelen ve tekrar ziyaretinde bulunanlara göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	RED
H₁₀ : Yerli turistlerin kültürel algılarını oluşturan boyutlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.		

Tablo 4.34 (Devamı)

H_{10a}	Yerli turistlerin kültürel algılarını oluşturan “Kültürel amaçlı seyahat” boyutu ile “Kültürel değerlerin önemi” boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	KABUL
H_{10b}	Yerli turistlerin kültürel algılarını oluşturan “Kültürel amaçlı seyahat” boyutu ile “Tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	KABUL
H_{10c}	Yerli turistlerin kültürel algılarını oluşturan “Kültürel değerlerin önemi” boyutu ile “Tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	RED
H₁₁ : Yerli turistlerin Gaziantep’i ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumları demografik özelliklerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.		
H_{11a}	Yerli turistlerin Gaziantep’i ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumları cinsiyetlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	RED
H_{11b}	Yerli turistlerin Gaziantep’i ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumları yaşlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	RED
H_{11c}	Yerli turistlerin Gaziantep’i ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumları medeni durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	RED
H_{11d}	Yerli turistlerin Gaziantep’i ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumları eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	RED
H_{11e}	Yerli turistlerin Gaziantep’i ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumları aylık gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	RED

Tablo 4.34’te görüldüğü gibi araştırmada kurulan 11’i ana 31’i alt hipotez olmak üzere toplam 42 hipotezin 14’ü kabul edilirken, 25’i ise reddedilmiştir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar ve benzer araştırmalarla olan ilişkisi aşağıda belirtilmiştir.

Araştırmaya katılan 852 yerli turistin demografik özellikleri incelendiğinde, ankete katılanların çoğunluğu erkeklerden oluşmaktadır. Yerli turistlerin en fazla 281 kişi ile 26-35 yaş aralığında olduğu en az ise 15 ve altı yaş grubunda olduğu tespit edilmiştir. Yerli turistlerin medeni durumlarına bakıldığında çoğunluğunun evli olduğu görülmektedir. Yerli turistlerin yüksek oranda lisans mezunlarından oluştuğu sonucuna ulaşılrken, düşük oranda ilköğretim mezunu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlar Gültekin (2011)'in ve Kargiglioğlu (2015)'nin yapmış olduğu araştırmada Gaziantep'i ziyaret eden turistlerin çoğunluğunun evli ve üniversite mezunu olduğu sonucuyla örtüşmektedir. Silberberg (1995), Uca Özer (2010), Tulonova (2012) ve Üsküdar (2012) yapmış oldukları çalışmalarda kültür turizmine katılan turistlerin eğitim seviyesinin yüksek olduğunu belirterek bu sonucu desteklemişlerdir.

Yerli turistlerin Gaziantep seyahatlerine yönelik araştırma bulguları incelendiğinde %48,9'unun ilk kez Gaziantep'e geldiği, seyahat şekline bakıldığında çok büyük bir kısmının bireysel olarak çok az bir kısmının ise tur organizasyonu ile geldiği, çoğunluğunun akraba ve arkadaş yanında konakladığı görülmüştür. Ayrıca konaklama süreleri incelendiğinde yarısından fazlasının 1-3 gece arasında konakladıkları görülmektedir. Gültekin (2011) yapmış olduğu araştırmada Gaziantep'e gelen turistlerin çoğunluğunun bireysel, az bir kısmının tur organizasyonu ile geldiğini belirtmiştir. Bu sonuç araştırmadan elde edilen sonuçla örtüşmektedir.

Yerli turistlerin seyahat amaçlarına yönelik bulgular incelendiğinde %36,3'lük oranla en fazla kültürel nedenlerle seyahat etmişlerdir. Kültürel nedenleri yöresel lezzetler ve ürünler seçeneği takip etmiştir. Seyahat amaçları arasında en az spor etkinliğine katılmak yer almaktadır. Araştırmaya katılan yerli turistlerin %38,4'ü Gaziantep'i gastronomi kenti olarak tanımlarken, %35,4'ü ise kültür kenti olarak tanımlamaktadır. Üçünü sırada ise %17,1 oranla sanayi kenti olarak tanımlanmaktadır. Araştırmaya katılan yerli turistlerin Gaziantep'e gelmeden önce başvurdukları bilgi kaynakları incelendiğinde en fazla akraba, arkadaş ve meslektaşlarından bilgi edindikleri tespit edilmiştir. Gaziantep'e geldikten sonra ise en fazla internetten yararlanmışlardır.

Yerli turistlerin Gaziantep'te ziyaret ettikleri kültürel mekânlar ve katıldıkları aktiviteler incelendiğinde müze ziyaretleri ön plana çıkmaktadır. Bunu yöresel mutfak etkinlikleri ve tarihi mekânlar takip etmektedir. Bununla birlikte camiler, kiliseler ve sanat galerileri de diğer önemli etkinlikler arasında yer almaktadır. Festivaller, müzik etkinlikleri, dans ve folklor etkinlikleri, fuarlar, spor etkinlikleri ve sağlık merkezleri ise daha alt sıralarda yer almaktadır.

Yerli turistler, yöresel yemekler, yiyecek-içecek hizmetleri, kültürel miras, tarihi çekicilikler, kültürel çekicilikler, yerel halkın konukseverliği, el sanatları, hediyelik eşya, alışveriş imkânları, konaklama tesislerinin kalitesi, turistik çekiciliklerin çeşitliliği, turistik işaretler ve yönlendirmeler, genel fiyat seviyesi, manzara/doğal çekicilikler ve can ve mal güvenliği bakımından Gaziantep'teki seyahatlerini iyi ve çok iyi şekilde değerlendirmişlerdir. Bu sonuçlar araştırmaya katılan turistlerin söz konusu hizmetlerden memnun kaldıklarının bir göstergesi sayılabilir. Yerel turlar ve geziler, temizlik ve hijyen, yerel festivallerin varlığı, eğlence ve gece hayatı ve trafik alt yapısına yönelik ortalama bir değerlendirme yapmışlardır. Bu sonuçlar, araştırmaya katılan turistlerin bu hizmetlerle ilgili bir takım sıkıntılar yaşadıklarının göstergesi olabilir.

Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistlerin Gaziantep'i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarına yönelik sonuçlar incelenmiştir. Kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep ili algılarını oluşturan boyutların belirlenmesine yönelik faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi sonucunda ölçeğin 10 ifadeden ve "kültürel amaçlı

seyahat”, “kültürel değerlerin önemi” ve “tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” olmak üzere 3 boyuttan oluştuğu tespit edilmiştir.

Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarına yönelik oluşturulan ölçeğin ortalamasına bakıldığında, yerli turistlerin algılarının yüksek düzeyde olduğu görülmüştür. Boyutların ortalaması incelendiğinde “kültürel amaçlı seyahat” boyutuna ve “tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutuna orta düzeyde katılım olduğu, “kültürel değerlerin önemi” boyutuna ise yüksek düzeyde katılım olduğu tespit edilmiştir. “Kültürel değerlerin önemi” boyutu içerisinde yerli turistlerin en çok katıldığı ifade “Kültürel ve tarihi yapıların korunması ve iyileştirilmesi Gaziantep’in turistik geleceği açısından olumlu olacaktır” ifadesi olmuştur.

Kültürel amaçlı seyahat boyutunda en yüksek katılımın olduğu ifade “Kültürel ve tarihi kaynakları Gaziantep’i tercih etmemdeki en önemli nedenlerdendir.” ifadesi olmuştur. Tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri boyutunda en çok katılımın olduğu ifade ise “Kültürel bir şehir destinasyonu olarak Gaziantep’in tanıtımı etkili bir şekilde yapılmamaktadır.” ifadesi olmuştur. Şahin (2015) yapmış olduğu araştırmada katılımcıların Gaziantep’in tanıtımının doğru bir şekilde yapılmadığını düşündüğünü belirtmiştir. Bu sonuç, araştırma sonuçlarıyla örtüşmektedir. Ölçek genelinde en düşük katılımın olduğu ifade ise “Gaziantep’teki kültürel ve tarihi yapıların çok bakımsız ve ihmal edilmiş durumda olduğunu düşünüyorum.” ifadesi olmuştur.

Yerli turistlerin, Gaziantep seyahatinden memnun kaldıkları, arkadaş ve akrabalarına tavsiye edecekleri, Gaziantep’i tekrar ziyaret etmek istedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Gültekin (2011) Gaziantep’i ziyaret eden turistlere sorduğu “Gaziantep’e tekrar gelecek misiniz?” ve “Arkadaşlarınıza tavsiye edecek misiniz?” sorusuna çoğunlukla evet cevabını almış ve bu sonuç araştırma sonucuyla örtüşmektedir. Ayrıca bu sonuç, Gaziantep’in araştırmaya katılan yerli turistlerin beklentilerini karşıladığını ve gelecekte Gaziantep’in kültür turizmi destinasyonu olarak bir marka kent olabileceğini göstermektedir.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin Gaziantep iline geliş biçimlerinin demografik özelliklerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmeye yönelik yapılan farklılık analizlerinin sonuçları

incelendiğinde, cinsiyete ve yaşa göre Gaziantep'e geliş biçimlerinde anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Geliş biçimlerinde erkekler daha fazla bireysel olarak, tur organizasyonu ile de kadınlar daha fazla gelmiştir. Yaş durumlarına göre ise bireysel olarak en fazla 26-35 yaş arası, tur organizasyonu ile de en fazla 45 ve üzeri yaşta olanların geldiği görülmüştür. Yerli turistlerin medeni durumuna, eğitim durumuna ve aylık gelir düzeyine göre ise Gaziantep'e geliş biçimlerinde anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Yerli turistlerin Gaziantep ilinde konaklama süreleri ile aylık gelir durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Yerli turistlerin çoğunluğu 1-3 gece arasında konaklamış ve bunların içinde en fazla 4000 TL ve üzerinde aylık gelir sahibi olanlar konaklamıştır.

Yerli turistlerin Gaziantep'i kültürel bir destinasyon olarak algılamalarının demografik özelliklerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği farklılık analizleri ile incelenmiştir. Yerli turistlerin Gaziantep'i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu görülmüştür. Ortaya çıkan bu farklılık, kadın turistlerin algılarının yüksek düzeyde olmasından kaynaklanmaktadır. Benzer şekilde kültürel amaçlı seyahat boyutu ve tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri boyutunda da anlamlı bir farklılık olduğu, kültürel değerlerin önemi boyutunda ise anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür. Bu sonuç kadın turistlerin erkek turistlere göre seyahatlerinde kültürel amaçlarının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Ayrıca kadın turistlerin tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri boyutuyla ilgili algıları da erkek turistlere göre daha yüksektir.

Yerli turistlerin Gaziantep'i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür. Benzer şekilde kültürel değerlerin önemi ve tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri boyutunda da istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Öte yandan kültürel amaçlı seyahat boyutunda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bu farklılık 16-25 ile 45 yaş ve üzeri bireylerin ortalaması arasındaki farklılıktan kaynaklanmaktadır.

Yerli turistlerin Gaziantep'i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit

edilememiştir. Benzer şekilde kültürel amaçlı seyahat, kültürel değerlerin önemi, tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri boyutlarında da istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Bu sonuç, bekâr ve evli turistlerin algılarının birbirine benzer olduğunu göstermektedir.

Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Benzer şekilde kültürel amaçlı seyahat boyutu ve tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri boyutunda da istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Öte yandan kültürel değerlerin önemi boyutunda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bu farklılık eğitim durumu lisans ve lisansüstü olan yerli turistlerin algılarının yüksek olmasından kaynaklanmaktadır.

Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları ile aylık gelir düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Benzer şekilde kültürel amaçlı seyahat boyutunda ve tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri boyutunda anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Öte yandan kültürel değerlerin önemi boyutunda ise anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları ile Gaziantep’e ilk kez gelme ve tekrar ziyaretinde bulunma durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yerli turistlerin Gaziantep’i kültürel bir destinasyon olarak algılamaları ile Gaziantep’e ilk kez gelme ve tekrar ziyaretinde bulunma durumları arasında boyutlar bazında da anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Bu sonuç, ilk kez gelen ve tekrar ziyaretinde bulunan yerli turistlerin algılarının birbirine benzer olduğunu göstermektedir.

Yerli turistlerin kültürel algılarını oluşturan boyutlar arasındaki ilişkinin belirlenmesi için yapılan korelasyon analizi sonucunda, “kültürel amaçlı seyahat” boyutu ile “kültürel değerlerin önemi” boyutu arasında orta düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Bu sonuç değişkenlerden biri artarken diğ erinin de arttığını göstermektedir. Ancak bu artışın orta olması iki değişken arasındaki ilişkinin çok güçlü olmadığını göstermektedir. “Kültürel amaçlı seyahat” boyutu ile “tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutu arasında ise düşük düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Öte yandan “kültürel değerlerin önemi” boyutu ile

“tanıtım ve kültürel aktivite eksiklikleri” boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir.

Yerli turistlerin Gaziantep ilini ziyaretlerine ilişkin memnuniyet durumları ile demografik özellikleri arasında bir farklılık olup olmadığı belirlenmesi için yapılan analizler sonucunda yerli turistlerin cinsiyetleri, yaşları, medeni durumları, eğitim durumları ve aylık gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Bu sonuç, yerli turistlerin memnuniyet durumlarının birbirine benzer olduğunu göstermektedir.

Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda ve daha sonra yapılabilecek araştırmalara fayda sağlayabileceği düşünülen öneriler şu şekilde sıralanabilir:

Yerli turistlerin Gaziantep’e gelmeden önce başvurdukları bilgi kaynakları incelendiğinde büyük bir kısmının akraba, arkadaş, meslektaş grubundan oluştuğu görülmüştür. Fakat medya başlığı altında yer alan internet, TV, radyo türünden bilgi edinme kaynakları daha ön plana çıkmaktadır. Bu kapsamda Gaziantep ile ilgili tarihi ve kültürel yerlerle ilgili bilgilere, festivallerle ilgili haberlere, Gaziantep’e yönelik düzenlenen turlarla ilgili bilgilere erişilebilecek yeni, yerel ve yabancı dillerde internet sitelerinin oluşturulması ve medyada Gaziantep’le ilgili tanıtıcı bilgilere sık sık yer verilmesinin sağlanması potansiyel turistlere ulaşmada yararlı olabilir.

Yerli turistlerin Gaziantep’e gelince başvurdukları bilgi kaynakları arasında en çok internet yer almaktadır. Yerel broşürler, turist danışma bürosu, tur operatörü bilgilendirmesine çok az başvurulduğu görülmüştür. Bu sebeple Gaziantep’le ilgili turistlerin yararlanabileceği güncel tanıtım broşürlerine ulaşabilmeleri ziyaretleri süresince çok fayda sağlayabilir. Bu amaçla öncelikle turizm ile ilgili yerel ve merkezi otoritenin internet sitelerine broşürler yükleyebilirler.

Yerli turistler Gaziantep’in etkili bir şekilde tanıtımının yapılmadığını düşünmektedir. Turizmde en önemli sorunlardan biri yeterli ve etkili bir tanıtım yapılmamasıdır. Etkili bir tanıtım için internet ve sosyal medyanın etkin kullanımı, uluslararası festivallerin ve fuarların gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Özellikle festivaller turizm destinasyonlarının tanıtımında çok etkili olmaktadır. Gaziantep’te gerçekleştirilen İslahiye Üzüm, Biber ve Kültür Festivali, Gaziantep Uluslararası Gastronomi Festivali, Oğuzeli Nar ve Kültür Festivali ve Fıstık Festivali ve bu açıdan son derece önem kazanmaktadır. Bu festivallerin çok iyi organize edilmesi ve

tanıtımının ulusal ölçekli reklamlarla yapılması Gaziantep'e daha çok turist çekilmesine ve dolayısıyla ekonomik kazanç sağlanmasına ve kültür turizminin gelişmesine katkı sağlayabilir.

Yerli turistlerin çok büyük bir kısmı dans/folklor etkinlikleri ve müzik etkinliklerine katılmadıklarını belirtmişlerdir. Bu sebeple; şehirde düzenlenecek etkinliklerin, gelenek ve görenekleri, kültürel mirası yansıtacak ve tanıtacak şekilde planlanması ve bunların yılın farklı zamanlarına yayılması kültür turizmi potansiyelinin iyi değerlendirilmesi için önemli bir husustur. Bu amaçla düzenlenen turistlere yönelik etkinliklerde geleneksel kına gecesi ve düğün adetleri canlandırılabilir, geleneksel giyim tarzına yer verilebilir. Bu konuda başarılı olunabilmesi için dikkat edilmesi gereken hususlardan biri bölge halkının bu etkinliklerin önemiyle ilgili bilinçlendirilmesi ve etkinliklere bölge halkının katılımının sağlanmasıdır.

Yerli turistler yerel halkın konukseverliğini iyi şekilde değerlendirmişlerdir. Yerli turistlerin bu düşüncelerinin kalıcı olabilmesi için yerel halkın, tarihi ve kültürel değerlerine sahip çıkması, şehri ziyaret eden turistlerin en iyi şekilde ağırlanması konusunda şehre maddi ve manevi katkılarının olacağı konusunda bilinçlendirilmesi önerilmektedir. Bu konuda şehirde yer alan eğitim kurumlarından ve bu alanda çalışmalar yürüten sivil toplum kuruluşlarından yararlanılarak bölge halkının çocuklardan yaşlılara kadar yerel özelliklere sahip çıkılması hususunda bilgi sahibi olması sağlanabilir.

2017 yılında Türkiye'de en çok ziyaret edilen müzeler incelendiğinde Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi bu listenin onuncu sırasında yer almaktadır. Dünyanın en büyük mozaik müzesi olmasında rağmen az ziyaretçi ağırlamaktadır. Bu sonuç tanıtım ve yürütülen turizm politikalarının istenilen sonuçlara ulaşmadığını işaret edebilir. Bu sebeple ilgili kurumların bu konularda daha önce yapılanları gözden geçirmesi ve etkili çalışmalar yapması önerilmektedir. Özellikle Zeugma Mozaik Müzesinin tanıtıma yönelik yerel ve merkezi otoriteler, proje üretimine ilişkin yarışmalar düzenleyebilir. Bu projeleri ve bu projelerde dereceye girenleri yerel ve ulusal görsellerde paylaşabilir. Slogan ve afiş yarışmaları yapılabilir. Sosyal ağlar üzerinden katılım sağlanabilir.

Yerli turistlerin çoğunluğu Gaziantep'te el sanatlarını iyi şekilde değerlendirmişlerdir. Gaziantep kültür turizminde önemli bir yeri olan el sanatları yönünden de zengin bir şehirdir. Bu el sanatlarının gelecek nesillere ulaştırılması

şehrin turizmi ve ekonomisi açısından büyük bir önem taşımaktadır. Bu sebeple el sanatlarının gençlere sevdirmesi ve öğretilmesi için kursların açılması gerekmektedir. Ayrıca mevcut el sanatı atölyelerinin, iş yerlerinin korunması ve maddi anlamda desteklenmesi gerekmektedir. Ayrıca bölgeye gelen turistlere bu el sanatlarının öğretilmesiyle ilgili aktiviteler düzenlenebilir.

Gaziantep'te kültür turizmi potansiyelinin daha iyi değerlendirilebilmesi için kenti ziyaret eden turist sayısı, bu turistlerin özellikleri, kültür turistinin niteliği, ziyaret ettikleri mekânlar, konakladıkları yerler, konaklama süreleri gibi konularda istatistiksel verilerin elde edilmesi ve bunların yıllık olarak değerlendirmelerinin yapılarak bu yönde planlamalar yapılması ve gerekli önlemlerin alınması önem taşımaktadır. Bu çalışmaları ilgili kurumlar birlikte yürütmelidir. Bunun için Gaziantep Valiliğine, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğüne, üniversitelere, belediyelere ve müzelere bu verilerin düzenli bir şekilde elde edilmesi ve bunlara yönelik öneriler oluşturulması hususunda önemli görevler düşmektedir.

Bu çalışmanın anketi yılın belirli bir zamanında gerçekleştirilmiştir. Bundan sonra bu konuda yapılacak olan çalışmaların yılın tamamına yayılarak yapılması daha faydalı olabilir.

Bu çalışmada yerli turistlerin görüşleri değerlendirilmiştir. Bundan sonra yapılacak olan çalışmalarda yabancı turistlerinde görüşlerinin değerlendirilmesi de farklı veriler elde edilmesi açısından önem taşımaktadır.

KAYNAKLAR

- Abi, S. (2012). *Türk Tur Operatörlerinin Kültür Turizmi Pazarında Sundukları Ürünler Açısından Yabancı Turist Talebinin İncelenmesi Kuzey ABD ve Kanada Ülkelerine Yönelik İstanbul'da Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, ss.8.
- Adili Sadık Bahçe ve Hakan Yılmaz. (2011). Kültür ve Turizm. *Kültürel Miras Yönetimi*, Çakır, M. (Ed.). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, ss.2-23.
- Akbulut, G. ve Artvinli, E. (2011). Effects of Turkish Railway Museums on cultural tourism. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 19:131-138.
- Akbulut, Y. (2010). *Sosyal Bilimlerde SPSS Uygulamaları*. İdeal Kültür Yayıncılık, 1.Baskı, İstanbul, ss.19.
- Akdemir, N. (2018). *Yöresel Mutfağın Turizm Ürünü Olarak Kullanımı ve Bölgesel Kalkınmaya Katkısı*. Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, ss.33-34.
- Akimov, Z. (2010). *Etnik Turizm ve Kazakistan'da (Astana'da) Bir Butik Otel Projesi Değerlendirmesi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, ss.39-40.
- Akkuş, O. (2015). *Mersin-Aydıncık İlçesi ve Çevresinin Kültür Turizmi Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, ss.8-25.
- Akkuş, O. ve Güneş, G. (2016). Mersin-Aydıncık ilçesi ve çevresinin kültür turizmi potansiyeli açısından değerlendirilmesi. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2):73-98.

- Akgül, O. (2003). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Kültür Turizmi, Aphrodisias-Geyre Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın, ss.64.
- Aklanoğlu, F. (2010). Geleneksel yerleşmelerde kültür turizmi: Beypazarı örneği. *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 10(2):125-136.
- Aksu, M. (2004). *Turistler ve Destinasyonlarda Sunulan Kültürel Miras Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Troia Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale, ss.50.
- Akşit Âşık, N. A. (2014). Yaratıcı (kreatif) turizm. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(31):786-795.
- Aktan, C. C. ve Tutar, H. (2007). Bir sosyal sabit sermaye olarak kültür. *Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, 6(20):1-11.
- Aktürk, M. (2013). *Gaziantep İlinde Yaşayan El Sanatları*. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Isparta, ss.51-92.
- Akyürek, S. (2016). *Rekreasyon Alan ve Faaliyetlerinin Yurt İçi Turizm Talebi ve Yeniden Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: Bodrum Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, ss.41.
- Akyüz, H. (2015). *Üniversite Öğrencilerinin Boş Zaman Faaliyetlerine Yönelik Turizm Tutumlarının İncelenmesi Bartın Üniversitesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Bartın Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bartın, ss.29.
- Alaeddinoğlu, F. ve Can, A. S. (2007). Türk turizm sektöründe tur operatörleri ve seyahat acenteleri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2:50-66.
- Alaeddinoğlu, F. ve Yıldız, M. Z. (2007). Türkiye’de kültür turizmi ve algılanışı, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları, *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, Kültürel Değişim, Gelişim ve Hareketlilik Bildirileri*, c.1, Ankara, ss.21-33.

- Alan, E. (2011). *Gaziantep Yöresindeki Eldokumalarından “Kutnu” Üzerine Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul, ss.9-22.
- Albayrak, A. (2011). *Tüketicilerin Alternatif Turizm Türlerini Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörler*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara,ss.15.
- Ali Çavaz. (2007). Gaziantep ve Çevresi Halk Oyunları. *Gaziantep “Dört Yanı Dağlar Bağlar”*, Özpallabıyıklar, S. (Hazırlayan). Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, ss.291-303.
- Altınay, M. ve İstanbullu Dinçer, F. (2017). Geleneksel el sanatlarının yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmesi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4(Special Issue 1):343-352.
- Altunışık, R. (2008). Anketlerde veri kalitesinin iyileştirilmesi için öntest (pilot test) yöntemleri. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2:1-17.
- Aman, F. (2012). Bronislaw Malinowski'nin kültür teorisi. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 21(1):135-151.
- Aslan, Z. ve Çokal, Z. (2016). Profesyonel turist rehberinin kültürel değerlere katkısına ilişkin turist algılamaları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1):53-69.
- Aras, N. (2008). *Gaziantep Deyince*. Metro Kültür Yayınları- 3, İstanbul, ss.29-106.
- Araboğa, Y. (2018). *Bitlis İlinin Turizm Potansiyeli ve Yerel Halkın Turizm Olgusuna Bakış Açısı*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, ss.4.
- Arıkan, M. (2008). Küreselleşme ve milli kimlik açısından somut olmayan kültürel mirasın korunması. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 8(2):1-8.
- Arslandaş, H. A. (2008). Kültür- kişilik ve kimlik. *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*:105-112.

- Atak, M. (2006). *Yiyecek İçecek İşletmelerinde Servis Elemanlarının Hizmet İçi Eğitiminin İş Tatminine Etkisi; Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Uygulaması*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, ss.2.
- Atak, O., Tatar, S. ve Tunaseli, A. (2017). Kültürel miras oluşumunda festivallerin yeri ve önemi: Fethiye müzik köyü üzerine bir değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(52):1396-1409.
- Ayaz, N., Apak, C. ve Batı, T. (2016). Yöneticilerin kültür turizmi algısı: Safranbolu destinasyonu örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2):84-96.
- Aydın, A. ve Gencür, A. S. (2015). Türkiye'nin turizm arzı, piyasa yapısı ve global riskler: keşifsel bir yaklaşım. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2):43-64.
- Aydoğdu Atasay, Ö. (2018). *Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunmasında İcracı Kurum T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının Çalışmaları Üzerine Bir Değerlendirme (2006-2016)*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, ss.27.
- Aykın, E. (2005). *Çizgilerle Gaziantep*. 1. Baskı, Atalar Ofset, Gaziantep, ss.94.
- Azcan, G. (2013). *Kültür Turizmi Açısından Köylere Hizmet Götürme Birliği Faaliyetleri: Safranbolu Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük, ss.4-24.
- Bandoğlu, Z. (2015). Türkiye'de kültür turizmi potansiyeli üzerine bir değerlendirme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2):155-168.
- Bayazit, M., Ceylan U. ve Saylan U. (2012). Geleneksel el sanatlarının bölge turizmine etkisi: Güneydoğu Anadolu Bölgesi. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(1):899-908.
- Barakazı, M. (2015). *Gaziantep İlinin Kültür Turizmi Potansiyelinin Seyahat Acentaları Tarafından Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek

Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, ss.5-49.

Başarangil, İ. (2014). Kent turizminin sürdürülebilir geleceği: turizm potansiyeli açısından Kırklareli ilinin değerlendirilmesi. *Uluslararası Hakemli Pazarlama ve Pazar Araştırmaları Dergisi*, 1(3):82-100.

Baysal, K. ve Özgürel, G. (2018). Aydın yöresi Gencer geleneğinin kültür turizmi açısından değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 8(1):97-104.

Bilgiç, M. (2013). *Gaziantep'te Sanayinin Gelişmesinde Coğrafi Konumun Rolü*. Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş, ss.1-19.

Bor, A. (2016). Gaziantep iline ait kutnu dokumalarının günümüz giysi tasarımlarında kullanılması, *Sanat ve Tasarım Fakültesi Dergisi*, 1(1):39-50.

Borg, D. (2017). The development of cultural heritage in Gozo, and its potential as a tourism niche. *International Journal of Tourism Cities*, 3(2):184-195.

Boz, M., Yurdakul, S. B. ve Turdubekova, S. (2017). Yerli ve yabancı turistlerin Sinop'un kültür turizmi çekiciliklerine ve altyapısına ilişkin algıları. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(5):50-65.

Bozkurt, V. (2005). *Değişen Dünyada Sosyoloji*. 3. Baskı, Aktüel Yayınları, İstanbul, ss.90.

Budak, F. (2000). *Türk Turizminin Gelişimi Ekonomiye Katkıları ve Sorunları*. Bilim Uzmanlığı Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya, ss.7.

Bulut, E. (2015). *Gaziantep Turizmi ve Sürdürülebilirlik: Yerel Halk Bakış Açısı Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, ss.42-51.

Bujdoso, Z., David, L., Tözsér, A., Kovács, G., Major-Kathi, V., Uakhitova, G., Katona, P. ve Vasvári, M. (2015). Basis of heritagization and cultural tourism development. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 188:307-315.

- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2015). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Pegem Akademi, Ankara, ss.65-117.
- Büyüköztürk, Ş. (2017). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Pegem Akademi, Ankara, ss.31-181.
- Camilleri, M. A. (2017). The tourism industry: an overview. *Travel Marketing. Tourism Economics and the Airline Product: An Introduction to Theory and Practice*, Springer, Milan, Italy, ss.3-27.
- Cecil, A. K., Fu, Y. Y., Wang, S. ve Augoustis, S. (2010). Cultural tourism and quality of life: results of a longitudinal study. *European Journal of Tourism Research*, 3(1):54-66.
- Cengiz, İ. (2008). *Gaziantep-Halep Kültür ve Turizm Zenginliklerinin Tanıtım Rehberi*. SeçilOfset, İstanbul, ss.10-190.
- Cengiz, H., Eryılmaz, S. S. ve Eryılmaz, Y. (2006). The importance of cultural tourism in the EU integration process. *42nd ISoCARP Congress*, İstanbul, ss.1-8.
- Csapo, J. (2012). *The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry*. INTECH Open Access Publisher. *Strategies for Tourism Industry- Micro and Macro Perspectives*, Kasımoğlu, M. (Ed.): 201-232.
- Coşgun, M. (2012). Popüler kültür ve tüketim toplumu. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(1):837-850.
- Çakıcı, A. C., Atay, L. ve Harman, S. (2008). İstanbul'da faaliyet gösteren seyahat acentalarının pazarlama karması kararları üzerine bir araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13:69-87.
- Çam, N. (1984). Gaziantep'te "kastel" adı verilen su tesisleri. *Vakıflar Dergisi*, 18:165-174.
- Çelen, O. (2015). *Döner ve Kebapçıların Yiyecek-İçecek Hijyenine Yönelik Bilgi Düzeyi: Ankara İlinde Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, ss.15.

- Çelepi, M. S. (2003). Somut olmayan kültürel miras ve üniversite gençliği. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(3):15-35.
- Çevik, S. ve Yıldırım Saçılık, M. (2016). Somut olmayan kültürel miras unsurlarının yenilikçi turizm ürünlerine dönüştürülmesi: bir örnek olay incelemesi. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 47:331-341.
- Çelik, N. (2014). *Sürdürülebilir Turizm Uygulamalarının Turizm Talebi Üzerine Etkileri: Muğla Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla, ss.35.
- Çelik Peker, A. (2018). *Gaziantep Manilerinin Halkbilimi Açısından İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, ss.3-4.
- Çokal, Z. (2015). *Bir Kültür Elçisi Olarak Profesyonel Turist Rehberinin Turistlere Aktarılan Kültürel Değerlere Katkısına Yönelik Turist Algılamaları: Kapadokya Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir, ss.4-17.
- Çuhadar, M. ve Kervankıran, İ. (2017). Kültür Turizmi Destinasyonu Olarak Gaziantep İli Turizm Talebinin Modellenmesi ve Tahmini, *VI. Ulusal II. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*, 14-15 Nisan, Gaziantep, ss.456-468.
- Çulha, O. (2008). Kültür turizmi kapsamında destekleyici turistik ürün olarak Deve Güreşi Festivalleri üzerine bir alan çalışması. *Journal of Yaşar University*, 3(12):1827-1852.
- Deniz, T. ve Savaşkan, Y. (2018). Taşınmaz kültür varlıkları kapsamında Ayasofya Müzesi'nin İstanbul kültür turizmine katkısı. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2):92-103.
- Dinu, M. ve Cioacă, A. (2008). Thematic routes- tourist destinations in Romania. *Journal of Tourism Challenges and Trends*, 1(2):11-32.
- Doğan, İ. (2000). *Sosyoloji Kavramlar ve Sorunlar*. 3. Baskı, Sistem Yayıncılık, No: 056, İstanbul, ss.313.

- Doğan, T. (2013). *Gaziantep Türk İslam Dönemi Mimari Süslemeleri*. Doktora Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van, ss.13-14.
- Doğaner, S. (2013). *Türkiye Kültür Turizmi*. 1.Baskı, Doğu Kitabevi, No:56, İstanbul, ss.13-291.
- Duman, M. (2011). *Gaziantep'teki Geleneksel Meslekler Üzerine Halk Bilimsel Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, ss.47-60.
- Duygu Babat (2015). Gaziantep'in turistik mekânları. *Fırat'tan Volga'ya Medeniyetler Köprüsü*. Yarullina Yıldırım, R. (Ed.). Adıyaman Üniversitesi Yayınları, Adıyaman, ss.137-149.
- Düzgünoğlu, E. (2004). Türkiye'nin kültür varlıkları üzerine notlar. *TÜRSAB Yayınları*:1-4.
- E. Nigâr Ulcay Uçarer. (2007). Gaziantep El Sanatları. *Gaziantep "Dört Yanı Dağlar Bağlar"*, Özpallabıyıklar, S. (Hazırlayan). Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, ss.257-275.
- Efe, A. (2015). Antep savunması: bir albayın hatıratı. *A. Ü. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 53:221-253.
- Ekici, S. E. (2018). *Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarından El Sanatları Geleneğinin Kırsal Turizm Bağlamında Değerlendirilmesi: Muğla-Milas Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla, ss.6-24.
- Emekli, G. (2005). Avrupa Birliği'nde turizm politikaları ve Türkiye'de kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, C.14:99-107.
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, kültür ve turizm: kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, C.15:51-59.
- Emir, O. (2010). Otel işletmelerinin pazarlanmasında seyahat acentalarının rolü: otel işletmeleri tarafından bir değerlendirme. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 10(4):1245-1256.

- Emir, O. ve Avan, A. (2010). Yabancı turistlerin satın alma karar sürecinde kültürel varlıkların etkisi: Konya örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24:204-219.
- Er, Ö. Ve Bardakoğlu, Ö. (2016). Kültürel mirasın sürdürülebilir turizm ürünü çeşidi olarak değerlendirilmesi: Edirne örneği. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 17(2):95-111.
- Erkenekli, M. (2013). Toplumsal kültür araştırmaları için değer merkezli bütünleşik bir kültür modeli önerisi. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 12(1):147-172.
- Erol, K. (2011). Kültür değişmesi ve Safiye Erol'un "Kadıköyü'nün Romanı" ve "Ülker Fırtınası" adlı romanlarında kuşak çatışması. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(16):387-406.
- Ertural, M. S. (2006). *Gaziantep Halk Oyunları Üzerine Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, ss.26.
- Ertural, N. (2012). *Gaziantep Seyirlik Oyunları Üzerine Bir İnceleme*. Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, ss.6.
- Ergan, K. (2017). *Sosyal Medya Pazarlamasının Kültür Turizmine Etkisi: Tüketici Davranışları Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, ss.25-26.
- Eser, S., Dalgın, T. ve Çeken, H. (2010). Sürdürülebilir kültür turizmi: Efes örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 19(2):27-34.
- Eşitti, B. ve Kınır, S. (2015). Konya ili örneğinde kalkınma ve inanç turizmi. *Bartın Üniversitesi İ. İ. B. F. Dergisi*, 6(2):175-190.
- Garba Bako, A. (2016). *Alternatif Turizm Kapsamında Şarap Turizmi: Kula'yı Ziyaret Eden Şarap Turistlerine Yönelik Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Gaziantep Kent Konseyi (2015). *Gaziantep'in Turizm ve Tanıtımdaki Sorunları ve Çözüm Önerileri Raporu*. Gaziantep, ss.4.

Gaziantep (1991). ss.19-71.

Genç, A. (2010). *Üç Yapraklı Gonca*. Demirkardeşler Matbacılık, Gaziantep, ss.14-19.

Giritlioğlu, İ., Olcay, A. ve Özekici, Y. K. (2015). Bir turizm çeşitliliği olarak festival etkinliklerinin sınıflandırılması: Türkiye üzerine bir değerlendirme, *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 5(13):306-323.

Giritlioğlu, İ. ve Karaman, M. (2017). Gaziantep mutfağına yerli turistlerin bakış açılarına yönelik bir uygulama. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(14):390-414.

Gonca Tokuz. (2007). Gaziantep Mutfak Kültürü. *Gaziantep "Dört Yanı Dağlar Bağlar"*, Özpabalıyıklar, S. (Hazırlayan). Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, ss.229-255.

Gonca Tokuz. (2012). Gaziantep Mutfak Kültürü. *Belgelerle Gaziantep*, Özmen, M. E. (Ed.). Bilnet Matbaacılık, İstanbul, ss.243-350.

Gögebakan, Y. (2015). Dünya üzerindeki kültürel varlıkların turizme ve ekonomiye katkısı. *Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 5(2):48-71.

Göğüş, M. O. (t.y.). *İlk İnsanlardan Bugüne Çeşitli Yönleriyle Gaziantep*. ss.13.

Göker Erköse, P. (2010). *Improving Cultural Tourism in Bergama: An Analysis of The Potential For New Cultural Tourism Products in Bergama Including a Cultural Route Between Mytilene and Bergama*. Yüksek Lisans Tezi, Koç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, ss.1-151.

Gökırmaklı, Ç., Balcı, F., Bayram, M., Kaplan, M., Bayram, Ö. ve Tiryakioğlu, A. (2017). Gaziantep'in bazı geleneksel lezzetlerinin tarihsel gelişimi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4):59-69.

Gullion, C., Hji Avgoustis, S., Fu, Y. Y. ve Lee, S. (2015). Cultural tourism investment and resident quality of life: A case study of Indianapolis, Indiana. *International Journal of Tourism Cities*, 1(3):184-199.

Gül, K., Erdem, B. ve Gül, M. (2013). Yerel festivallerin etkinliğine bağlı ziyaretçi kazanımları: Sındırgı Yağcıbedir Festivali örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2):213-239.

- Gül, S. (2015). *Vezirköprü Yöresinin Kültür Turizmi*. Doktora Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Samsun, ss.1.
- Gül, M. ve Gül, K. (2017). Özel müzelerin kültür turizmi potansiyeli açısından değerlendirilmesi: Balıkesir Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(4):52-65.
- Gül, S. ve Yılmaz, A. (2016). Vezirköprü yöresi kültür turizmi potansiyelinin analitik hiyerarşi yöntemi ile belirlenmesi ve swot ölçütlerinin temel kültür turizmi kriterleriyle olan ilişkisi. *Studies of the Ottoman Domain*, 6(11):44-63.
- Gülbahar, O. (2009). 1990'lardan günümüze Türkiye'de kitle turizminin gelişimi ve alternatif yönelimler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1):151-177.
- Gülbahar, Z. ve Başboğa Çiçek, L. (2010). Gaziantep Mevlevihanesi Vakıf Müzesi. *Vakıflar Dergisi*, 34:189-195.
- Gülcan, B. (2010). Türkiye'de kültür turizminin ürün yapısı ve somut kültür varlıklarına dayalı ürün farklılaştırma ihtiyacı. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(1):99-120.
- Gültekin, V. M. (2011). *Gaziantep Turizmi ve Turizm Pazarlaması Sorunları*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, ss.19.
- Günel, V., Alaeddinoğlu, F. ve Şahinalp, M. S. (2009). Türkiye'ye yönelik kültürel turizm turları ve başlıca güzergâhlar. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1):275-298.
- Gündüz, Y. (2016). *Kültürel Miras Açısından İnanç Turizmi: Türkiye Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, ss.4-29.
- Güven, A. (2016). Yaratıcı turizm kapsamında Antalya ili turizm kaynaklarının değerlendirilmesi, Institution of Economic Development and Social Researches Publications, 3. *International Congress on Social Sciences*, China to Adriatic, Fettahlıoğlu H. S. ve Afşar, A. (Ed.) Adıyaman, ss.326-336.
- Güven Yeşildağ, G. N., Özata, E. ve Akkaya, A. (2017). Gastronomik unsurların destinasyon pazarlamasındaki önemi: Gaziantep ili örneği. *VI. Ulusal II.*

- Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*. Gaziantep Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu, Gaziantep, ss.19-29.
- Güzelbey, C. C. (1992). *Gaziantep'ten Kesitler*. AR Ajans, Gaziantep, ss.11-12.
- Hausmann, A. (2007). Cultural tourism: marketing challenges and opportunities for German cultural heritage. *International Journal of Heritage Studies*, 13(2):170-184.
- Hayta, Y. (2016). Kent kültürü ve değişen kent kavramı. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2):165-184.
- Hughes, H. L. (2002). Culture and tourism: a framework for further analysis. *Managing Leisure*, 7:164-175.
- Istoc, E. M. (2012). Urban cultural tourism and sustainable development. *International Journal for Responsible Tourism*, 1(1):38-56.
- Işık, M. F. (2017). *Kültür Turizmi Kapsamında Kutsal Mekanların Turistik Çekicilik Açısından Değerlendirilmesi: Balıklı Göl Ölçeğinde Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, ss.21-22.
- İbret, Ü., Aydınöz, D. ve Uğurlu, M. (2015). Kastamonu şehrinde kültür ve inanç turizmi. *Maramara Coğrafya Dergisi*, C.32:239-269.
- İldeş, G. (2013). *Gaziantep Yöresi Yaşayan Halk Şâirleri ve Âşıkları (Derleme-İnceleme)*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, ss.8-9.
- Jamontaite, K. ve Akova, O. (2016). Litvanya Karay Türklerinin etnik turizm potansiyelinin incelenmesi. *Turizm ve Araştırma Dergisi*,5(1):30-52.
- Kahraman, M. (2018). *Ulusal Kültür Boyutlarının ve Kişisel Değerlerin Çalışan Mutluluğuna Etkisi: Türk ve Slovak Akademisyenler Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Burdur, ss.15.
- Kaplan, T. (2011). *Gaziantep Kültür Turizmine Halkbilimsel Bir Yaklaşım*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, ss.55-111.
- Karapınar, E. ve Barakazı, M. (2017). Kültürel miras turizminin sürdürülebilir turizm açısından değerlendirilmesi: Göbeklitepe ören yeri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1):5-18.

- Karasar, N. (2015). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, ss.109-111.
- Karakoç, F. Y. ve Dönmez, L. (2014). Ölçek Geliştirme Çalışmalarında Temel İlkeler. *Tıp Eğitimi Dünyası*, 40:39- 49.
- Kargiglioğlu, Ş. (2015). *Gaziantep'te Gastronomi Turizmi: Gaziantep'i Gastronomi Turizmi Kapsamında Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, ss.3.
- Kargiglioğlu, Ş. ve Akbaba, A. (2016). Yerli turistlerin eğitim seviyeleri ve yaş gruplarına göre destinasyondaki gastronomi turizmi etkinliklerine katılımları: Gaziantep'i ziyaret eden gastroturistler üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1):87-95.
- Kartal, E. (2010). Dil, kültür ve eğitim ilişkisi. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 5(3):447-454.
- Kartal, M. (2015). *Gaziantep Şehrinde Rekreatif Faaliyetlerin Dağılışı*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı, İstanbul, ss.22-31.
- Kasar, Y. (2015). *Rumkale Arkeolojik Sit Alanı ve Yakın Çevresinin Ekoturizm Potansiyelinin Peyzaj Mimarlığı Açısından Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Isparta, ss.68-69.
- Kayri, M. (2009). Araştırmalarda gruplar arası farkın belirlenmesine yönelik çoklu karşılaştırma (Post-Hoc) teknikleri, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1):51-64.
- Kement, Ü. ve Öztürk, F. (2016). Bingöl ili doğa ve kültür varlıklarının turistik açıdan değerlendirilmesi, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 3(4):13-22.
- Kervankıran, İ. (2011). *Afyonkarahisar İlinin Başlıca Doğal, Tarihi ve Kültürel Kaynaklarının Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi*. Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar, ss.27-28.

- Kervankıran, İ. (2014). Dünyada değişen müze algısı ekseninde Türkiye'deki müze turizmine bakış. *International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9(11):345-369.
- Khalilova, K. (2008). *Kültür Turizmi Bakımından Azerbaycan Şirvan Bölgesinin Arz Potansiyelinin Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, ss.20-39.
- Kılınç, E. (2016). *Küreselleşme Sürecinde Yerel Ekonomik Kalkınma: Gaziantep Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, ss.76.
- Kır, B. (2016). *Alt Kültür Müziği Olarak Rap Şarkı Sözleri Üzerine Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, ss.23-24.
- Kızıleli, M. (2018). *Üniversite Öğrencilerinin Yiyecek İçecek İşletmesi Tercihlerine Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, ss.1.
- Kızılgöl, Ö. ve Erbaykal, E. (2008). Türkiye'de turizm gelirleri ile ekonomik büyüme ilişkisi: bir nedensellik analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2):351-360.
- Kızılırmak, İ. ve Kurtuldu, H. (2005). Kültürel turizmin önemi ve tüketici tercihlerinin belirlenmesine yönelik bir çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, C.1:100-120.
- Kocaoğlu, H. N. (2007). *Toplumsal Kültür Değerlerinin Örgüt Kültürüne Etkisi "Türkiye-İtalya Değerlendirilmesi"*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya, ss.6.
- Korunovski, S. ve Marinovski, N. (2012). Cultural tourism in Ohrid as a selective form of tourism development. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 44:104-113.
- Konut, C. (2012). *Din ve Sekülerlik Bağlamında Eğlence Kültürü: Gaziantep Düşünleri Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş, ss.54-56.
- Köhler, A. F. ve Durand, J. C. G. (2007). Turismo cultural: conceituação, fontes de crescimento e tendências. *Turismo- Visão e Ação*, 9(2):185-198.

- Köroğlu, Ö., Köroğlu, A. ve Curkan, S. C. (2017). *VI. Ulusal II. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*. Gaziantep Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu, Gaziantep, ss.469-480.
- Köz, E. N. (2014). *Sürdürülebilir Kültür Turizmi Algısının Nesillere Göre Tekrar Gelme Niyetine Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, ss.3-94.
- Kuo, H. P. ve Wu, K. L. (2013). The Potential of Cultural Heritage Tourism to Promote Sustainable Urban Development: The Case of Tainan City. *Applied Mechanics and Materials*,316-317: 446-450.
- Kurtuluş Kıvanç, Ş. (2017). *Antalya İli Sınırları İçinde Klasik Çağlar Öncesine Ait Kazı Yapılmış Merkezlerde Koruma, Sürdürülebilirlik, Kültür Turizmi Amaçlı Düzenlemeler Sorunlar ve Çözüm Önerileri*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, ss.131-139.
- Kutalmış Görkay. (2007). Zeugma/ Seleukeia-Apameia. *Gaziantep "Dört Yanı Dağlar Bağlar"*, Özpalaıbyıklar, S. (Hazırlayan). Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, ss.55-85.
- Kutlu, S. S. (2011). *Gaziantep Geleneksel Kültüründe Evlenme*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, ss.54-87.
- Lynch, M. F., Duinker, P. N., Sheehan, L.R. ve Chute, J. H. (2011). The demand for Mi'kmaw cultural tourism: tourist perspectives. *Tourism Management*, 32:977-986.
- M. Cengiz Helvacıkara. (2012). Gaziantep. *Belgelerle Gaziantep*, Özmen, M. E. (Ed.). Bilnet Matbaacılık, İstanbul, ss.7-97.
- Mahika, C. ve Ravar, A. (2014). The impact of cultural tourism on sustainable development through the creation and maintenance of jobs. *Quality- Access to Success*, 15(139):431-437.
- Mauro Dujmovic (2015). Tourism, culture, cultural tourism. *Cultural Tourism and destination impacts*. Gržinić, J. ve Vodeb, K. (Ed.). Juraj Dobrila University of Pula, Croatia, ss.3-30.
- Mbaiwa, J. E. ve Sakuze, L.K. (2009). Cultural tourism and livelihood diversification: The case of Gewihaba Caves and XaiXai village in the Okavango Delta, Botswana. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 7(1):61-75.

- McKercher, B. ve Du Cros, H. (2003). Testing a cultural tourism typology. *International Journal of Tourism Research*, C.5:45-58.
- Merwe, C. D. (2016). Tourist guides' perceptions of cultural heritage tourism in South Africa. *Bulletin of Geography. Socio-Economic Series*, 34:117-130.
- Mesci, Z., Mesci, M. ve Adak, Y. (2017). Aksaray ilinin kültür turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. *VI. Ulusal II. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*, Gaziantep, ss.323-336.
- Metin, T. C., Kesici, M. ve Kodaş, D. (2013). Rekreasyon olgusuna akademisyenlerin yaklaşımları. *Journal of Yaşar University*, 30(8): 5021-5048.
- Meydan Uygur, S. ve Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2:30-49.
- Meydan Yıldız, S. G. (2018). Kültürün mekânsal değişimler üzerindeki etkisi. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 4(3): 173-184.
- Mısırlıoğlu, G. (2018). *Kentsel Rekreasyon Alanlarında Hizmet Kalitesinin Ölçümü (Gaziantep Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, ss.21.
- Moulin, C. (1996), On concepts of community cultural tourism. *The Tourist Review*, 50(4):35-40.
- Müdüroğlu, G. (2018). *Kültürel Miras Mekanlarının Turist Memnuniyetine Etkisi: Efes Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, ss.16.
- Nagy, K. (2012). Heritage tourism, thematic routes and possibilities for innovation. *'Club of Economics in Miskolc' TMP*, 8(1):46-53.
- Nahya, Z. N. (2012). Gaziantep'te bir kültürel mekân olarak mutfak. *Folklor/Edebiyat Dergisi*, 18(69): 9-24.
- Necati Cemaloğlu. (2014). Veri toplama teknikleri: nicel-nitel. *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Tanrıoğan, A. (Ed.). Anı Yayıncılık, Ankara, ss.131-164.
- Niemczyk, A. (2013). Cultural tourists: "an attempt to classify them. *Tourism Management Perspectives*, 5:24-30.
- Oğuz, E. S. (2011). Toplum bilimlerinde kültür kavramı. *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 28(2):123-139.

- Olçay Kılınc ve Şenol Çavuş (2010). Yiyecek-içecek sektörüne genel bakış. *Profesyonel Restoran Yönetimi İlkeler, Uygulamalar ve Örnek Olaylar*, Sarıışık, M., Çavuş, Ş. ve Karamustafa, K. (Ed.). Detay Yayıncılık, Ankara, ss.1-18.
- Ozan Kaya, F. (2010). *Gaziantep ve Şanlıurfa İllerinde Yapılan Bakırcılık Sanatının İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, ss.21.
- Özkarıcı, M. (1987). *Gaziantep İl Merkezinde Bulunan Hanlar*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, ss.1.
- Öter, Z. ve Ünal, E. (2017). Somut olmayan kültürel mirasın Beypazarı turizm destinasyonunda yerel ekonomiye katkıları. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 1:26-37.
- Özdamar, M. (2011). *Şanlıurfa'da Kültür Turizmi: Şanlıurfa'ya Kültür Turizmi Kapsamında Seyahat Acentaları ile Gelen Yerli Turistlerin Profilini ve Anlık Satın Alma Davranışlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin, ss.25-30.
- Özdamar, K. (2015). *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi-1 MINITAB 17-IBM SPSS 22.10*. Baskı, NisanKitabevi Yayınları, Ankara, ss.575.
- Özaltın Türker, G., Türker, A. ve Güzel, F. Ö. (2014). Turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında Dalyan destinasyonunun rekreasyon potansiyelinin değerlendirilmesi. *International Journal of Science Culture and Sport, Özel Konu*, 2:70-86.
- Özdal, A. (2018). *Günümüz Gaziantep Esnafının Meslek Folkloru*. Doktora Tezi, Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adıyaman, ss.8-71.
- Özdemir, M. ve Kaya, F. O. (2011). Günümüzde Gaziantep ilinde bakırcılık. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(3):1149-1170.
- Özdemir, M. ve Yıldırım, Ş. (2016). Gaziantep ilinde sedef kakmacılığın incelenmesi. *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı 56:416-440.
- Özekici, Y. K. (2016). *Yiyecek- İçecek İşletmelerinde Karşılaşılan Hizmet Hata ve Teliflerinin Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, ss.6.
- Özgen, N. (2012). Siirt'in inanç turizmi mekânları: Ziyaret (Veysel Karani) ve Tillo (Aydınlar) örnekleri. *Doğu Coğrafya Dergisi*, C. 27: 251-272.

- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, C.2:183-195.
- Pala, A. ve Kolayış, H. (2012). Farklı bölgelere göre 11-15 yaş grubu çocukların rekreatif faaliyetlerinin karşılaştırılması. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 9(1):1008-1016.
- Pallant, J. (2016). *SPSS Kullanma Kılavuzu, SPSS İle Adım Adım Veri Analizi*. Balcı, S. (Çev.), Ahi, B. (Çev.), Anı Yayıncılık, Ankara, ss.71-75.
- Pekin, F. (2011). *Çözüm: Kültür Turizmi*. Koçak, K. (Ed.), 1. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul, ss.152-153.
- Peterson, C. A. ve McCarthy, C. (2000). Locational enhancements of cultural tourism destinations. *The Tourist Review*, 55(4):14-22.
- Poulaki, P., Lagos, D. ve Ntoumi, M. (2014). Cultural tourism and Ottoman Monuments in Chios, Greece. *The Cyprus Journal of Sciences*, 12:79-99.
- Rıfat Ergeç. (1999). *Cumhuriyetin 75. Yılına Armağan Gaziantep*.ss.295-296.
- Rıfat Ergeç. (2012). Ayntab şehri ve kalesi. *Belgelerle Gaziantep*, Özmen, M. E. (Ed.). Bilnet Matbaacılık, İstanbul, ss.241-257.
- Richards, G. (1996). Production and consumption of European cultural tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2):261-283.
- Rohrscheidt, A. M. (2008). Cultural tourism- concerning the definition. *Turystyka Kulturowa*, 1:46-62.
- Sargın, S. (2006). Yalvaç'ta inanç turizmi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2):1-18.
- Sarıtiken, H. (2017). *Gaziantep Merkez (Şahinbey-Şehitkâmil) Ağzı (İnceleme-Metinler-Sözlük)*. Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri, ss.5.
- Seçilmiş, C. ve Köz, E. N. (2015). Sürdürülebilir kültür turizmi algısının nesillere göre tekrar gelme niyetine etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3):69-78.
- Seyhan, B. (2014). *Frigya Bölgesinin Kültürel Miras Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, ss.1-112.

- Sezer, İ. (2017a). Kültürel mirasın turizm açısından değerlendirilmesi: Taşköprü ilçesi örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2):175-198.
- Sezer, İ. (2017b). Kültür turizmi olanaklarının değerlendirilmesi: Şebinkarahisar ilçesi örneği. *Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 59:37-60.
- Smith, P. (2005). *Kültürel Kuram*. Güzelsarı, S. ve Gündoğdu, İ. (Çev.). Babil Yayınları, İstanbul, 1. Baskı, ss.13.
- Smith, P. ve Riley, A. (2016). *Kültürel Kurama Giriş*. Güzelsarı, S. ve Gündoğdu, İ. (Çev.), Dipnot Yayınları, Ankara, 1. Baskı, ss.19.
- Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*, 16(5):361-365.
- Sönmez, K. (2005). *Gaziantep İli Nizip İlçesinde Bulunan Geleneksel Antep İşlemeleri*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, ss.121-122.
- Sönmez, E. (2018). *Kültür Turizminin Korunması ve Geliştirilmesinde Yerel Halkın Algısının Belirlenmesi: Nemrut Dağı Milli Parkı Bölgesi'ndeki Yerel Halk Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, ss.4.
- Stratan, A., Perciun, R. ve Gribincea, C. (2015). Identifying cultural tourism potentials in Republic of Moldova through cultural consumption among tourists. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 188:116-121.
- Sukanthasirikul, K. ve Trongpanich, W. (2016). Cultural tourism experience on customer satisfaction: evidence from Thailand. *Journal of Economic and Social Development*, 3(1):17-25.
- Süzer, Ö. (2018). *Gaziantep Yemekleri Üzerine Bir İçerik İncelemesi*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, ss.28.
- Şahin, E. (2015). *Bir Destinasyon Unsuru Olarak Yerel Gastronominin Marka Şehir Pazarlamasında Etkileri: Gaziantep Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Şarkaya İçelloğlu, C. (2014). Kent turizmi ve marka kentler: turizm potansiyeli açısından İstanbul'un SWOT analizi. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.1:37-55.

- Şengül, S. ve Genç, K. (2016). Festival turizmi kapsamında yöresel mutfak kültürünün destekleyici ürün olarak kullanılması: mudurnu İpekyolu Kültür Sanat ve Turizm Festivali örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23:79-89.
- Şentürk Kara, E. (2013). Kültürlerarası iletişim: Kabhi Khushi Kabhie Gham adlı hint filmindeki kültürel kodların incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 8(1):263-281.
- Tahmazoğlu, M. İ. (2017). *Gaziantep İlinin Sürdürülebilirlik Açısından Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, ss.3.
- Tanrıkulu, M. (2014). *Coğrafya ve Kültür*. Edge Akademi, Ankara, ss. 83.
- Tapur, T. (2009). Konya ilinde kültür ve inanç turizmi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(9):473-492.
- Tarsuslugil, G. (2013). *Kültür Turizmi ve Uluslararası Tanınırlık: Ankara-Hamamönü Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, ss.4-114.
- T.C. Gaziantep Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2017). *Gaziantep. Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, GNG Ofset Matbaacılık Gaziantep*, ss.27-200.
- T.C. Gaziantep Valiliği (2008). *Gaziantep*. Sertaç Bil. Eğt. İlet. Org. San. Ve Tic. Ltd. Şti., Gaziantep, ss.59-202.
- Tekin, V. N. (2006). *SPSS Uygulamalı İstatistik Teknikleri*. Seçkin, 1. Baskı, Ankara, ss.35.
- Tekin, H. (2010). *Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme*. Yargı Yayınevi, Ankara, ss.262.
- Toker, A. (2011). *Kültür Turizminin Sürdürülebilirliğinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü: Ankara Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, ss.8-9.
- Tulonova, T. (2012). *Ülkesel Kültür Turizm Potansiyeli ve Buryat Cumhuriyeti'nde Uygulaması*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, ss.54-77.
- Turgut, Y. (2014). *İllere Yönelik Yerli ve Yabancı Turizm Talebi*. Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa, ss.29.

- Turhan, U. (2018). *Otel İşletmelerinde Örgütsel Sosyalleşmenin, Duygusal Emek ve Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri: Muğla İlinde Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, ss.74.
- Türker, N. (2013). Batı Karadeniz Bölümü ekoturizm kaynaklarının değerlendirilmesi ve bir ekoturizm rotası önerisi. *International Journal of Social Science*, 6(4):1093-1128.
- Uca Özer, S. (2010). *Şehir Turizmi ve Kültür: Yabancı Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak İstanbul'u Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, ss.4-172.
- Uluslan, Y. (2009). *Alternatif Turizm Çeşitlerinin Turizm Potansiyeline Etkisi: Konya Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Ulusoy, R. ve Turan, N. (2016). Gaziantep ekonomisinin Ortadoğu açısından Önemi. *Akademik Bakış*, 9(18):141-165.
- Uspanova, B. (2017). *Kazakistan'ın Turizm Potansiyeli ve Geliştirilebilir Turizm Çeşidi Olarak Kültür Turizminin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ss.15-111.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Detay Yayıncılık, Ankara, ss.280.
- Uygur, A., Göral, R. ve Bozkurt, İ. (2015). Muğla ili Milas ilçesinin kültür turizmi açısından incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 34:95-105.
- Uysal, K. (2018). *Kültürel Mirasın Turizm Amaçlı Kullanılmasında Yerel Halkın Algı ve Tutumlarının Belirlenmesi: İznik Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, ss.8.
- Üsküdar, Ş. (2012). *Eskişehir'in Kültür Turizmi Potansiyeli ve Yerli Turistlerin Buna İlişkin Alguları Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, ss.3-129.
- Vong, F. (2016). Application of cultural tourist typology in a gaming destination-Macao. *Current Issues in Tourism*, 19(9):949-965.

- Vargas-Hernandez, J. G. (2012). Sustainable cultural and heritage tourism in regional development of Southern Jalisco. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 8, 2/3:146-161.
- Varol, F. ve Ünüsan, Ç. (2018). Sürdürülebilir kültürel miras turizmi kapsamında Konya'ya gelen turistlerin imaj algısı. *Tarihin Peşinde Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 19:247-268.
- Woyo, E. ve Woyo, E. (2018). Towards the development of cultural tourism as an alternative for tourism growth in Northern Zimbabwe. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 9(1):74-92.
- Yalçın Kayıkçı, M., Kutluk Bozkurt, A., Vatansever Toylan, N. ve Ar, H. (2017). Tematik rotalar: Trakya lezzet rotası. *VI. Ulusal II. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*, Gaziantep, ss.725-737.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2011). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Detay Yayıncılık, Ankara, ss.70.
- Yazıcı, N. (2014). *Geçmişten Günümüze Gaziantep Kutnu Dokumaları*. Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, ss.16.
- Yazgan, E. (2016). *Gaziantep Konut Mutfaklarında Kültür-İç Mekân Etkileşimi ve Gelenekselden Moderne Analitik Değerlendirme Işığında Yerleşim Önerileri*. Doktora Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, ss.22.
- Yazgan Serinkaya, E. (2017). Mutfak kültürünün Gaziantep'in geleneksel konutlarında incelenmesi. *ARTIUM Mimarlık Planlama Sanat ve Tasarım Dergisi*, 5(1):27-41.
- Yeniasır, M. ve Gökbulut, B. (2018). Perception and attitudes of local people on sustainable cultural tourism on the Islands: the case of Nicosia. *Sustainability*, 10(6):1-16.
- Yerleşmiş, N. (2015). *Gaziantep Turizm Coğrafyası*. Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş, ss.107-160.
- Yıldırım, C. (2009). *Kültür Turizmi Kapsamındaki İletişim Çalışmaları: 2010 İstanbul Avrupa Kültür Başkenti Üzerine Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, ss.9-12.

- Yıldırım Saçılık, M.ve Toptaş, A. (2017). Kültür turizmi ve etkileri konusunda turizm öğrencilerinin algılarının belirlenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2):107-119.
- Yıldız, Z. (2011). Turizm sektörünün gelişimi ve istihdam üzerindeki etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5):54-71.
- Yılmaz Kılınç. (2012). Gaziantep Kültüründe Halk Oyunları. *Belgelerle Gaziantep*, Özmen, M. E. (Ed.). Bilnet Matbaacılık, İstanbul, ss.261-295.
- Yılmaz, S. (2004). *Gaziantep'te Sosyo-Kültürel ve Dini Hayat (Şehitkamil Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas, ss.37-45.
- Yücetaş, S. (2015). *Gaziantep ve Çevresinde Kültür Turizmi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, ss.64.
- Z. Gül Karslığıl Ünal. (2007). Gaziantep'te Anıtsal Yapılar: "Geleneksel Dokunun Hafızası". *Gaziantep "Dört Yanı Dağlar Bağlar"*, Özpallabıyıklar, S.(Hazırlayan). Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, ss.145-176.
- Zadel, Z. ve Bogdan, S. (2013). Economic impact of cultural tourism. *UTMS Journal of Economics*, 4(3):355-366.
- Zengin, B. (2006). *Turizm Coğrafyası*. Değişim Yayınları, İstanbul, ss.7-304.
- Zengin, B. ve Eker, N. (2014). Alternatif turizm kapsamında kültür turizminin sürdürülebilirliğinde turist rehberlerinin rolü: bir uygulama, *XIII. Geleneksel Turizm Paneli*, C.11, İstanbul.
- Zoğal, v. ve Emekli, G. (2017). Yaratıcı turizme kavramsal ve coğrafi bir yaklaşım. *Ege Coğrafya Dergisi*, 26(1):21-34.
- Zincirlioğlu, A. (2018). *Gaziantep'te Osmanlı Hanlarının Mimari Evrimi ve Şehrin Gelişimindeki İzdüşümü*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Gaziantep, ss.1.

İnternet Kaynakları

- Atatürk Anı Müzesi, Atatürk Anı Müzesi hakkında bilgi, <http://www.ataturkanimuzesi.org/hakkimizda.php>, (25.03.2019).
- Dedehayır, H. (2016). Sürdürülebilir Kültür Turizmi, ÇEKÜL Vakfı, <https://cekulvakfi.org.tr>, (15.04.2019).

- Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, Gaziantep'teki Müzeler, <https://gantep.bel.tr>, (25.03.2019).
- Gaziantep'i Geliştirme Vakfı (GAGEV), Gaziantep Hava Limanı hakkında bilgi, <http://www.gagev.org.tr>, (17.03.2019).
- Gaziantep İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü, Son 15 yılda Gaziantep'e giriş yapan turist sayısı, Gaziantep'te yer alan müzeler ve türbeler, Gaziantep'te el sanatları, Gaziantep Festivalleri, Gaziantep'te 2004-2018 yılları arasında turizm işletme belgeli tesislerde konaklayan turist sayıları <http://www.gaziantepturizm.gov.tr>, (15.04.2019).
- Gaziantep Ticaret Odası, Gaziantep'te turizm, <http://www.gto.org.tr/Turizm-icerik-20.html>, (30.09.2018).
- Gaziantep Ticaret Odası, Gaziantep'te yer alan müzeler, Gaziantep ulaşım ağı, Gaziantep'in iklimi, nüfus özellikleri, sanayisi, konaklama işletmeleri, <http://www.gto.org.tr>, (20.01.2019).
- T. C. Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, Türk Dil Kurumu, Kültür, hamam, türbe, festival, rekreasyon kavramlarının tanımları, <http://tdk.gov.tr>, (01.10.2018).
- T. C. Gaziantep Valiliği, Gaziantep iklimi, Gaziantep'te yer alan restoranlar, hamamlar, Gaziantep'te sanayi ve ihracat, <http://www.gaziantep.gov.tr>, (17.02.2019).
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Gaziantep'te yer alan müzeler, <http://www.gaziantepkulturturizm.gov.tr/TR-131846/muzeler.html>, (21.01.2019).
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı, <http://www.kultur.gov.tr>, (20.04.2019).
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, Dünya Miras Listesi, <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR-44423/dunya-miras-listesi.html>, (30.09.2018).
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, Gaziantep'te Taşınmaz Kültür Varlıkları, <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR-44799/illere-gore-korunmasi-gerekli-tasinmaz-kultur-varligi-i-.html>, (17.04.2019).

- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, Türkiye Geneli Korunması Gerekli Taşınmaz Kültür Varlıkları İstatistiği, <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR-44798/turkiye-geneli-korunmasi-gerekli-tasinmaz-kultur-varlig-.html>, (17.04.2019).
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, Türkiye Geneli Sit Alanları İstatistikleri, <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR-44973/turkiye-geneli-sit-alanlari-istatistikleri.html>, (20.04.2019).
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, Somut Olmayan Kültürel Miras Alanları, <http://aregem.kulturturizm.gov.tr>, (10.04.2019).
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, Türkiye'deki Müze ve Ören Yerlerinin 2000-2017 yıllarına ait ziyaretçi sayıları, 2017 yılında en çok ziyaret edilen 10 müze, <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR-43336/muze-istatistikleri.html>, (05.04.2019).
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, Dünya Miras Geçici Listesi, <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR-44395/dunya-miras-gecici-listesi.html>, (15.03.2019).
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Zeugma Mozaik Müzesi, <https://www.muze.gov.tr/tr/muzeler/zeugma-mozaik-muzesi>, (27.10.2018).
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Dairesi Başkanlığı, Türkiye'nin taraf olduğu UNESCO'nun kültür alanındaki sözleşmeleri, <http://disiliskiler.kulturturizm.gov.tr>, (12.02.2019).
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Teftiş Kurulu Başkanlığı, Dünya Kültürel ve Doğal Mirasın Korunması Sözleşmesi, Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi, <http://teftis.kulturturizm.gov.tr>, (21.03.2019).
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Turizm İstatistikleri Genel Değerlendirme 2018, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/62462,2018turizmgenelistatistiklerpdf.pdf?0>, (16.04.2019).
- T. C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı III. Bölge Müdürlüğü, Gaziantep, <http://bolge3.ormansu.gov.tr>, (07.01.2019).

- T. C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü Gaziantep Hava Limanı, Gaziantep Hava Limanı hakkında bilgi, <https://gaziantep.dhmi.gov.tr>, (07.01.2019).
- The World Bank, Dünya Bankası En Rekabetçi Şehirler Bilgi Bankası Projesi, <https://data.worldbank.org>, (02.02.2019).
- Türkiye İhracatçılar Meclisi, 2018 yılı iller bazında ihracat rakamları, <https://www.tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari.html>, (05.04.2019).
- Türkiye İstatistik Kurumu, Yıllara Göre İl Nüfusları, <http://tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>, (01.10.2018).
- Türkiye İstatistik Kurumu, Müze sayıları, Taşınmaz Kültür Varlıkları, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27607>, (16.04.2019).
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, Turizmin ekonomideki yeri, <https://www.tursab.org.tr/istatistikler/turizmin-ekonomideki-yeri>, (15.04.2019).
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, Geliş nedenine göre çıkış yapan ziyaretçiler, <https://www.tursab.org.tr/istatistikler/yabanci-ziyaretcilerin-profil>, (14.04.2019).
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, Turizm Gelirleri, <https://www.tursab.org.tr/istatistikler-icerik/turizm-geliri>, (16.04.2019).
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, Üye Acentalar, <https://www.tursab.org.tr/uye-acentalar>, (15.12.2018).
- Türk Patent ve Marka Kurumu, Gaziantep'in patentli ürünleri, <https://www.turkpatent.gov.tr>, (04.03.2019).
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, World Heritage Convention, World Heritage List, <https://whc.unesco.org/en/list/>, (12.03.2019).
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, Yerel Gastronomi ve Turizm teması ödülü, Yaratıcı Şehirler Ağı, <https://en.unesco.org>,(08.01.2019).
- UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, Türkiye'nin UNESCO Dünya Miras Listesindeki Varlıkları, <http://unesco.org.tr> , (20.04.2019).

UNWTO World Tourism Organization eLibrary, Uluslararası turizm gelirlerinde ilk on ülke, uluslararası turist varışlarında ilk on ülke, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876> (04.03.2019).

Zeugma Resmi Web Sitesi, Zeugma Mozaik Müzesi hakkında bilgi, <http://www.zeugma.org.tr/yerelbasin.aspx?haber=66>, (08.12.2018).



EKLER



EK 1. ANKET FORMU**ANKET FORMU**

Değerli Katılımcı,

Bu anketle Gaziantep’i ziyaret eden yerli turistlerin seyahat amaçlarının, Gaziantep hakkındaki görüşlerinin, memnuniyetlerinin araştırılması amaçlanmıştır. Araştırmanın doğruyu yansıtması için **gerçek ve samimi cevaplar** vermeniz ve soruların tamamını cevaplamanız son derece önemlidir. Bu araştırmada vereceğiniz yanıtlar kişi bazında değerlendirilmeyerek, **sadece akademik amaçla** kullanılacaktır. Vereceğiniz cevaplar tarafımızdan **kesinlikle gizli** tutulacaktır. Zaman ayırıp, düşüncelerinizi bizimle paylaştığınız için teşekkür eder, iyi tatiller dileriz.

Yrd. Doç. Dr. Nalan IŞIK
Gaziantep Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu
Öğretim Üyesi

Bilge BOSTANCIERİ
Gaziantep Üniversitesi, SBE
Turizm İşletmeciliği ABD

Lütfen vereceğiniz cevapları aşağıdaki kutucuklara (X) işareti koyarak cevaplayınız.

- 1) **Cinsiyetiniz?**
() Kadın () Erkek
- 2) **Yaşınız?**
() 15 ve altı () 16-25 () 26-35 () 36-44 () 45 ve üzeri
- 3) **Medeni durumunuz?**
() Bekâr () Evli
- 4) **Eğitim durumunuz?**
() İlköğretim () Lise () Ön lisans () Lisans () Lisansüstü(Yüksek lisans/Doktora)
- 5) **Aylık geliriniz?**
() 1404 TL (asgari ücret) ve altı () 1405-2500 TL () 2501-4000 TL () 4001 TL ve üzeri
- 6) **Yaşadığınız şehir? (belirtiniz).....**
- 7) **Gaziantep’e nasıl geldiniz?**
() Bireysel () Tur Organizasyonu ile birlikte
- 8) **Gaziantep’te kaç gün/gece konaklayacaksınız?**
() Günübirlik () 1-3 gece () 4-7 gece () 8 gece ve üzeri
- 9) **Gaziantep’e ilk kez mi geliyorsunuz?**
() Evet () Hayır (Cevabınız hayır ise lütfen aşağıdaki soruyu cevaplayınız.)
- 10) **Gaziantep’i kaçınıcı kez ziyaret ediyorsunuz?**
() İkinci kez () Üçüncü kez () Üçten fazla
- 11) **Gaziantep ziyaretinizde nerede konaklıyorsunuz?**
() 5 yıldızlı otel () 2 yıldızlı otel () Akrafa ve arkadaş yanında
() 4 yıldızlı otel () 1 yıldızlı otel () Butik otel
() 3 yıldızlı otel () Misafirhane () Pansiyon
() Diğer(belirtiniz).....

12) Gaziantep'i ziyaret etmeniz temel amacı nedir? (Lütfen tek bir seçenek işaretleyiniz)

- () Tatil () İş
 () Kültürel nedenler () Akraba veya arkadaş ziyareti
 () Toplantı /Konferans () Spor etkinliği
 () Alışveriş () Yöresel lezzetler ve ürünler
 () Sağlık Hizmetleri () Diğer(belirtiniz).....

13) Sizde Gaziantep'i aşağıdaki özelliklerden hangisi en iyi tanımlamaktadır? (Lütfen tek bir seçenek işaretleyiniz)

- () Gaziantep, sanayi kentidir. () Gaziantep, kültür kentidir.
 () Gaziantep, işçi kentidir. () Gaziantep, öğrenci/üniversite şehridir.
 () Gaziantep, gastronomi şehridir. () Gaziantep, ticaret ve hizmet kentidir.

14) Gaziantep'e gelmeden önce bölgeyle ilgili hangi kaynaklardan bilgi elde ettiniz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

- () Önceki ziyaretler () Gazete, dergi, seyahat kitapları
 () İnternet () Seyahat acentesi
 () TV/Radyo () Akraba, arkadaş, meslektaş
 () Diğer(belirtiniz).....

15) Gaziantep'e geldikten sonra bölgeyle ilgili hangi kaynaklardan bilgi elde ettiniz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

- () Aile/arkadaşlar () Tur rehberi
 () Yerel broşürler () Turist danışma bürosu
 () İnternet () Tur operatörü bilgilendirmesi
 () Diğer(belirtiniz).....

16) Gaziantep'te ziyaret ettiğiniz ya da edeceğiniz kültürel mekanları/etkinlikleri işaretleyiniz.(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

- () Müzeler () Camiler/Kiliseler () Sanat galerileri/sergiler
 () Festivaller () Fuarlar () Spor etkinlikleri
 () Müzik etkinlikleri () Tiyatrolar () Sağlık Merkezleri
 () Dans/Folklor etkinlikleri () Yöresel mutfak etkinlikleri
 () Tarihi mekanlar (hanlar, surlar, anıtlar, çeşmeler vb.)
 () Diğer(belirtiniz).....

17. Lütfen, Gaziantep'i aşağıdaki kriterlere göre değerlendiriniz.

	Çok Kötü	Kötü	Orta	İyi	Çok İyi
Manzara/ doğal çekicilikler					
Tarihi çekicilikler					
Kültürel çekicilikler					
Yiyecek - içecek hizmetleri					
Konaklama tesislerinin kalitesi					
Yöresel yemekler					
Eğlence ve gece hayatı					
Yerel festivallerin varlığı					
Turistik çekiciliklerin çeşitliliği					
Kültürel miras					
Trafik alt yapısı					
Yerel turlar/geziler					
Can ve mal güvenliği					

Temizlik ve hijyen					
Alışveriş imkânları					
Yerel halkın konukseverliği					
Bu bir kontrol sorusudur. Lütfen boş bırakın.					
Turistik işaretler ve yönlendirmeler					
Genel fiyat seviyesi					
El sanatları					
Hediyelik eşya					

18.Lütfen Gaziantep ile ilgili aşağıdaki ifadelere katılıp katılmadığınızı belirtiniz.

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Gaziantep tam anlamıyla kültürel bir şehir destinasyonudur.					
Gaziantep, Türkiye'deki diğer kültürel şehirlerle rekabet edecek potansiyele sahiptir.					
Kültürel ve tarihi kaynakları Gaziantep'i tercih etmemdeki en önemli nedenlerdendir.					
Gaziantep seyahatim tamamen kültürel amaçlı idi.					
Gaziantep seyahatim büyük ölçüde kültürel amaçlı idi, ancak başka faaliyetlere de katıldım.					
Gaziantep'teki kültürel ve tarihi yapıların çok bakımsız ve ihmal edilmiş durumda olduğunu düşünüyorum.					
Gaziantep'te kültürel aktivite olanakları oldukça yetersizdi.					
Kültürel bir şehir destinasyonu olarak Gaziantep'in tanıtımı etkili bir şekilde yapılmamaktadır.					
Kültürel ve tarihi yapıların korunması ve iyileştirilmesi Gaziantep'in turistik geleceği açısından olumlu olacaktır.					
Gaziantep'te turistik amaçlı kullanılabilir mekânların sayısının artırılması ve kültür altyapısının güçlendirilmesi gerekmektedir.					
Gaziantep, genel olarak kültürel amaçlı ihtiyaç ve beklentilerimi karşıladı.					
Bu bir kontrol sorusudur. Lütfen boş bırakın.					
Gaziantep'e ait kültür ile ilgili hoş deneyimlerim oldu.					

19. Lütfen aşağıdaki ifadeleri cevaplayınız.

	Kesinlikle hayır	Hayır	Kararsızım	Evet	Kesinlikle evet
Gaziantep seyahatinizden memnun musunuz?					
Gaziantep'i arkadaş ve akrabalarınıza tavsiye eder misiniz?					
Gaziantep'i tekrar ziyaret etmek ister misiniz?					



EK 2. ANKET FORMU İZİN DİLEKÇESİ



T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı



Sayı :36989182 /300/17321
Konu :Anket Çalışması

19/09/2017

DEVLET HAVA MEYDANLARI İŞLETMESİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ

GAZİANTEP HAVALİMANI MEYDAN İŞLETME
MÜDÜRLÜĞÜNE

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Bilge BOSTANCIERİ Yüksek Lisans Tezinde kullanmak üzere 20.09.2017 ile 05.10.2017 tarihleri aralığında "Gaziantep'te Kültür Turizmi" adlı anket çalışması yapacaktır. Adı geçen öğrenciye gerekli izinlerin ve desteğin sağlanması hususlarında;
Bilgilerinizi ve gereğini arz/rica ederim.

Doç.Dr. Atıncı OLCAY
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Başkanı

Evrakı Doğrulamak İçin : <https://ebys.gantep.edu.tr/en/vision/Dogrula/L53JNAZ>
Üniversite Bulvarı P.K. 27310 Şehitkamil / Gaziantep, TÜRKİYE Ayrıntılı bilgi için irtibat:
Tel: : (0342) 317 18 97 Faks: 0 (342) 360 10 13
E-Posta: : sosbil@gantep.edu.tr Elektronik ağı: www.gantep.edu.tr



EK 3. GAZİANTEP HAVALİMANI MEYDAN İŞLETME MÜDÜRLÜĞÜ TARAFINDAN VERİLEN ANKET İZİN BELGESİ

FORM-9		DHMİ GAZİANTEP HAVALİMANI GEÇİCİ GİRİŞ İZİNİ TALEP FORMU		MESAI SAATLERİ İÇİNDE	
		GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ			
KURUM/KURULUŞ ADI		GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ			
İZİN TARİHİ		22.09.2017			
TALEP AMACI		Anket Çalışması			
GİRİŞ-ÇIKIŞ İZİNİ TALEP EDİLEN BÖLGELER					
KURUM/KURULUŞLAR GİRİŞ YAPMAK İSTEDİĞİ BÖLÜMLERİ ÇARPI (X) İŞARETİ İLE İŞARETLEYECEK OLUP, DİĞER BÖLÜMLER KAPATILACAKTIR. SADECE AÇIK (İŞARETLENMİŞ) BÖLÜMLER YAPILABİLİR.					
İÇ HATLAR-DIŞ HATLAR TERMINALİ (CHECK-IN SALONU)	X	DIŞ HATLAR GÜMRÜKSÜZ GELİŞ		TERMINAL ÇATI KATI	
İÇ HATLAR GİDİŞ KARA TARAFI		DIŞ HATLAR GÜMRÜKSÜZ GİDİŞ		TERMINAL BODRUM KATI	
İÇ HATLAR GELİŞ HAVA TARAFI		DIŞ HATLAR GÜMRÜKLÜ GELİŞ		TERMINAL BOBRUM AVLUSU	
İÇ HATLAR GİDİŞ HAVA TARAFI		DIŞ HATLAR GÜMRÜKLÜ GİDİŞ		GARAJ	
İÇ HATLAR GELİŞ KARA TARAFI		A-KAPISI APRON		DİĞER....	
İÇ HATLAR TERMINALİ ARINMIŞ SALON		TEKNİK BLOK			
İÇ HATLAR TERMINALİ VARIŞ SALONU		KULE			
VIP		ARRF BİNASI			
GÜMRÜKLÜ (İHRACAAT VE DAHİLİ KARGO) BÖLÜMÜ		ŞUT ALTI			
GİRİŞ İZİNİ TALEP EDİLEN PERSONEL BİLGİLERİ					
S. NO	T.C. KİMLİK-PASAPORT NO	SOYADI	ADI	GEÇİCİ GİRİŞ İZİN BAŞLANGIÇ VE BİTİŞ TARİHİ	
1	17573049084	BOSTANCIERİ	BİLGE	20/09/2017 05/10/2017	
2			/201...../201.....	
3			/201...../201.....	
4			/201...../201.....	
5			/201...../201.....	
6			/201...../201.....	
7			/201...../201.....	
8			/201...../201.....	
9			/201...../201.....	
10			/201...../201.....	
REFAKATÇİ (GÖREVLİDAMI KARTLI) PERSONEL					
İzin talebinde bulunduğumuz kişilerle ilgili verilen tüm bilgilerin doğruluğunu, ilgili kişilerden doğabilecek tüm sorumluluğun Kurum/Kuruluşum olduğunu,sorumluluğumuzda hareket edecek olan araç ve personelin söz konusu saha içerisinde herhangi bir nedenle kişi ve kuruluşların can ve mallarına karşı v zararları ile PAT sahaları içindeki gayri kanuni fiil ve eylemlerinden doğuran sorumlu olduğumuzu taahhüt ederiz.					
 Kurum/Kuruluş Yetkilisi Ad Soyul Kaptan Bilgi GUR					
DHMİ GAZİANTEP HAVALİMANI BAŞMÜDÜRLÜĞÜ NOBETÇİ MEYDAN MÜDÜRLÜĞÜ		GAZİANTEP HAVALİMANI GÜMRÜK MÜDÜRLÜĞÜ		GAZİANTEP HAVALİMANI EMNİYET ŞUBE MÜDÜRLÜĞÜ-GÜVENLİ ARAŞTIRMASI	
 M. Yücel GÖKÇEK Havalimanı Nöbetçi Müdürü				Giriş Yapacak kişi ve araçların GBT Kaydı Sorgulanmalı, kişi ve/veya araçların giriş ve Kontrol Noktasında yapılacak ve bu bölüme işlenecektir. GBT kaydı yoktu 22.09.17 393291 s.n.	
OLUR Vali A. Vali Yardımcısı Mülki İdare Amirii					
GAZİANTEP HAVALİMANI EMNİYET ŞUBE MÜDÜRLÜĞÜ Havalimanı Şube Müdürlüğü Havalimanı Polis Karakolu Amirliği					
AÇIKLAMA VE TALİMATLAR:					
1. Bu belgenin bir nüshası Giriş-Çıkış yapılacak kontrol noktalarına verilecek, bir nüshası da çalışma süresince firmada/personellerde bulunacak ve sonuğunda ibraz edilecek olup; talep amacı dışındaki gösterilerin yapılmasına müsaade edilmeyecektir.					
2. Bu Form Bilgisayar ve/veya daktilo ile, Ad-Soyad vb. bilgilerde kusatma yapılmadan ve büyük harf ile doldurulacak olup, elle doldurulan ve üzerinde oynama yapılan formlar işleme alınmayacaktır.					
3. Form Kurum/Kuruluşların İmza Sirkülerine uygun olarak, imza atmaya yetkili kişi ve/veya kişilerce imzalanacaktır. İmza bölümünde Kurum/Kuruluşun kaşesi, imzası bulunan kişilerin ad ve soyadları mullar bulunacak olup, yetkisiz kişilerce imzalanan veya hiç imzalanmayan formlar işleme alınmayacaktır.					

ÖZGEÇMİŞ

Bilge Bostancıeri 1991 yılında Gaziantep'te doğdu. Gaziantep Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu Yiyecek İçecek İşletmeciliği bölümünden 2011 yılında mezun oldu. Adnan Menderes Üniversitesi Yiyecek İçecek İşletmeciliği bölümünden 2013 yılında mezun oldu. Sonrasında Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı'nda yüksek lisans eğitimine başladı. Bilge Bostancıeri'nin International Journal of Contemporary Tourism Research Dergisinde "Avrupa'dan Türkiye'ye Yönelik Turizm Hareketliliğinin Panel Çekim Modeli İle Analizi" adlı makalesi yayımlanmıştır. Ayrıca VII. Ulusal III. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu'nda "Gaziantep'te Kültür Turizmi: Yerli Turistlerin Algılarının Değerlendirilmesi" konulu bildirisi bulunmaktadır. Bilge Bostancıeri orta derecede İngilizce bilmektedir.

VITAE

Bilge Bostancıeri was born in Gaziantep in 1991. She graduated from Gaziantep University, Vocational School of Tourism and Hotel Management Department of Food and Beverage Management in 2011. She graduated from Adnan Menderes University, Department of Food and Beverage Management in 2013. Afterwards, she started her graduate education in the Department of Tourism Management at the Institute of Social Sciences of Gaziantep University. She has an article published in the International Journal of Contemporary Tourism Research about "Analysis of The Tourism Mobility From Europe To Turkey With Panel Gravity Model". Her paper "Cultural Tourism in Gaziantep: Evaluation of Domestic Tourists' Perceptions" has been published in the VII. National III. International The Eastern Mediterranean Tourism Symposium. Bilge Bostancıeri speaks intermediate English.