



**KÜLTÜR TURİZMİ KAPSAMINDA
KUTSAL MEKANLARIN TURİSTİK
ÇEKİCİLİK AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ:
BALIKLI GÖL ÖLÇEĞİNDE BİR UYGULAMA**

Mehmet Fatih IŞIK

**Yüksek Lisans Tezi
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı
Doç. Dr. Abdulkadir KOŞAN
2017
Her Hakkı Saklıdır**

ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANABİLİM DALI

Mehmet Fatih IŞIK

KÜLTÜR TURİZMİ KAPSAMINDA KUTSAL MEKANLARIN
TURİSTİK ÇEKİCİLİK AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ:
BALIKLI GÖL ÖLÇEĞİNDE BİR UYGULAMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ YÖNETİCİSİ
Doç. Dr. Abdulkadir KOŞAN

ERZURUM – 2017



T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ BEYAN FORMU



05/07/2017

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddelerine göre hazırlamış olduğum " Kültür Turizmi Kapsamında Turistik Çekicilik Olarak Kutsal Mekanların Ziyaretçiler Ve Turizm Açısından Değerlendirilmesi: Şanlıurfa İli Balıklı Göl Ve Çevresi Örneğinde " adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder. tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

Tezimin/Raporum sadece Atatürk Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.

Tezimin/Raporumun ... yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

05/07/2017

Mehmet Fatih ŞIK



T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Doç. Dr. Abdulkadir KOŞAN danışmanlığında, Mehmet Fatih IŞIK tarafından hazırlanan bu çalışma 05/07/2017 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Doç. Dr. Abdulkadir KOŞAN

İmza: 

Jüri Üyesi : Yrd. Doç. Dr. Muhammed İhsan ÇUBUKÇU

İmza: 

Jüri Üyesi : Doç. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK

İmza: 

Yukarıdaki imzalar adı geçen öğretim üyelerine aittir. 05 / 07/ 2017

Prof. Dr. Mehmet TÖRENEK
Enstitü Müdürü

F-85/01/21.10.2016

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	IV
ABSTRACT	V
KISALTMALAR DİZİNİ	VI
ŞEKİLLER DİZİNİ	VII
TABLOLAR DİZİNİ	VIII
ÖNSÖZ.....	X
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM TURİSTİK ÇEKİCİLİKLER

1.1. ÇEKİCİLİK KAVRAMI.....	3
1.2. ÇEKİCİLİK KATEGORİLERİ VE TİPOLOJİLERİ	5
1.3. TURİST ÇEKİCİLİKLERİNİN TANIMLARI.....	9
1.4. TURİSTİK ÇEKİCİLİK BÖLGELERİ/KÜMELERİ/KOMPLEKSLERİ.....	12
1.5. İTME YERİNE ÇEKME STRATEJİSİ (PUSH AND PULL FACTORS)	13
1.6. ÇEKİCİLİK UNSURU OLARAK KÜLTÜR VE KÜLTÜR TURİZMİ.....	15
1.6.1. Kültür Kavramı.....	15
1.6.1.1. Kültürün Özellikleri	18
1.6.1.2. Kültürün İşlevleri	19
1.6.2. Turizm Kavramı	20
1.6.3. Kültür ve Turizm Arasındaki İlişki	23
1.6.3.1. Kültür Turizmi.....	24
1.7. ÇEKİCİLİK UNSURU OLARAK KÜLTÜREL MİRAS.....	28
1.8. ÇEKİCİLİK UNSURU OLARAK KUTSAL MEKANLAR	31

İKİNCİ BÖLÜM ŞANLIURFA İLİ

2.1. ŞANLIURFA İLİ GENEL ÖZELLİKLERİ	36
2.2. TARİH SERÜVENİNDE ŞANLIURFA'NIN İSİMLERİ.....	37
2.3. ŞANLIURFA'NIN TARİH İÇİNDEKİ SERÜVENİ.....	38

2.4. YABANCI SEYYAHLARIN GÖZÜYLE URFA	44
2.4.1. Evliya Çelebi'nin Seyahatnamesinde Urfa.....	44
2.4.2. Alman Mareşal Helmuth Von Moltke'nin Mektuplarında Urfa.....	50
2.4.2.1. Helmuth Von Moltke (1800 Parchim-1891 Berlin)	50
2.4.2.2. 6 Nisan 1838 Tarihli Mektupta Urfa	51
2.4.2.3. 27 Ocak 1839 Tarihli Mektupta Urfa	53
2.5. TARİHİ VE KUTSAL MEKANLAR	56
2.5.1. Hz. Eyyüb ve Kuyusu.....	56
2.5.1.1. Kuyunun Yeri	56
2.5.1. Hz. Eyyüb Kıssası	57
2.5.2. Kiliseden Camiye Dönüşüm Öyküsüyle Tarihi Bir Mabet: Selahaddin Eyyübi Cami (Aziz Johannes Prodromos Addai Kilisesi)	58
2.5.3. Peygamberler Cami Ve Kilise Dönemine Ait Süryanice Kitabesi.....	59
2.5.4. Fırfırlı Cami (On İki Havari Kilisesi Aziz Havariler Kilisesi).....	60
2.5.5. Göbeklitepe.....	61
2.5.6. Ulu Camii (Kızıl Kilise)	61
2.6. BALIKLI GÖL VE ÇEVRESİNDEKİ KUTSAL MEKANLAR.....	62
2.6.1. Rızvaniye Camii Ve Medresesi	62
2.6.2. Halilürrahman Camii (Döşeme Camii) Ve Medresesi	63
2.6.3. Mevlid-İ Halil (Dergah) Camii Ve Mağarası (Hz. İbrahim'in Doğduğu Makam).....	64

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KÜLTÜR TURİZMİ KAPSAMINDA KUTSAL MEKANLARIN TURİSTİK ÇEKİCİLİK AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: BALIKLI GÖL ÖLÇEĞİNDE BİR UYGULAMA

3.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	65
3.1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	65
3.1.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri.....	65
3.1.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	66
3.1.4. Veri Toplama Aracı ve Yöntemi	66
3.1.5. Veri Analiz Teknikleri.....	67

3.1.5.1. Ölçeklerin Güvenilirlik Analizleri	68
3.2. BULGULAR VE YORUM.....	70
3.2.1. Araştırmaya Katılan Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri.....	70
3.2.2. Araştırmaya Katılan Cevaplayıcıların Ölçek Maddelerine İlişkin Eğilimleri...	80
3.3. HİPOTEZLERİN TEST EDİLMESİ.....	83
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	87
KAYNAKÇA	93
EKLER.....	102
Ek-1. Anket Formu	102
ÖZGEÇMİŞ.....	104

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

KÜLTÜR TURİZMİ KAPSAMINDA KUTSAL MEKANLARIN TURİSTİK ÇEKİCİLİK AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: BALIKLI GÖL ÖLÇEĞİNDE BİR UYGULAMA**Mehmet Fatih IŞIK****Tez Danışmanı: Doç. Dr. Abdulkadir KOŞAN****2017, 104 sayfa****Jüri: Doç. Dr. Abdulkadir KOŞAN (Danışman)****Doç. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK****Yrd. Doç. Dr. Muhammed İhsan ÇUBUKCU**

İnsanlar amaçsız dolaşmadan ziyade öğrenme, görme, kendini geliştirme ve bilgilenme isteği gibi konularda artık daha bilinçli hareket ederek kültürel hedeflere yönelik seyahatler gerçekleştirmektedir. Bu hedefler içerisinde yer alan kutsal mekanların çekicilik unsuru olarak turizmde yerini alabilmesinin iki ön şartı vardır: İlki, tüketim gereksinimini karşılayabilecek hale getirilmesi yani turistik ürüne dönüştürülmesi; ikincisi ise turizm sektörü tüketicilerinin tüketimine sunulması yani turizm pazarlamasının yapılmasıdır.

Çalışmada, Balıklı Göl ve çevresinde bulunan kutsal mekanların turistik çekicilik olarak ziyaretçiler tarafından nasıl algılandığını ve bu mekanların çekicilik potansiyelini belirlemek amaçlanmaktadır. Anket tekniği kullanılan çalışmada, toplamda 450 anket bastırılmıştır. İnceleme sonucunda eksik verilere sahip olan anketler değerlendirmeye alınmamış, toplamda 387 anket üzerinden analizler yapılmıştır. Öncelikli olarak ölçeklere güvenilirlik analizi uygulanmıştır ve ölçeklere ait betimleyici istatistikler hazırlanmıştır. Daha sonra demografik değişkenlerin yüzde ve frekans değerleri hesaplanarak demografik özellikler tablosu oluşturulmuştur. Ayrıca her bir ölçek için katılımcıların ölçeklere ilişkin eğilimleri belirlenmiş ve frekans tabloları hazırlanmıştır. Verilerin analizinde oluşturulan hipotezleri test etmek için Bağımsız Örneklem T-Testi, One Way ANOVA analizleri yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre çalışmaya katılan ziyaretçilerin yarısından fazlası (%56,8)'i, Balıklı Göl ve çevresindeki kutsal mekanların turistik cazibe unsuru olduğunu düşünmektedir. Ziyaretçiler, bu mekan için dua edebilecekleri, dinlenebilecekleri, huzur veren, mimari yapısı ilgi çekici, manevi duygularını güçlendirebilecekleri, Allah'a yakın hissedebilecekleri bir yer olduğunu belirtmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Kültür Turizmi, Turistik Çekicilikler, Kültürel Miras, Kutsal Mekanlar, Şanlıurfa.

ABSTRACT**MASTER'S THESIS****EVALUATION OF HOLY PLACES IN TERMS OF TOURIST ATTRACTION
IN THE CONTEXT OF CULTURAL TOURISM: AN APPLICATION IN
BALIKLI GÖL SCALE****Mehmet Fatih IŞIK****Thesis Advisor: Assoc. Prof. Dr. Abdulkadir KOŞAN****2017, Page: 104****Jury: Assoc. Prof. Dr. Abdulkadir KOŞAN (Thesis Advisor)****Assoc. Prof. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK****Assist. Prof. Dr. Muhammed İhsan ÇUBUKCU**

People travel more consciously for cultural aims with the desire of learning, seeing, self-improvement and having information about something rather than wandering aimlessly. There are two prerequisites for the sacred places within these aims to be able to take place in tourism as an attractive element: Firstly, to be able to meet the consumption need, that is to convert it into tourist product; secondly, to be offered to the consumption of consumers in the tourism sector, that is tourism marketing is done.

In this study, it is aimed to determine how the holy places of Balıklı Göl and its surroundings are perceived as tourist attractions and attractiveness potential of these places. Questionnaire technique is used in the study and for it, 450 questionnaires are printed in totally. Questionnaires with missing data are not included in the evaluation, and a total of 387 questionnaires are analyzed. Reliability analysis is first applied to scales and descriptive statistics of scales are prepared. Then, a demographic chart is created by calculating the percentage and frequency values of the demographic variables. In addition, for each scale, participants' tendencies regarding scales are determined and frequency tables are prepared. Independent Sample T-Test, One Way ANOVA analyzes are performed to test the hypotheses generated in the analysis of the data. According to the results of the analysis, more than half (56.8%) of the visitors who participated in the study think that Balıklı Göl and the sacred places around it are a tourist attraction. Visitors have stated that this site is a place where they can pray, feel relaxed and close to Allah, strengthen their spiritual feelings and its architectural structure is interesting.

Keywords: Cultural Tourism, Tourist Attractions, Cultural Heritage, Holy Places, Şanlıurfa.

KISALTMALAR DİZİNİ

Akt	: Aktaran
A.s	: Aleyhisselam
C.c	: Celle Celaluh
Çev.	: Çeviren
Doç. Dr.	: Doçent Doktor
Ed.	: Editör
Edn	: Edition
Eds	: Editors
H.z.	: Hazret-i
Km	: Kilometre
M. Ö.	: Milattan Önce
One Way ANOVA	: Tek Yönlü Varyans Analizi
s.	: Sayfa
SPSS	: Statistical Package For The Social Sciences
ss.	: Sayfa sayısı
T.C.	: Türkiye Cumhuriyeti
TL	: Türk Lirası
TÜRSAB	: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği
UNESCO	: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
Vb.	: Ve benzeri
Vd.	: Ve diğerleri
Vs.	: Ve saire
WTO	: Dünya Turizm Örgütü

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1. Ziyaretçi çekiciliklerinin sınıflandırması.....	8
Şekil 1.2. Turist çekiciliklerinin özellikleri	9
Şekil 1.3. Kültürel Miras.....	29



TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1.1. Çekicilik Kategorileri ve Tipolojileri.....	6
Tablo 1.2. Turist Çekicilikleri İlgili Tanımlar.....	10
Tablo 1.3. Çekicilik Bölgeleri	12
Tablo 1.4. Turizm Motivasyonlarının ‘İtme-Çekme Dinamikleri’	14
Tablo 1.5. Kültür Turizmi Tipolojisi.....	26
Tablo 1.6. Kültürel Miras Çekicilikleri Tipolojisi	31
Tablo 3.1. Ölçeğin Cronbach Alpha Katsayısı.....	69
Tablo 3.2. Ölçeğin Cronbach Alpha Katsayısı.....	69
Tablo 3.3. Örneklemenin Cinsiyeti İle İlgili Dağılımlar (n=387).....	70
Tablo 3.4. Örneklemenin Yaş Aralığı İle İlgili Dağılımlar (n=387).....	70
Tablo 3.5. Örneklemenin Medeni Durumu İle İlgili Dağılımlar (n=387).....	71
Tablo 3.6. Örneklemenin Eğitim Durumu İle İlgili Dağılımlar (n=387)	71
Tablo 3.7. Örneklemenin Meslekleri İle İlgili Dağılımlar (n=387)	72
Tablo 3.8. Örneklemenin Aylık Gelirleri İle İlgili Dağılımlar (n=387).....	72
Tablo 3.9. Örneklemenin Memleketleri İle İlgili Dağılımlar (n=387).....	73
Tablo 3.10. Katılımcıların Balıklı Göl ve Çevresini Ziyaretine İlişkin Dağılım (n=387).....	74
Tablo 3.11. Katılımcıların Balıklı Göl ve Çevresine Geliş Planına İlişkin Dağılımlar (n=387).....	75
Tablo 3.12. Katılımcıların Mekana Geliş Şekillerine İlişkin Dağılımlar (n=387)	75
Tablo 3.14. Katılımcıların Balıklı Göl ve Çevresi Hakkındaki Bilgi Kaynağına İlişkin Dağılımlar (n=387)	76
Tablo 3.15. Katılımcıların Balıklı Göl ve Çevresinde Harcamalarına İlişkin Dağılımlar (n=387).....	76
Tablo 3.16. Katılımcıların Balıklı Göl ve Çevresindeki Kutsal Mekanlara Bağış Yapmalarına İlişkin Dağılımlar (n=387).....	77
Tablo 3.17. Balıklı Göl ve Çevresindeki Kutsal Mekanların Ücretlendirilmesine İlişkin Dağılımlar (n=387)	77
Tablo 3.18. Katılımcıların Buraya Yapılan Ziyaretlerin Ücretli Olması Durumunda Bu Mekanları Ziyaret Edip Etmeyeceklerine İlişkin Dağılımlar (n=387).....	77

Tablo 3.19. Ziyaret Giriş Ücreti Olsaydı En Fazla Ne Kadar Olması Gerektiğine İlişkin Dağılımlar (n=387)	78
Tablo 3.20. Bu Mekanın Korunmasından, Renove (Onarım) ve Restorasyonundan (Yenileme) Kimler Sorumlu Olmalıdır Sorusuna İlişkin Dağılımlar (n=387).....	78
Tablo 3.21. Katılımcıların Geceleme Sayılarına İlişkin Dağılımlar (n=387).....	79
Tablo 3.22. Katılımcıların Konakladıkları Tesis Türüne İlişkin Dağılımlar (n=387)....	79
Tablo 3.23. Katılımcıların Balıklı Göl ve Çevresini Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine İlişkin Dağılımlar (n=387)	80
Tablo 3.24. Katılımcıların Burayı Başkalarına Tavsiye Etme Niyetlerine İlişkin Dağılımlar (n=387).....	80
Tablo 3.25. Katılımcıların Sorulara İlişkin Eğilimleri	81
Tablo 3.26. Katılımcıların Sorulara İlişkin Eğilimleri	82
Tablo 3.27. Cinsiyet Özelliklerine Göre Balıklı Göl ve Çevresinin Turistik Açından Görülmeye Değer Bir Yer Olduğu Algısı Bağımsız Örneklem T-Testi	83
Tablo 3.28. Katılımcıların Yaş Değişkenine Göre Balıklı Göl ve Çevresinin Turistik Açından Görülmeye Değer Bir Yer Olduğu Algısına İlişkin Dağılımlar	84
Tablo 3.29. Katılımcıların Eğitim Durumu Değişkenine Göre Balıklı Göl ve Çevresinin Turistik Açından Görülmeye Değer Bir Yer Olduğu Algısına İlişkin Dağılımlar	85
Tablo 3.30. Katılımcıların Meslek Durumu Değişkenine Göre Balıklı Göl ve Çevresinin Turistik Açından Görülmeye Değer Bir Yer Olduğu Algısına İlişkin Dağılımlar	86

ÖNSÖZ

Tez çalışmasının her kademesinde bana derin bilgileri ve engin tecrübeleriyle kılavuzluk eden danışman hocam Sayın Doç. Dr. Abdulkadir KOŞAN'a saygılarımı sunarak teşekkürü bir borç bilirim.

Tez savunma jürimde yer alarak kıymetli zamanlarını bana ayıran Sayın Doç. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK'a ve Yrd. Doç. Dr. Muhammed İhsan ÇUBUKCU'ya sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Oda ve iş arkadaşım olan değerli hocam Özgür ÇALKIN'a değerli fikir ve görüşleriyle tezime sunduğu katkıdan dolayı çok teşekkür ederim.

Tez çalışmamın özellikle anket uygulama aşamasında, bulunduğu coğrafi konumu itibariyle bölgede ve çevresinde uzun zamandan beri yaşanan birtakım güvenlik problemleri nedeniyle, katılımcıların ankete katılma noktasında negatif yönde bir tavır sergiledikleri gözlemlenmiştir ve bu da anketlerin uygulanmasında beni müşkül duruma düşürmüştür. Ancak tüm bu sıkıntılarında ve tezimin en başından sonuna kadar hep yanımda olan eşim Zennube IŞIK'a en içten dileklerle teşekkürü bir borç bilirim.

Beni bugüne kadar büyütüp yetiştiren ve benden hiçbir zaman desteklerini ve dualarını esirgemeyen sevgili Anneme ve Babama sonsuz şükranlarımı sunuyor ve ellerinden öpüyorum. Ayrıca "Kardeş Candır" dediğim Ablama ve Abilerime uzaktan yolladıkları duaları için teşekkürlerimi sunuyorum. Aramızda olmasa da hep kalbimde hissettiğim, hep güler yüzüyle hatırlayacağım kardeşim MUZAFFER'i rahmetle anıyorum.

... Ve bu çalışmamı hayat yoldaşım Zennube IŞIK'a ithaf ediyorum.

Erzurum, 2017

Mehmet Fatih IŞIK

GİRİŞ

İnsanoğlu tarihin her döneminde değişik amaçlarla sürekli yaşıdığı yerden başka bölgelere seyahat etmiştir. İlkçağda yapılan seyahatlerin amacı, şifa bulma (sağlık) iken ortaçağdaki seyahatlerin amacı ibadet olmuştur. Bu durum yeniçağda yerini sanat ve eğitim amaçlı seyahatlere bırakmıştır (İçöz, 2009). Günümüzde ise seyahatler, önceki dönemlerde yapılan sağlık, inanç ve eğitim amaçlı seyahatlerle birlikte, kültür, alışveriş, dinlenme ve özel ilgi amaçlı olarak çeşitlilik göstermektedir

Bir yerin tek başına bir özelliği, belirli turist ya da turist grupları için çok özel olabilir. Ancak günümüzde çoğu turist için bir yerin kümelenmiş haldeki özellikleri, tek bir özellikten daha önemlidir. Çoğunlukla tek bir baskın özellikten ziyade kümelenmiş çekiciliklerin yarattığı sinerjiden dolayı, turistlerin bir araya geldiği bir kasaba ya da şehirdeki küçük bir bölgeyi ifade eden turistik bölge tanımının kullanılması daha yararlı olacaktır.

Kültürel miras turizmi, insanların kendi kültürel köklerini tanımalarını sağlayan ve onların tarih ve kültüre olan ilgilerini arttırıcı etki yapan bir turizm çeşididir. Bunun da ötesinde direk kültürün kendisinin de turistik bir çekicilik olarak ait olduğu bölgenin tarihi, kültürel, dinsel ve endüstriyel geçmişini korumaya yardımcı olmaktadır. Nihai olarak bir bölgede var olan kültürel miras varlıkları, o bölgede turizm faaliyetlerinin canlanmasını sağlayarak turizmin gelişmesine katkıda bulunmakta ve o bölgeye olan turizm talebini de etkilemektedir.

Kültür boyutlu ulusal ya da uluslararası seyahatlerin artmasında, günümüz telekomünikasyon araçlarındaki hızlı gelişimin kişiler üzerinde uyandırdığı merak, kültür seviyesinin giderek yükselmesi, ulaşım araçlarındaki hız, konfor ve güven artışı gibi etkenler etkili olmaktadır. Bu etkenlerin yanı sıra gelişmiş ülkelerdeki nüfusun giderek yaşlanması, başka bir ifadeyle üçüncü yaş turizminin öneminin artması da insanların kültürel alanlara yönelik gerçekleştirdikleri ziyaretleri arttırmaktadır.

Özetle kültür turizmi, geleneksel tatil anlayışına alternatif olarak insanların hem kendi ülke sınırları içerisindeki hem de diğer ulusların çeşitli toplulukları tarafından yaratılan farklı kültürel varlıklarını görüp deneyimlemek için yaptıkları seyahatler ve konaklamalardan oluşan bir turizm faaliyetidir diyebiliriz.

Bulunduğu stratejik konumdan dolayı Şanlıurfa, pek çok medeniyete ev sahipliği yapmıştır ve her medeniyet kendine ait çok sayıda eseri miras bırakmıştır. Bu bağlamda kùltür ve arkeoloji altyapısı içinde Şanlıurfa ili özel bir konuma sahip olmuştur. İlde çok sayıda kazı çalışması yapılmasına rağmen yine de çalışma yapılması bekleyen pek çok kazı alanı bulunmaktadır. Bu açıdan düşünùldüğünde Şanlıurfa, tarihi ve kùltürel zenginliği ile bir açık hava müzesi atmosferi yaratmaktadır. Yapılan kazılar neticesinde ilin çok uzun bir tarihi geçmişi olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Balıklı Göl ve çevresinde bulunan kutsal mekanların turistik çekicilik olarak ziyaretçiler tarafından nasıl algılandığını ve bu mekanların çekicilik potansiyelini belirlemeye yönelik olan bu çalışma, dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde; turistik çekicilikler, ikinci bölümde; kùltür ve kùltür turizmi; üçüncü bölümde; Şanlıurfa ilinin genel özellikleri ile tarihi ve kùltürel yapısı ele alınmıştır. Son olarak dördüncü bölümde ise; araştırmanın amacına ulaşmak üzere yapılan analiz, bulgu ve tespitlerden bahsedilmiştir.

Bu çalışmanın, kùltürümüzün zengin mozaiği ile Türk ve Dünya turizmi içerisindeki yerinin vazgeçilmez olduğu bilincine ulaşma noktasında katkıda bulunacağı düşünölmektedir. Bu tez araştırması, Şanlıurfa ilinin sahip olduğu güzellikleri ile kùltür ve inanç turizmi potansiyellerini kullanma düzeyini açığa çıkarması konusunda önem arz etmektedir. Balıklı Göl ve çevresinde bulunan kutsal mekanların turistik çekicilik olarak ziyaretçiler tarafından nasıl algılandığını ve bu mekanların çekicilik potansiyelini belirlemek bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİSTİK ÇEKİCİLİKLER

1.1. ÇEKİCİLİK KAVRAMI

Çekicilik kavramını anlamada yeni bir yolun temellerini atabilmek için yapılması gereken ilk şey, turist çekiciliklerinin tanımlandığı ve kavramsal kategorilere bölüdüğü mevcut yollara bakmaktır.

Turist çekicilikleri üzerine yapılan bilimsel araştırmalara baktığımız zaman, çekicilik konusunun çok az çalışıldığı ve çekicilik kavramının çok az sayıda yazar tarafından irdelendiği ortaya çıkmaktadır. Yazarların, çekicilik ile ilgili kitaplarda (Fyall vd., 2008), ders kitaplarındaki çekicilik ile ilgili bölümlerinde (Dewhurst ve Dewhurst, 2006; Robinson vd., 2013) ve aynı zamanda makalelerde (Lovelock, 2004) bu konu üzerine yorum yaptıkları bir gerçektir.

Peter ve Helen Dewhurst, turizm endüstrisindeki ziyaretçi çekicilikleri ile ilgili alanın içeriğinin çok boyutlu, kayda değer ve kapsamlı oluşunun onu hem karmaşık hem de ilgi çekici bir çalışma alanı haline getirdiğini, fakat aynı zamanda birkaç yaygın genellemenin uygun görüldüğü bir alan olduğunu belirtmektedir. Ayrıca her iki yazar da bu ikinci durumun, yorumcuların bilimsel araştırmaların incelenmesinde konu başlığı olarak ziyaretçi çekiciliklerine yoğunlaşmalarının önüne geçmesine imkan tanıyabileceğine vurgu yapmaktadır (Dewhurst ve Dewhurst, 2006).

Birileri neden turizm endüstrisinin bu unsuruna dikkat edilmesi gerektiğini sorabilir – halbuki bu unsur; en yaygın olanlarından sadece bahsedecek olursak seyahat acenteleri ve tur operatörlerinden konaklamaya, yiyecek-içecek işletmeleri ve de perakendeci işletmelerden ulaştırma işletmelerine kadar değişen bir dizi endüstri kollarından sadece birisi ve olmazsa olmazlarındandır (Leiper, 1995).

Büyük ölçüde turizm olgusunun gerçekleşmesi için farklı işletme bileşenlerinin her biri önemlidir; öyle ki turizm ekolojik, ekonomik, coğrafi, politik, sosyal, kültürel ya da sanal çevrelerde ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla turizm yukarıda belirtilen unsurların bir bütününden oluşmaktadır. Bu unsurların her birinin ayrı ayrı analiz edilip yönetilmesi gerekmektedir. Bu nedenle Neil Leiper, turizm endüstrisinden bahsederken

şu noktaya dikkat çekmektedir (Hall ve Page, 2010): “*Turizmi tek bir endüstri olarak adlandırmak – turistler için başarılı bir tatil deneyimi – nihai sonucunu analiz etmeye ve geliştirmeye çalışırken pek yararlı olmayacaktır.*”

Fyall ve diğerlerinin belirttiği gibi çekicilikler, turizm endüstrisinin karmaşık bir unsurunu temsil etmektedir ve gerçekten tam anlamıyla anlaşılmamaktadır (Fyall vd., 2008: 17). Dolayısıyla, çekiciliklerin önemine geri dönecek olunursa; çekicilikler olmadan turizmin (Ioannides ve Timothy, 2010), turizm olmadan da çekiciliklerin olmasının bir anlamı olmayacaktır (Lew, 1987). Yani, turizm ve çekicilikler arasında karşılıklı bir etkileşim olmadan uzak ya da yakın mekanlara seyahat etmek için hiçbir neden olmazdı ve diğer endüstrilerin hiçbiri hayatta kalamazdı. Bu nedenle, çekicilikleri daha iyi anlamaya çalışmamız ve onları detaylı incelememiz gereklidir. Öyle ki, turist çekiciliklerinin tam olarak ne olduğunu bilmeliyiz.

İnsanları turizme iten akraba ve arkadaş ziyareti, eğitim, sağlık, inanç gibi daha birçok sebep vardır. Bu sebeplerin her birinin seyahat nedeni olduğu ve bu amaçla seyahat edenlerin turist kabul edildikleri bir gerçektir, fakat çekicilikleri tanımlamanın önemi tam da burada ön plana çıkmaktadır. Biz tam olarak turist çekiciliklerinden mi yoksa turist çekenler hakkında mı konuşuyoruz? Örneğin, ailem beni Avustralya’da görmek için seyahate çıktığı zaman ben bir çekicilik unsuru mu oluyorum? Ya da kendi ülkelerinden ziyade farklı bir yerde eğitimlerini tamamlamak için karar veren birçok yabancı öğrenci için çalıştığım üniversite bir çekicilik faktörü müdür? Gönüllü orangutan bakıcısı olarak çalışmak için seyahate çıkan iş arkadaşımın gittiği vahşi yaşam parkı bir çekicilik midir? Tüm bu soruların yanıtı ‘Evet’dir. Bu aynı zamanda turist çekiciliklerini tanımlamanın önemli olduğu bir noktadır. Eğer herhangi bir şey, herhangi bir kimse veya her şey turistik bir çekicilik olabiliyorsa o zaman çekicilik konusunu incelemek, yönetmek ve geliştirmek imkansız olacaktır (Edelheim, 2015).

Cazibe unsurlarını tanımlayan çekicilik sözcüğü basittir ve bu sayede herhangi bir dezavantajı yoktur (Leiper, 2004). Turist çekicilikleri için kullanılan kelimeler, diğer dillerde de aynı derecede sorunludur; birçok Germen dilindeki çekicilik kelimesi tam anlamıyla ‘görölmeye değer şeyler’ olarak tercüme edilmektedir: İsveççe, ‘*Sevärdighet*’; Almanca, ‘*Sehenswürdigkeit*’; Flemenkçe, ‘*Bezienswaardigheid*’. Tam olarak iki temel unsuru belirtmesine rağmen tüm bu kelimeler bilgilendirme amaçlıdır:

Cazibe unsuru görülebilir ve birileri onu görmeye değer olduğuna karar vermektedir. Germen olmayan birçok dilde de çekicilik kelimesi ‘görülecek şeyler’ olarak ifade edilmektedir: Fince, ‘*nähtävyyt*’ (görülecek şey) ve Mandarin Çincesinde ‘*jingdien*’ (görmeye değer yerler) (Nyiri, 2006). Ancak çekicilikleri, neredeyse bir mıknatıs gibi turistleri kendilerine çeken ya da görülmeye değer unsurlar olarak düşünmek ne kadar akla uygun olsa da bu ifadeler potansiyel olarak bazılarını hiç de çekici gelmemekte ya da farklı paydaş grupları için tartışmalara neden olmaktadır; aynı zamanda görülmeyen diğer alternatif çekiciliklerin de önüne bir set çekmektedir.

Richard Prentice bu durumu kabul ederek şunu belirtmektedir: Çekicilik, sadece ziyaretçileri cezbeden bir mekanı, temayı ya da bölgeyi tasvir etmekten ibaret değildir; bu aynı zamanda bu mekanların ve benzerlerinin çekici olmadığı anlamına da gelmemelidir. Çünkü turizm olayı ve turizmi meydana getiren çekicilik gibi unsurlar heteronom görünümündedir. Yani, kişiler tarafından farklı şekilde algılanır ve yorumlanır (Prentice, 1993: 39).

1.2. ÇEKİCİLİK KATEGORİLERİ VE TİPOLOJİLERİ

Farklı çekicilik türlerini daha küçük ve kullanışlı unsurlara ayırmayı amaçlayan çekicilik tipolojilerine ve sınıflandırmalarına rastlamak mümkündür.

Alan Lew, ‘bir envanter çalışması yapmak için üzerinde mutabık kalınan tek bir çekicilik tipolojisinin bulunmadığını, çünkü kısmen de olsa çoğu yerin kendine özgü niteliklere sahip olduğunu’ öne sürmektedir (Lew, 2000: 73). Ayrıca daha önceki yaptığı bir makale çalışmasına dayanarak üç temel çekicilik envanter türü olduğunu belirtmiştir. Bunlar: *Sembolik ya da kavramsal, bilişsel ve örgütsel*dir. Lew’in sembolik/kavramsal envanter çalışmasındaki en temel tanımlar, çekicilikleri sadece bir tarafta doğal ve diğer tarafta insan ürünü olarak ikiye ayırmaktadır (www.tourism.wa.gov.au, 2006), fakat bu sadeleştirme çalışmasının eksik kaldığı günümüzde ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmanın üzerine biraz iyileştirme yaparak yazarlar, Tablo 1’de gösterildiği gibi üç ya da dört başlık altında sembolik/kavramsal çekicilik tipolojisi önermişlerdir:

Tablo 1.1. Çekicilik Kategorileri ve Tipolojileri

Referans	Kavramsal envanter			
Dietvorst ve Ashworth (1995: 4-5)	Maddi kaynaklar (toprak, su vs.)	Sosyo-kültürel kaynaklar	Üretim malları (insan çabasıyla dönüştürülen kaynaklar)	Emek
Leiper (1995: 145)	Doğal çevre	Sosyo-kültürel çevre	İnsan ürünü çevre	Teknolojik çevre
Deloitte (1999: 6)	Doğa ile ilgili tesisler	Sosyal tesisler	Eğlence ve rekreasyon parkları	
Swarbrooke (2002: 5)	Doğal	Farklı amaçlı-insan yapımı	Turizm amaçlı-insan yapımı	Aktiviteler
Botha (2005: 104-106)	Doğal	Başka bir amaca hizmet eden-insan yapımı	Ziyaretçiler için tasarlanmış ve üretilmiş-insan yapımı	Birincil ve ikincil
Dewhurst ve Dewhurst (2006: 289)	Çevresel	Tarihi-kültürel	Eğlence	Diğer
Ioannides ve Timothy (2010: 72)	Doğal	Kültürel	Eğlence odaklı	Diğer (arkadaş ya da akraba ziyareti, alışveriş, aktiviteler, iş)
Weaver ve Lawton (2010: 115)	Doğal alanlar	Doğal aktiviteler	Kültürel alanlar	Kültürel aktiviteler

***Kaynak:** Edelheim, J. R. (2015). *Tourism and Cultural Change, Tourist Attractions: From Object to Narrative*, Channel View Publications: Bristol, Buffalo, Toronto.

Kavramsal kategoriler turist çekiciliklerini kaleler, kiliseler, katedraller gibi farklı belirgin özelliklere göre tanımlamakta ve nitelendirmektedir (Lew, 1987). Çekiciliklerin diğer daha küçük birimlere bölünmesi, örneğin miras çekicilikleri gibi, niş turizm sektörü içerisinde yer alır (Ioannides ve Timothy, 2010; Prentice, 1993).

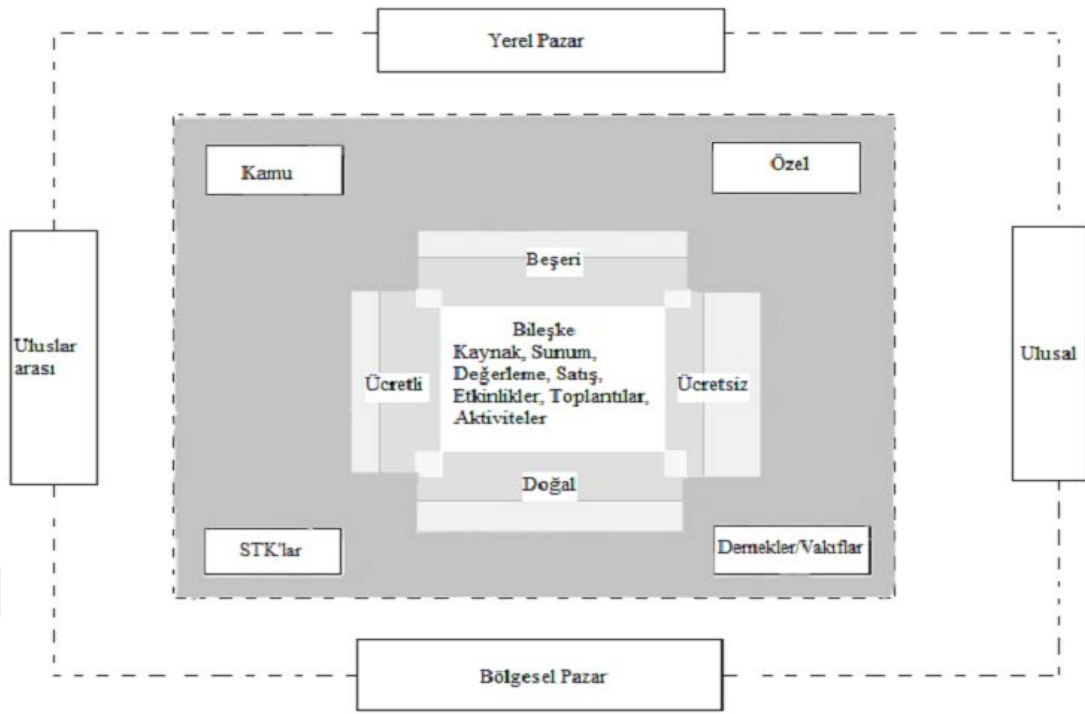
Doğal ve beşeri çekicilikler arasındaki ayrımı en yakından takip eden tipoloji ise tablonun en sonunda yer alan David Weaver ve Laura Lawton'a aittir. Tipolojilerinde, her iki çekicilik türünü de 'mekanlar' ve 'aktiviteler' olarak alt bölümlere ayırmaktadırlar. Bu, matristeki çekiciliklerin geçişken bir sınıflandırmaya olanak tanıyan ilginç bir yapıdır, ancak buradaki asıl problem, yazarların, çekiciliklerin hepsi

değilse de çoğunun diğer bölümlerdeki unsurları içeren karma bir kategori olduğu gerçeğini kabul etmeleridir (Weaver ve Lawton, 2010: 115).

Lew'in tanımladığı diğer iki çekicilik envanter türü 'bilişsel ve örgütseldir'. Bilişsel envanter çalışmasında çekicilik kategorilerini, sağladığı faydaya göre açıklar ve Lew, bunları genelde öncelikle turist çekiciliklerinin nasıl oluştuğu ya da özgün olduklarının belirlendiği "güvenli" ve "riskli" arasındaki bir yelpazeye yerleştirir (Lew, 1987: 560). Örgütsel özellikler ise, turistik çekimin 'izole edilmiş veya kümelenmiş', kentsel ya da kırsal, düşük veya yüksek kapasiteli, mevsimsel ya da yıl boyu bir çekicilik olup olmadığını belirtir (Lew, 2000: 74).

Tablo 1'deki sınıflandırmalar haricinde Clare Gunn (1998), Geoff Wall (1997), Neil Leiper (1995), Laurent Botti vd. (2008), yaptığı sınıflandırmalarda birçok durumda benzer özellikler bulunmaktadır. Yazarlar, yönetimin ölçülebilir, sınırlandırılmış ve üzerinde hareket edilebilir unsurlara dayalı olarak farklı çekicilikleri kavramsal olarak bölmesine olanak tanıyan kategoriler oluştururlar, bunlar Lew'in (1987, 2000) örgütsel özellikler olarak atıfta bulunduğu kategorilerdir.

Leask, turist çekiciliklerinin tanım ve sınıflandırılmasının onları anlamaya yönelik olmadığını, onun yerine yönetim amaçlı olduğunu belirtmektedir. Turistik çekicilikleri yönetmek için paydaşların neyi içerdiklerini ve kapsamlarının dışındaki şeyi anlamaları gerektiğini belirtmektedir. Ayrıca işletmecilerin, eşdeğer çekicilikleri birbirleriyle karşılaştırabilmeleri gerektiğini söylemektedir (Leask, 2008). Leask, sınıflandırmaların herhangi bir şeyi yönetme hareketinde olduğu gibi- yönetilebilir, anlamlı ve kullanışlı veriler yaratmayı amaçladığını belirtmektedir. Bu, hem turist çekiciliğini gelecekte sürdürülebilir kılmak hem de pazarlama gayesi içindir. Leask, farklı kategorilerin birbirleriyle nasıl etkileşimde olduğunu göstermek için yeniden oluşturduğu Şekil 1.1'deki şemayı sunmuştur:



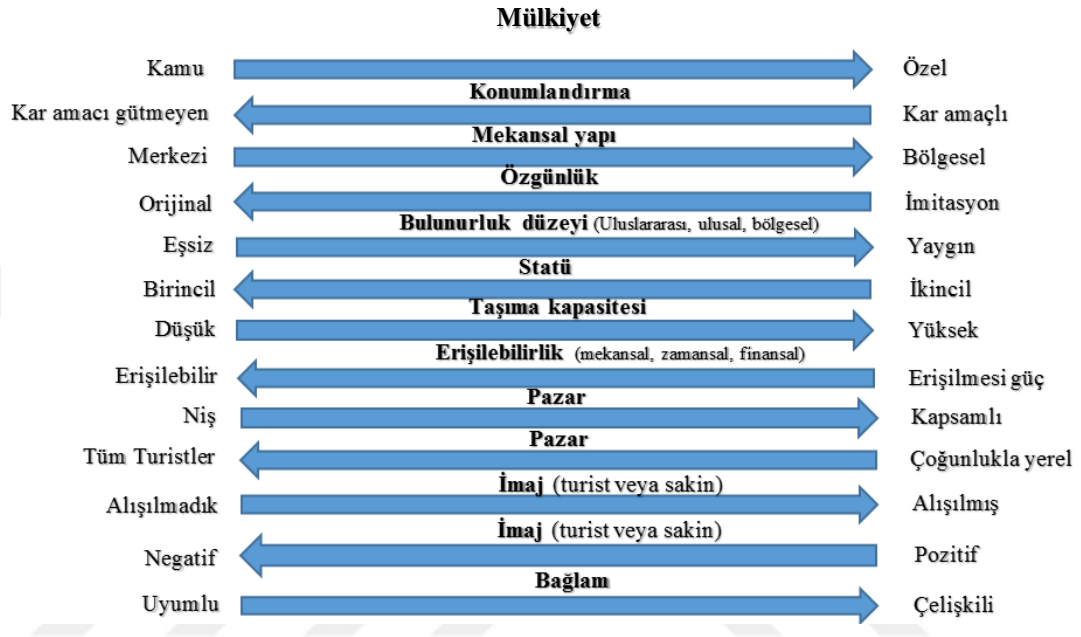
Şekil 1.1. Ziyaretçi çekiciliklerinin sınıflandırması

***Kaynak:** Leask, A. (2008). The nature and role of visitor attractions. In A. Fyall, B. Garrod, A. Leask and S. Wanhill (eds), *Managing Visitor Attractions: New Directions* (2nd edn) (pp. 3-15). Abingdon: Butterworth-Heinemann.

Karmaşık gibi duran bu konular şemada gayet iyi bir şekilde tasvir edilmiştir, çünkü bu şema, kategorilerin her birinin diğerleriyle belirli bir ilişkide bulunduğu farklı kategorileri tek bir çekicilik unsurunda birleştirmektedir. Konunun uygun ve verimli bir şekilde ele alınması için boyutların her biri farklı eylemler gerektirir.

Bir yandan Yale'in (2004) diğer yandan Weaver ve Lawton'un (2010) yapmış oldukları kategorilendirme çalışmaları, kategorileri temsil eden unsurların bir listesi olmaktan çok, her bir kategorinin iki uç noktası arasında değişken ölçek içeren bir döngü olmasıdır. Bu döngünün faydası, planlama ve finansman amaçları için farklı özellikleri yönetme ve koruma gereksinimini göstermesidir. Bir çekiciliğin mülki yapıları, ücretlendirme, hedef pazarlar ve diğer yönler açısından bu döngünün neresinde olduğuna bağlı olması, farklı kararların alınmasını gerektirmektedir. Botti vd. (2008), çekicilikleri sınıflandırma metodlarında çekiciliklerin, çekicilik performansının ölçütünde belirleyici faktör olan '*çekim yerinde/çekicilikte harcanan zaman*' la birlikte, farklı ihtiyaçların karşılanabileceği çekicilik özelliklerinin bir arada olduğu kümelerden meydana geldiğini öne sürmektedirler. Bu bakış açısı, çekicilikleri coğrafik

dağılımlarına göre sınıflandıran Wall'un yanı sıra (1997), yine çekicilikleri turistlerin seyahatte geçirdikleri süreye göre- çekicilikte daha uzun ve daha kısa süreli kalış- arasında bir sınıflandırma yapan Gunn'un (1998) dile getirdiği önerilerin bir kombinasyonu gibi görünmektedir. Leiper ise çekicilikleri, önem derecesine göre 'birincil, ikincil ve üçüncül çekicilikler' olarak sınıflandırmıştır (Leiper, 1995: 146).



Şekil 1.2. Turist çekiciliklerinin özellikleri

***Kaynak:** Weaver, D. ve Lawton, L. (2010). Tourism Management (4th edn.), Milton, Queensland: Wiley. (akt. Edelheim, 2015).

1.3. TURİST ÇEKİCİLİKLERİNİN TANIMLARI

Turist çekiciliğiyle ilgili yapılan birçok tanımın altında yatan özellik, tanımların yönetim amaçlı oluşturulması ve bir şeyi yönetebilmek için de yönetilen şeyin ne olduğuna dair bir fikir birliğinin sağlanmasıdır. Dewhurst ve Dewhurst (2006), çekicilikler ile ilgili tanımların 'fikir birliğinden eksik' olduğunu belirtmektedir. Yale'in (2004), sıradan çekicilik tanımları ile ilgili tespit ettiği problemler şunlardır:

- Tüm çekicilikler adlandırılmamaktadır,
- Tüm çekicilikler yerleşik (sabit) değildir,
- Çekiciliklerin belirli yönleri daima kontrol edilemeyebilir ya da yönetilemeyebilir,

- Bir çekiciliği oluşturan şeyin ne olduğu her zaman belli değildir – müsabakalar, alışveriş ve eğlence bir çekicilik unsuru olabilir ama aynı düzeyde değil.

Yale'in vurgulamış olduğu bu noktaları da göz önünde tutarak çekicilikle ilgili diğer yazarların yapmış oldukları tanımlara bakalım:

Tablo 1.2. Turist Çekicilikleri İlgili Tanımlar

Referans	Turist çekiciliği
Walsh-Heron and Stevens (1990: 2)	Ziyaretçi çekiciliği, bir bölgenin ayırt edici unsurudur. Bu unsur bir bütün olarak mekanın kendisi, etkinliğin gerçekleştiği yer ya da faaliyetin kendisi olabilir. Bir ziyaretçi çekiciliğinin unsurları şunlardır: <ul style="list-style-type: none"> • Ziyaretçiyi cezbetmekle başlar ve buna göre yönetilir. • Müşterilere boş zamanlarını geçirmek için eğlenceli ve keyifli bir deneyim sunar. • Bu potansiyeli gerçekleştirmek için geliştirilmektedir. • Müşterilerine memnuniyet sağlayarak bir çekicilik olarak yönetilmektedir. • Ziyaretçilerinin taleplerini, ihtiyaçlarını karşılamak ve meraklarını gidermek için uygun tesis ve hizmetler düzeyi sağlar. • Giriş ücreti olabilir ya da olmayabilir.
Inskeep (1991), Dewhurst ve Dewhurst (2006: 288)	En geniş anlamda ziyaretçi çekicilikleri, bir yerleşim biriminin iklimi ve doğal güzelliği ile aynı zamanda farklı kültürel kalıplar, yerel sakinlerin sıcakkanlılığı, özel etkinlikler ve perakende satış noktaları da dahil olmak üzere ziyaretçileri cezbetmek için hizmet eden her şey olarak tanımlanabilir.
Leiper (1995: 143)	Turistik çekicilik, üç unsurdan meydana gelen bir sistemdir: turist ya da insan unsuru, çekirdek veya merkez unsuru ve işaret (imge) veya bilgi verici unsurdur. Bu üç unsur birbiriyle bağlantılı olduğu zaman bir turist çekiciliğinden bahsetmek mümkündür.
Sears (1998: 3)	İnsanların ziyarete gittikleri mekanlardır. Aynı zamanda insanların hayal güçlerini harekete geçirmek ve onları seyahate teşvik etmek için bu mekanların sıra dışı mitolojik şeylerini görebilmek adına birtakım görsellerine ve tasvirlerine ihtiyaç duyar.
Ravenscroft vd. (1998: 5)	Turistik alanlar ve çekicilikler, alan olarak dünyanın tamamını değil bir kısmını temsil ettiği için tam anlamıyla ütopyik değildirler. Foucault' un birçok turistik çekiciliğin deneyimlenmesini tarif eden tanımlarda belirttiği gibi: bir tek gerçek mekanın içinde birçok zaman ve mekanın birden barınması (1986: 14).

Tablo 1.2. (Devam)

Deloitte (1999)	Turistik çekicilik, yerli veya yabancı turistlere, aynı zamanda sakinlerine mevsimsel ya da yıl boyunca planlanan bazda organize edilmiş eğlence, boş zaman aktiviteleri ve/veya eğitim gibi faaliyetler sunan bir ilgi alanıdır. Sınırlı bir zaman dilimi içerisinde yürütülen geleneksel spor, tiyatro veya film gösterimlerini, ya da özel etkinlikleri içermez.
Swarbrooke (2002: 4-5)	Genel itibarıyla çekicilikler tek ünite, ayrı ayrı alanlar ya da açık bir biçimde tanımlanmış ulaşılabilir küçük ölçekli coğrafi alanlar olma eğilimindedirler ve çok sayıda insanı, sıklıkla boş zamanlarında, evlerinden biraz uzaklaşıp seyahat etmeleri ve onları kısa ve sınırlı bir periyotta ziyaret etmeleri için harekete geçirirler. Bu tanım, bazen çekicilik olarak tanımlanan iklim gibi kontrol edilemeyen ve yönetilemeyen olguları dışlar. Bu yüzden bu tanım, sınırlandırılabilen ve yönetilebilen çeken varlıkları ifade eder.
Botha (2005: 103)	Çekicilikler, doğal ya da insan ürünü çevrelerde insanları seyahat etmeye teşvik eden doğal manzara, iklim, sıcak su kaynakları, olağanüstü flora ve fauna, binalar veya diğer mimari eserler, tarihi önem taşıyan sahneler, sanat yapıtları, eğlence ve eğlence yerleri vb. gibi kreasyonlar ya da olaylar veya festivaller, toplantılar ve spor müsabakaları gibi etkinliklerdir.
VisitBritain (2006: 13), Leask (2008: 8)	Çekicilik, giriş ücretinin sadece turistik amaçlı geziler için uygulandığı yerdir. Öncelikli amacı perakende satışın ya da spor, tiyatro veya film gösterilerinin yapıldığı yer olmaktan ziyade, eğlence, merak ya da eğitim olan kalıcı olarak kurulmuş bir seyahat destinasyonu olmalıdır. Her yıl yayınlanan dönemler için önceden rezervasyon yapılmaksızın halka açık olmalı ve günübirlik ziyaretçileri veya turistleri ve aynı zamanda yerel sakinleri cezbedecek durumda olmalıdır. Ayrıca çekicilik; gelir, istihdam vb. konulardaki ekonomik sorulara cevap verebilme kapasitesine sahip olabilmesi için tek bir yönetim altında tek bir işletme olmalıdır.
Weaver ve Lawton (2010: 148)	Turistleri cezbeden bir destinasyonun genel ve özel özellikleri; bazı çekicilikler, hepsi değil turizm endüstrisinin bir parçasıdır.
Sjöholm (2010: 161)	Turist çekiciliği, sosyal bir yapıdır ve bu süreçte birçok faktör bulunmaktadır. Olay sadece pratik ve ekonomik değerlendirmeler ile değil aynı zamanda ziyaretçilerin beklentileri de burada söz konusudur. Ziyaretçiler, gidilen yerle ilgili daha önceki yaşanılmış değişik tecrübelerden etkilenirler.

***Kaynak:** Edelheim, J. R. (2015). Tourism and Cultural Change, *Tourist Attractions: From Object to Narrative*, Channel View Publications: Bristol, Buffalo, Toronto.

1.4. TURİSTİK ÇEKİCİLİK BÖLGELERİ/KÜMELERİ/KOMPLEKSLERİ

Birçok yazarın vurguladığı özellik, turistik çekiciliklerin tek başlarına pek de bir şey anlam ifade etmedikleridir. Çekicilikler, genellikle daha geniş çekicilik kümelenmelerinin bir parçasıdır. Bu durum kısmen Leiper'in birincil, ikincil ve üçüncül çekirdekler tanımıyla örtüşmektedir. Birincil çekirdekler, turistlerin ziyaret etmek için uzun mesafeler kat ettiği ikonik çekicilikler iken ikincil çekirdekler, turistin seyahatten önce birincil çekirdekteki çekicilik unsurlarını bildiği ancak bu unsurların tek başlarına seyahat etmeyi garantileyecek kadar etkili olmadığı çekiciliklerdir. Üçüncül çekirdekler ise, turistlerin bir destinasyonu ziyarete giderken ya da ziyareti gerçekleştirdiği esnada veyahut oradan dönerken keşfettikleri çekiciliklerdir ve bu çekicilikler, geziden önce turistin bilmediği unsurlardır (Leiper, 1995: 146).

Bölgeler ya da çekiciliklerin kümelenmesi açısından tekil çekiciliklerin bir turisti seyahat etmeye motive edecek kadar cazip olamayacağı, ancak kombinasyon içerisindeki sinerjik bir etki, o yeri boş vakit geçirmek için yeterince cazip kılabilmektedir (Leiper, 1995: 148). Aynı zamanda Leiper'la birlikte diğer yazarlar da 'çekicilik bölgelerini' benzer biçimde tartışmışlardır:

Tablo 1.3. Çekicilik Bölgeleri

Referans	Turizm kümelenmeleri, kompleksleri ya da bölgeleri
Gunn (1988: 51-52)	Çekicilikler daha büyük kompleksler olarak gruplandırıldığında, daha küçük, izole edilmiş çekiciliklerden daha iyi gelişirler. Büyük bir tek kompleks, dağınık haldeki daha küçük birçok cazibe merkezinden daha verimli bir şekilde tasarlanmakta ve kontrol edilmektedir.
Jansen-Verbeke ve van der Wiel (1995: 139)	Turistik çekim sisteminin ve onun mekansal etkileri analizinde, kümelenme ve ağ kavramı öne sürülmektedir. Buradaki küme kavramı, kentlerde yaşayan belirli grupları çeken turizm, rekreasyon ve diğer aktivitelerin farklı ve tamamlayıcı ürün unsurlarının mekansal yoğunlaşması olarak anlaşılmaktadır.
Dietvorst (1995: 165)	Turistik bir ürünün çeşitli öğeleri enformasyona, imaja, tercihe ve sunduğu fırsatlara göre bir araya getirilir. Ziyaretçiye aktiviteler, birbiriyle bağlantılı görünmekte ve aktivitelerin birbirine yakın olması gerekmektedir; aktivitelerin bir arada olması ayrı ayrı olmasından daha fazla çekicilik oluşturur. Çekim merkezlerine ve tesislere ilişkin bu mekânsal özel kombinasyonlar, kompleksler olarak adlandırılır. Turistik ürün kompleksi, mekansal olarak farklılaşmış bir bütündür ve farklı mekansal ölçeklere sahiptir.

Tablo 1.3. (Devam)

Leiper (1995: 147-148)	Bir yerin tek başına bir özelliği, belirli turist ya da turist grupları için çok özel olabilir. Ancak günümüzde çoğu turist için bir yerin kümelenmiş haldeki özellikleri, tek bir özellikten daha önemlidir. Çoğunlukla tek bir baskın özellikten ziyade kümelenmiş çekiciliklerin yarattığı sinerjiden dolayı, turistlerin bir araya geldiği bir kasaba ya da şehirdeki küçük bir bölgeyi ifade eden turistik bölge tanımının kullanılması daha yararlı olacaktır.
---	---

Kaynak: Edelheim, J. R. (2015). *Tourism and Cultural Change, Tourist Attractions: From Object to Narrative*, Channel View Publications: Bristol, Buffalo, Toronto.

1.5. İTME YERİNE ÇEKME STRATEJİSİ (PUSH AND PULL FACTORS)

Ziyaretçilerin bir tatil destinasyonu seçimine ilişkin motivasyonlarına dönük yapılan önceki tartışmalar, bu motivasyonların "itme" ve "çekme" faktörlerine göre sınıflandırılabilirliğini ileri sürmektedir (Dann, 1977; Crompton, 1979; Epperson, 1983; McIntosh & Goeldner, 1990). İtici faktörlerin çıkış noktası, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisine dayanmaktadır (Mayo & Jarvis, 1981) ve motivasyonel sistemdeki dengesizlik veya gerginlik durumundan dolayı ortaya çıkan motivasyon faktörleri veya ihtiyaçları olarak tanımlanmıştır (Dann, 1977; Iso-Ahola, 1982; Kim, Lee, Klenosky, 2003). Örneğin Gray (1970), seyahat tutkunları ile ilgili ilk sınıflandırmasında sırasıyla iki turist çeşidi tanımlaması yapmıştır: Yeni ve farklı şeyler görme arzusu olan *Wanderlust* (itici faktör) ve bulunduğu ortamdaki daha cazip gelen yerlere gitme arzusu olan *Sunlust* (çekici faktör). İkinci grupta yer alan turist tipi, destinasyonun sunduğu imkanları tercih ederken birinci gruptaki ise destinasyonun kültürlerine, insanlarına ve peyzajına önem verir.

Dann (1977), insanların turizme katılma eğilimine yol açan motivasyonel faktörlerin "kaçma" ve "başarma" arzusu olarak sınıflandırılabilirliğini ileri sürmüştür. Bunlardan *kaçma arzusu*, insanların günlük yaşamlarını sürdürdükleri mekanlardan farklı çevrelere gitmesine yol açan itici faktörlerle ilgili iken *başarma arzusu* da, insanları belli başlı bazı destinasyonları kendi isteklerine göre tercih etmeye götüren çekici faktörlerle ilgilidir (Fodness, 1994). Öte yandan Crompton (1970), ziyaretçilerin bir tatil beldesini seçmesine yardımcı olan yedi tane sosyo-psikolojik ve iki tane alternatif kültürel güdü tespit etmiştir ve bunlar olağan çevreden kaçma, kendini keşfetme ve değerlendirme, dinlenme, prestij, geçmişi arama, akrabalık ilişkileri, sosyal

etkileşim olanakları, yenilik arayışı ve eğitimidir. Iso-Ahola (1982), *kaçış ve arayışın* seyahat tutkunlarının seyahat etmelerindeki iki önemli güdü olduğunu saptamıştır.

Yakın zamanlarda, ulusal parklar bağlamında, Kim vd. (2003), sırasıyla etki alanı geniş olan dört itici faktör saptamıştır. Bunlar; aile birlikteliği ve öğrenim görme, doğal kaynaklarını değerlendirme ve sağlık, rutin işlerden kaçma ve macera ve arkadaşlık kurmadır. Bu nedenle mevcut çalışmalar, kaçış, yenilik arayışı, sosyal etkileşim ve prestij gibi genel itici faktörlerden bahsetmektedir. Bu faktörler, turistlerin bir yeri başka bir yere neden tercih ettiğini, ne tür bir deneyim aradıklarını ve istedikleri faaliyet türlerinin ne olduğunu açıklama eğilimindedir (Ryan, 1991).

Çekici faktörler ise insanların ne zaman, nereye ve nasıl seyahat edeceklerini etkileyen faktörler olarak tanımlanmaktadır (Mill & Morrison, 1985) ve bu faktörler, destinasyonun kendi özellikleri, çekicilikleri ve nitelikleriyle ilgilidir (Klenosky, 2002). Bir destinasyona ait özellikler çoktur ve bir destinasyondan diğerine farklılık göstermektedir (Gallarza, Saura, & Garcia, 2002; Kozak, 2002). Mevcut araştırmalar, ‘sosyal olanaklar, doğal ve kültürel çekicilikler, fiziksel olanaklar ve altyapı, gece hayatı ve eğlence’ gibi faktörlerin destinasyon seçiminde önemli faktörler olduğunu ortaya koymaktadır (Fakeye & Crompton, 1991; Hu & Ritchie, 1993; Kim vd., 2003). Bu yüzden destinasyon seçimi, turistlerin destinasyon özellikleri ve algılanan fayda değerlerine ilişkin değerlendirmelerinden kaynaklanmaktadır (Kim vd., 2003). Bununla birlikte Klenosky (2002), ‘plajlar ya da cana yakın yerli halk’ gibi çekici faktörlerin önemini ve anlamını çok farklı kaynaklardan sağlayabileceğini ve dolayısıyla çekici faktörlere ilişkin güdülerin her bir ziyaretçi için farklı olabileceğini öne sürmektedir.

Tablo 1.4. Turizm Motivasyonlarının ‘İtme-Çekme Dinamikleri’

Kişisel Dinamikler	Destinasyon Dinamikleri
İtici Faktörler	Çekici Faktörler
Güdüler	Destinasyon nitelikleri ve sunduğu imkan çeşitleri
Kaçma	İklim
Dinlenme ve huzur	Tarihi alanlar
Özsaygı	Doğal güzellik
Prestij	Güneşli gün sayısı
Sağlık ve zinde olma	Karlı gün sayısı
Macera	Plajlar

Tablo 1.4. (Devam)

Sosyal etkileşim	KÜLTÜREL FAALİYETLER
Fayda	Rekreasyonel faaliyetler
Merak	Ulaşılabilirlik
Sosyo-ekonomik ve demografik faktörler	Güvenlik ve emniyet
Yaş, Cinsiyet, Gelir, Eğitim, Meslek, Etnik Grup, Medeni Durum.	Mevsimsellik durumu
Pazara ilişkin sahip olduğu bilgi	Pazarın imajı
	Oluşturulan negatif/pozitif destinasyon imajı
	Hizmet kalitesi
	Altyapı/üstyapı kalitesi

Kaynak: Uysal, M. and Hagan, L. A. (1993). Motivations of pleasure travel and tourism. In M. Khan, M. Olsen and T. Var (Eds.), *VNR's Encyclopaedia of Hospitality and Tourism*, (pp. 798–810). New York: Van Nostrand Reinhold.

1.6. ÇEKİCİLİK UNSURU OLARAK KÜLTÜR VE KÜLTÜR TURİZMİ

1.6.1. Kültür Kavramı

Sosyal bilimler alanında çok tartışılan ve nicel olarak tanımı çok fazla yapılan bir sözcük olan kültüre yönelik çalışmalarda, Alfred Kroeber ve Clyde Kluckhohn'un 164 farklı kültür tanımlaması yapmalarının '*kültür kavramı*' nin ne denli zor ve karmaşık bir alan olduğuna dikkat çekmektedir. *Kültür* kelimesini tanımlanması en güç kavramlardan biri yapan şey; birbirinden farklı düşünce sistemlerinde ve entelektüel disiplinlerde önemli kavramlar için kullanılmaya başlanmasıdır. Majuyev, kültür kavramına dönük terminolojik çeşitliliğin nedenini, kavramın sadece bilimsel bir derinliğe sahip oluşuyla değil aynı zamanda toplumsal ve tarihsel derinliğe de sahip oluşuyla açıklamaktadır (Oğuz, 2011: 125).

Kültür sözcüğünü tanımlamadaki güçlük, onun çok anlamlı oluşunda ve etimolojik kökenine ilişkin tartışmalarda yatmaktadır. Kavramın etimolojik/tarihsel kökenine ilişkin olarak Oğuz (2011: 124) şunları dile getirmektedir:

"Kültür kelimesinin ortaya çıkışına yönelik görüşler kelimenin tarımla ilgili kök anlamı üzerinde birleşmektedir. Dilbilimciler "kültür" sözcüğünün Latince'de daha çok toprak kültürü anlamında kullanılan edere-cultura sözcüğünden geldiğini ileri sürmektedirler. Bu görüşü destekler nitelikteki bir diğer çalışmada ise kültür kelimesinin kökeninin Latince ikamet etmek, yetiştirmek, korumak gibi anlamları olan colere kök

sözcüğünden gelen cultura olduğu belirtilmektedir. Colere; işlemek, onarmak, inşa etmek, bakım ve özen göstermek, ekip biçmek iyileştirmek, eğitmek vb. anlamları birlikte içeren çok zengin bir anlam içeriğine sahiptir. Bu fiilden üretilen cultura terimi, ilk kez tarımsal etkinlikleri nitilemekte kullanılmıştır. Romalılar cultura terimini doğada kendiliğinden yetişen bitkilerden ayırmak üzere, insan emeği ve eliyle tarlada ekilerek yetiştirilen bitkileri adlandırmakta kullanmışlardır. Bugün de tarla, sera ve laboratuvar koşullarında yetiştirilen bitkilere kültür bitkisi adı verilmektedir. Türkçede kültür teriminin karşılığı olarak önerilen ekin terimi de colere fiili esas alınarak türetilmiştir. Kültür kelimesinin tarımla ilgili kök anlamının sonraları ona yüklenen diğer anlamları ve kullanımları etkilediğini belirtmektedir.”

Kültür insan yapısıdır ve insanın yaptığı her şey kültürün bir parçasıdır. Kültür, insanın ürettiği her şey ise, hangi maksatla olursa olsun, üretilmiş tüm ürünler, eserler, basit araçlar kültürün içinde yer alır (Fichter, 2012: 152). Kültür bir zamansal süreç işidir. Bu zaman süreci içerisinde toplumda üretilmiş olan ve toplumun öteki üyeleri ile paylaşılan maddi ve manevi tüm ürünleri, nesnelere, değerleri ve gelenekleri içerir (Newman, 2013: 49).

Edward. B. Tylor’un kültürle ilgili yaptığı tanım, en çok benimsenen bir tanımdır. Tylor’a göre kültür: *“Toplumun bir üyesi olarak insanoğlunun kazandığı bilgi, sanat, ahlak, gelenekler ve benzeri diğer yetenek ve alışkanlıkları kapsayan karmaşık bir bütündür.”* (Güvenç, 1985: 22). Bu tanımda kültürün öğrenilen bir değer, önceki kuşaklardan devralınan bir miras olduğu göze çarpmaktadır. Açıkçası kültürün en önemli özelliklerinden birisi, geçmişten aktarılması, mevcut halde yaşanması ve sonraki nesillere aktarılmasıdır. UNESCO’nun yapmış olduğu kültür tanımı ise şöyledir: *“En geniş anlamıyla kültür, bir toplumu ya da toplumsal bir grubu tanımlayan belirgin maddi, manevi, zihinsel ve duygusal özelliklerin bileşiminden oluşan bir bütün ve sadece bilim ve edebiyatı değil, aynı zamanda yaşam biçimlerini, insanın temel haklarını, değer yargılarını, geleneklerini ve inançlarını da kapsayan bir olgudur.”* (UNESCO, 1982).

Güvenç, *“İnsan ve Kültür”* isimli çalışmasında kültürün belirli yön ve özelliğini vurgulayan tanımlamalara değinmiştir. Örneğin Sapir, sosyal miras ve gelenekler çerçevesinde kültürü *“varlığımızın yapısını belirleyen, sosyal bir süreçle öğrendiğimiz uygulama ve inançların, maddi ve manevi öğelerin birliğidir”* şeklinde tanımlamıştır (Güvenç, 1984: 101). Kültürü idealler, değerler ve davranışlar olarak açıklayan Sorokin,

“kültür, sosyo-kültürel evrendeki açık seçik eylemlerin ve araçların ortaya koyduğu ve nesneleştirdiği anlamlar, değerler, kurallar, bunların etkileşim ve ilişkileri, bütünleşmiş ve bütünleşmemiş gruplarıdır” der (Güvenç, 1984: 101). Kültürü eğitim kavramı çerçevesinde açıklama eğilimindeki tanımlardan bazıları kültürü, “toplumsal olarak öğrenilen ve aynı yoldan yeni kuşaklara aşılana davranış örüntüleri veya kalıplarıdır” biçiminde tanımlayarak eğitim ve kültürel miras yönünün ön plana alındığını göstermektedir. Kültürün bir sembol olduğunu belirten tanımlar ise, kültürü daha çok üretilmiş nesnelere ve ürünler üzerinden tanımlama eğilimindedir. White’ın yapmış olduğu tanım buna örnektir: “Kültür, maddi öğelerin, davranışların, düşüncelerin ve duyguların simgelerden oluşan sembol ya da sembollere dayalı bir örgütlenmesidir” (Güvenç, 1984: 101).

Kroeber ve Kluckhohn’un yapmış oldukları çalışmada o zamana kadar kültürle ilgili yapılan tanımların altı farklı yaklaşım altında sınıflandırıldığı belirtilmektedir (Smith, 2001: 2-3; Oğuz, 2011: 131):

1. **Betimsel tanımlar:** Bu tanımlar kültürü, sosyal hayatı oluşturan önemli bir olgu olarak görmekte ve kültürü oluşturan alanları betimlemektedir. Mesela; Tylor, 1871 yılında yaptığı tanımda kültür ya da uygarlık ifadesini kullanırken bilgi, kanunlar, inanç, sanat, ahlak, gelenekler ve toplumun bir üyesi olarak bireyin sahip olduğu diğer özellikleri kapsamaktadır. Tanımdan da anlaşılacağı üzere, bu tanımda hem düşünceler (ahlak, sanat, kanunlar) hem de davranışlar (gelenekler, alışkanlıklar) yer almaktadır.
2. **Tarihsel tanımlar:** Kültürü kuşaktan kuşağa aktarılan bir miras olarak görmektedir.
3. **Kuralcı tanımlar:** İki şekilde karşımıza çıkmaktadır. İlki, kültürü insanların davranışlarına şekil veren bir kurallar bütünü olarak görmektedir; ötekisi ise davranışları es geçerek değer yargılarının rolü üzerinde durmaktadır.
4. **Psikolojik tanımlar:** Kültürü, insanlar arasında iletişim sağlamada, öğrenmede ve duygusal ihtiyaçlarını gidermede yardımcı bir araç olarak görmektedir.
5. **Yapısalcı tanımlar:** Kültürün ayırt edilebilir özelliklere sahip olduğunu ve bu özellikler arasında bir ilişkiler bütünü olduğuna dikkat çekmekte ve kültürün kemikleşmiş davranışlardan farklı bir soyutlama olduğunu savunmaktadır.

Genetik tanımlar: Kültürün nasıl ortaya çıktığı ve varlığını sürdürdüğüne yönelik yapılan bu tanımlar kültürü, insanlar arasında nesiller boyu süregelen etkileşimin bir ürünü olarak görmektedir.

1.6.1.1. Kültürün  zellikleri

Kültür kavramının niteliklerini, özünü ve biçimlerini içine alan tanımlama çalışmaları; kültürün ne olup olmadığı, onun bazı özellik ve ilkeleri üzerinde ayrıntılı durulup açıklanması yoluna gitmeye neden olmaktadır. Güvenç'e göre kültürün özellikleri aşağdaki gibi gruplandırılabilir (Güvenç, 1984: 102-107):

1. Kültür, toplumdaki her bir üyenin doğumundan sonra yaşayarak kazandığı ve öğrendiği bilgi, davranış ve alışkanlıklardır. Yani kültür doğuştan değil, toplum aracılığıyla öğrenilir. Örneğin Türklerin domuz eti yememeleri ancak Avrupalıların bu konuda farklı yaklaşım içinde olmaları, kültür pratiklerinin sonucu olarak şekillenmiştir.
2. Kültür, dil vasıtasıyla nesilden nesile aktarılabilen bir özellik taşır. Bu sayede insanoğlu yaşayarak edindiği tecrübeleri kendisinden sonraki kuşaklara aktarmış ve varlığını sürdürmeyi başarmıştır. İnsanlar nesiller boyu değiştiği halde kültürün süreklilik özelliği göstermesi, onun özellikle dil aracılığıyla yeni kuşaklara aktarılmasıyla gerçekleşmektedir.
3. Kültürün  ğretileri toplumdan topluma değişir. Bir toplumun sürekliliğinin olması demek, o toplumun sahip olduğu, oluşturduğu ve paylaştığı alışkanlıkların sürekli olması anlamına gelmektedir. Bir grubun  yeleri tarafından paylaşılan alışkanlıklar, kabul edilen davranış, tutum ve değerler o grubun kültürüdür. Bu bağlamda, toplumun aile, mahalle, köy, kasaba gibi alt birimlerinin sahip oldukları farklı kültür birikimlerine toplumun alt kültürleri denebilir. Bütün kültürler varlıklarını devam ettirebilmek için topluma bağlı olma noktasında benzer yapıyı paylaşırlar.
4. Kültür, toplumsal yaşamda meydana gelen bir öge olmakla beraber aynı zamanda bu kültürel dokunun içerisinde bireysel tutum ve davranışlar da önemli yer tutmaktadır. İnsan davranışları her ne kadar toplum içerisinde  ğrenilse de daima toplumun öğrettikleri ile uyuşmayabilir. Bu, kültürün

değişen doğasına yönelik bir özellik sergiler. Kültürün değişebilir boyutu, insanların zaman içerisinde kültürel alışkanlıklarını, yaşama tarzlarını değiştirdiklerini yansıtmaktadır. Örneğin kadınların oy kullanma hakkı yüzyıl öncesine kadar yasak iken günümüzde bu durum giderek ortadan kalkmaktadır.

5. Kültür, yaşamsal (biyolojik) ve toplumsal (sosyolojik) gereksinimleri karşılayan, işlevsel bir unsurdur. Zamanla toplumsal tatmin düzeyi ve alışkanlıkları pekiştiren denenmiş çözüm yolları, yaşamsal gereksinimlerin evrensel olması münasebetiyle bu ihtiyaçları karşılayan kurumların da belli ölçülerde benzer olmasını kaçınılmaz kılmaktadır. Örneğin her kültürde aile, temel ihtiyaçları karşılayan bir kültürel yapıdır, yine aynı şekilde tüm kültürlerde evlilik, cenaze merasimleri kültürel evrenseldir.
6. Kültür, her ne kadar bütünleştirici bir özelliğe sahip olsa da ayrıştırıcı güce de sahiptir. Toplumsal boyutta uyum içinde olan kültürler, bütünleşme eğilimi gösterirler. Tarihi, çevresel etkenlere ve çelişkilere açık olan kültürler ise çözülme, yani ayrışma eğilimi içerisindedir. Milli kültür, evrensel kültür şeklindeki tartışmalar, zaman zaman kültürün içerisinde yaşanan tartışmalardır. Ülkemizde Batılı yaşam tarzının tartışılıyor olması, kültürün hem bütünleştirici hem de ayrıştırıcı bir boyuta sahip olduğunu göstermektedir.
7. Kültür varlığı, bütünüyle maddi veya nesnel bir varlık değildir. Tıpkı yeryüzü şekillerini ve engebelerini simgeleyen bir coğrafya haritası nasıl bir soyutlama ise, kültür kavramı da gerçeğin bir soyutlamasıdır.

1.6.1.2. Kültürün İşlevleri

Kültür, kendini oluşturan temel ve yardımcı kurumlar vasıtasıyla bir toplumun sosyal gereksinimlerini karşılar. Toplumu meydana getiren her kurum bireylerin temel ihtiyaçlarını karşılamak üzere yapılaşmıştır. Bu ihtiyaçları karşılamak için toplum içindeki aile, eğitim, ekonomi, siyaset, din ve boş zamanları değerlendirme kurumları, kurumsallaşmış davranış biçimlerine sahiptir. Ancak bir bütün olarak kültür, daha genel ve daha kapsayıcı özelliklere sahiptir (Aslan, 2016: 245). Fichter'in saptamalarına göre, kültürün insan ve toplum hayatı üzerindeki işlevleri şunlardır (Fichter, 2012: 159-160):

1. İnsanlara nasıl davranmaları gerektiği konusunda bir çerçeve sunması, kültürün en önemli işlevlerinden biridir. Toplumda dahil olan bireyler kültür vasıtasıyla neyi nasıl yapacaklarını bilirler. Bu bakımdan kültür, toplumda bir yaşama deseni sağlamaktadır.
2. Kültür, bir toplumun değerlerini içerir, bir araya getirir ve yorumlar. Bir kültürde insanlar neyin uygun olup olmadığını, neyi yapıp yapmayacaklarını kültür aracılığıyla öğrenirler. İnsanların kültürlerine olan bağlılıkları o kadar güçlü olur ki, kendi kültürleri dışındaki diğer kültürlerle karşı farklı bir önyargının gelişmesine yol açar. Yani kendi dışındaki kültür ya da kültürleri tuhaf ve yabancı bulur. Bu durum, kültürün kişinin yaşantısında oynadığı etkili rolü gösterir.
3. Kültür aynı zamanda sosyal dayanışma için bir temel teşkil etmektedir. Kültür vasıtasıyla insanlar, yalnız gelenekler ve sembollere karşı yatkınlık hissetmezler aynı zamanda o kültürü oluşturan insanlara karşı da bir yakınlık hissederler. Bunu sağlayan vatanseverlik, bayrak, din gibi temel kültürel unsurlar, insanlar arasında sadakat ve dayanışma duygusunu artırır. Kültür tanımı, kişilerin değer verdikleri ortak hedefler için birlikte işlevde bulunmalarına olanak sağlar.
4. Kültür bir toplumun 'hüviyet kartı' gibi işlev görür. Bir İngiliz'i Fransız'dan, Türk'ü Kanadalıdan, Sudanlıyı Japon'dan ayıran kültür, daha somut ve daha bilimsel bir unsurdur. Sosyal gerçeklikleri anlamada kültür önemli gözlemler sunabilir. Bir sosyoloji öğrencisi için ülkesindeki yaşlı turistlerin genellikle 'yabancı' olması, kültürle ilgili bir ayrıntıyı yansıtır.
5. Her kültürün sosyal kişiliğin oluşmasında dominant bir faktör olması, belki de kültürün en önemli işlevidir. Her sosyal kişiliğin bir kültürün ürünü olduğu gerçeği oldukça önemlidir. İnsanlar birbirleriyle benzer olmamakla birlikte içinde yaşadıkları kültürün 'damga'larını taşırlar. Bu yüzden 'tipik' bir Alman, Türk veya Arap kimliğinden bahsetmek mümkün olabilmektedir.

1.6.2. Turizm Kavramı

İnsanoğlu tarihin her döneminde değişik amaçlarla sürekli yaşadığı yerden başka bölgelere seyahat etmiştir. İlkçağda yapılan seyahatlerin amacı, şifa bulma (sağlık) iken

ortaçağdaki seyahatlerin amacı ibadet olmuştur. Bu durum yeniçağda yerini sanat ve eğitim amaçlı seyahatlere bırakmıştır (İçöz, 2009). Günümüzde ise seyahatler, önceki dönemlerde yapılan sağlık, inanç ve eğitim amaçlı seyahatlerle birlikte, kültür, alışveriş, dinlenme ve özel ilgi amaçlı olarak çeşitlilik göstermektedir (Usta, 2014).

Turizm faaliyetlerinin gelişmesinde önemli rol oynayan olayları iki ana başlıkta incelemek mümkündür. Bunlardan ilki, Endüstri Devrimi öncesi yaşanan gelişmeler; ikincisi de Endüstri Devrimi sonrası yaşanan gelişmelerdir (Akgündüz, 2016: 31). Endüstri Devrimi öncesinde seyahat etme; Eski Mısır, Yunan ve Roma uygarlıklarında zengin sınıfa özel bir faaliyet olarak kabul edilirken Ortaçağda bu durum, kutsal yerlere yapılan seyahatlere dönüşmüştür. XVII. ve XVIII. yüzyılda ise ‘Grand Tour’ olarak adlandırılan soylu ailelerin çocuklarına iyi bir eğitim sağlamak amacıyla eğitim seyahatleri yaygınlık kazanmıştır. Aydınlanma çağını başlatan Rönesans Döneminde de İtalya başta olmak üzere sanatsal çalışmaların yaygınlaştığı ülkelere dönük seyahatlerde artış olmuştur (Yıldız, 2011). Endüstri Devrimi sonrasında ise üretim yöntem ve tekniklerinin değişmesi ile boş zamanın artması, gelirdeki artış ve eğitim seviyesindeki yükselme ile beraber turizm bilincinin kazanılması, ücretli tatil hakkı, seyahat hürriyeti, teknolojik gelişmeler, kentleşme, nüfus artışı ve kirlilik gibi birçok faktör, içerik olarak turizm faaliyetlerinde farklılaşmaların görülmesine neden olmuştur (Kozak, Kozak ve Kozak, 2014).

Turizm kavramı etimolojik olarak eski bir geçmişe sahiptir. Latince dönme, çevreyi dolaşmak, geri dönmek anlamına gelen ‘tornus’ kelime kökünden türetilmiş olan (Usta, 2014: 1) turizm kavramı üzerinde birçok farklı tanım ortaya atılmıştır. Bununla birlikte turizmin öznesinin insan olması ve sosyal, politik, ekonomik ve psikolojik pek çok faktörün bir araya gelmesiyle turizmin oluşmasından ötürü şu an bile kapsamlı bir tanımın varlığından söz etmek çok da mümkün görünmemektedir (Kozak ve Bahçe, 2012: 1).

Tarih öncesi döneme kadar uzamasına rağmen turizm faaliyetleri ile ilgili tanımlar, son yüzyılda ortaya çıkmıştır. 1905 yılında Guyer-Feuler tarafından yapılan tanım, turizmle ilgili bilinen ilk tanım özelliği taşımaktadır. Guyer-Feuler turizmi, *“gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan*

ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirine daha çok yaklaşmasına olanak veren modern çağa özgü bir olay” olarak tanımlamıştır (Akt. Çoruh, 1979). Avusturyalı Ekonomist Herman von Schullard ise, 1910 yılında yayınladığı ‘*National Economy and Statistics*’ adlı kitabında turizmi, “bir ülkenin, şehrin ya da bölgenin dışına ya da içine yabancıların girmeleri, hareketleri ve kalmaları ile doğrudan ilgili olan ekonomik özellikteki temel düzenlemelerin bir toplamı” olarak ifade etmiştir (Akt. Kozak vd. 2014). Bu tanım bize turizmin ekonomik özelliği ile ulusal ve uluslararası turizm arasındaki farkı da göstermektedir. Turizmi, her insanın doğasında az ya da çok bulunan, bulunduğu yerden kaçma (uzaklaşma) isteğinin karşılanması ve bu uzaklaşma isteğinin sebep olduğu insan eylemlerinin toplamı olarak ifade eden Meyer (Akt. Dinçer, 1993), yaptığı bu tanımla insanları turizm faaliyetlerine yönelten nedenler üzerinde durmuştur. Turizme yönelik yapılan bu tanımlardan yola çıkarak turizmin özelliklerini şu şekilde özetlemek mümkündür (Usta, 2014: 7-8):

1. Turizm biri *dinamik* diğeri *statik* olmak üzere iki unsurdan oluşmaktadır.
 - a. Statik unsur, devamlı ikamet edilen, temel ihtiyaçların karşılandığı yerden ayrılan kişilere seyahatleri boyunca konaklamaları ve bu hizmeti sunan konaklama işletmelerini kapsamaktadır. Konaklama ise, kişilerin kendi ikametgahlarının dışında turizm amacına dönük yapılan tesislerden faydalanmayı ifade etmektedir.
 - b. Dinamik unsur ise, turistik amaçlı yapılan seyahatlerin kendisini ve buna hizmet eden ulaştırma sistemini ve araçlarını kapsamaktadır.
2. Turizmdeki seyahat etme olgusunun altında yatan gerçek, hiçbir şekilde ticari kazanç elde etmeye yönelik çabalardan oluşmamasıdır. Turizm merak, eğlence, dinlenme, spor, sağlık, inanç, akraba ve arkadaş ziyareti, kültür, kongre ve bulunduğu ortamdaki uzaklaşma gibi nedenlerden yapılmış olmalıdır.
3. Turizm, bacasız sanayi olma özelliğinden dolayı ekonomik yönü olan bir olaydır. Seyahat edilen ülkede yapılan harcamalar, döviz hareketleri ve ek ihracat özelliği turizmin ekonomik yönünü meydana getirmektedir.
4. Turizm, sosyal bir olaydır. Turizmin sosyal bir olay olma özelliğini kazandıran etkenler şunlardır:

- Turizm, sosyal çevre içinde gerçekleşmektedir.
- Turizmin öznesi hukuk, dil, din, ekonomi kurumlarında olduğu gibi insanlardır. Turizm faaliyetini gerçekleştirecek olan insanlardır; onlar olmadan bu faaliyetten de bahsetmek mümkün değildir.
- Turizm, rakamlarla ifade edilebildiği için ölçülebilen bir olaydır.
- Turizm, sosyal etkileşim yaratmaktadır.

Yapılan tüm bu açıklamalardan farklı olarak turizmi bir sistem olarak kabul eden Leiper (1997), turizm faaliyetinin gerçekleşebilmesi için en az bir turist, turist gönderen ülke/bölge, turist kabul eden ülke/bölge, seyahat esnasında transit geçilen ülke/bölge ve turizm endüstrisinin (ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence vs.) mevcut olması gerektiğini belirtmektedir. Yukarıda belirtilen unsurların herhangi birinin eksik olması gerçekleştirilecek etkinliği turizm kapsamından uzaklaştıracaktır (Akgündüz, 2016: 33).

1.6.3. Kültür ve Turizm Arasındaki İlişki

Turizmi besleyen başlıca ana kaynaklar doğal güzellikler, eğlence faaliyetleri ve kültürel zenginliklerdir. Doğal güzellikler içerisinde deniz, plaj, flora ve fauna, dağlar, milli parklar, doğal yeryüzü şekilleri (peri bacaları vb.), kaplıcalar, akarsular, göller, nehirler vb. yer almaktadır. Eğlence faaliyetleri ise, bulunulan mekana özgü ve etkinliğin türüne göre yapılan faaliyetlerdir. Örneğin otel veya motellerde yapılan animasyon gösterileri, eğlence merkezlerindeki sinema, tiyatro vb. faaliyetler ve spor tesislerindeki sportif faaliyetler gibi. Kültürel zenginlikler de ören yerleri, müzeler, tarihi ve arkeolojik eserler, el sanatları, halk oyunları, fuarlar, giyim-kuşam, dini ve milli değerler, örf, adet, gelenekler, misafirperverlik gibi değerlerdir (Çakır, 1999: 35).

Her ne kadar doğal güzellikler ve eğlence faaliyetleri insanlarda turistik amaçlı seyahat etme arzusu uyandırsa da özellikle kültürel zenginliklere olan merak oldukça artmıştır. Yani kültür, turizme yol açmıştır. İnsanlar amaçsız dolaşmadan ziyade öğrenme, görme, kendini geliştirme ve bilgilenme isteği gibi konularda artık daha bilinçli hareket ederek kültürel hedeflere yönelik seyahatler gerçekleştirmişlerdir (Usta, 2014: 83). İstatiki veriler bu artışı kanıtlar niteliktedir. Örneğin Dünya Turizm Örgütü'nün 2013 yılı verilerine göre dünya genelindeki toplam turist sayısının yaklaşık %37'si sanat, müzik, tarih ve dinsel vb. kültürel sebeplerle seyahat etmektedir (Ahmad,

2013). Yine yapılan araştırmalarda, Amerikalıların %70'inin Avrupa'ya seyahat etme nedeni olarak kültürel kalıntıları görmek sonucuna ulaşılmıştır (www.turizmhaberleri.com, 2017).

Görülüyor ki artık insanlar önceden çok da ilgi duymadıkları tarihi geçmişe, tarihi mirasa, değişik kültürel kimliklere ve onların oluşturdukları maddi ve manevi kültürel değerlere daha fazla ilgi göstermekte ve bu konular hakkında daha fazla araştırma yapmaktadırlar. Turizm bu yönüyle insanlara farklı kültür ve sanat varlıklarını tanıma, bakış aırlarında yeni bir boyut kazandırma ve geçmişle günümüz değerlerini karşılaştırma fırsatı vermiştir. Bu da aynı zamanda insanlarda kültürel varlıkları ve değerleri koruma, onlara sahip çıkma hissi yaratmıştır (akır, 1999: 35). Kısacası turizm ve kültür arasındaki ilişki, hem turistlere başka kültürleri tanıma fırsatı sunarak bilinçli bir biçimde kültürel amaçlı seyahatler gerçekleştirmelerine hem de turistleri kabul eden bölgedeki halkın bölge tarihine, tarihi ve kültürel değerlerin ve zenginliklerinin farkına vararak onları koruma altına alıp sürdürülebilir hale getirmelerine imkan tanımaktadır (Usta, 2014: 83).

1.6.3.1. Kültür Turizmi

Kültür ve turizm kavramlarının tanımlanmaları sonucu ikisi arasındaki ilişkinin ortaya çıkardığı olgu karşımıza “*kültür turizmi*” olarak çıkmaktadır. Öyle ki; çoğu turist kültür kavramının taşımış olduğu birçok özellikten dolayı, toplumlara ait kültürleri tanıma maksadıyla seyahat etmektedir (S Erz, 2016: 33). İnsanlar, kendilerinden önceki kuşakların oluşturdukları medeniyetlerin kalıntılarını görmek veya bıraktıkları kültürel izleri takip etmek arzusu içinde olduğu kadar kendi kültürleri dışındaki kültürlere de ilgi duymaktadırlar (Arınç, 2002 akt: Meydan Uygur ve Baykan, 2007: 33). Bu yüzden insanların kültürel amaçlı yaptıkları seyahatler kültür turizmi adı altında gerçekleştirilmektedir.

Kültür turizmi ile ilgili tanımlama çalışmaları ilk olarak Kanada'nın Ontaria kentinde 1969 yılında düzenlenen bir kongrede yapılmıştır. Dar anlamıyla kültür turizmi, kültürel motivasyonlar ile seyahat etmek olarak tanımlanmış, ardından çeşitli yazarlar tarafından kültür turizmine ilişkin farklı tanımlamalar yapılmıştır (Toskay, 1993 akt: Albayrak, 2013: 51).

Richard kültür turizmi kavramını iki boyutta ele almıştır. Birinci boyut olarak kavramsal açıdan kültür turizmini: “*Bireylerin kültürel ihtiyaçlarını tatmin etme amacıyla yeni bilgi ve deneyimler edinmek için ikamet ettikleri yerden kültürel cazibe merkezlerine olan seyahatleridir*” şeklinde tanımlamıştır. İkinci boyut olarak da teknik açıdan kültür turizmini şu şekilde tanımlamıştır: “*Bireylerin ikamet ettikleri yerden kültürel bölgelere, kültür ve sanat gösterilerine, sanat ve tiyatro gibi özel kültürel çekiciliklere olan seyahatleridir*” (Richards, 1996: 24; Richards ve Munsters, 2010: 15; Duhme, 2012: 5; Zhang, 2011: 9).

Mehrhoff’a göre kültür turizmi, ziyaretçilerin gittikleri yerlerdeki tarihi ve bir millete ait değerleri görmesi ve tanınmasıdır (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002).

Batman ve Çınar Oğuz, kültür turizmini bir turizm çeşidi olarak; kişilerin kültürel açıdan zengin olan yöreleri görmek, zamana karşı direnci kırılma eğiliminde olan yaşam biçimlerini öğrenmek ve izlemek, kültürel değerleri bir hatıra olarak muhafaza etmek amacıyla yaptıkları geziler biçiminde tanımlamışlardır (Batman ve Çınar Oğuz, 2011). Geziye katılan insanlar özellikle şehrin stresli, bozuk ve çarpık yaşam biçiminden uzaklaşarak daha doğal ve sakin kırsal yerleşim yerlerine giderek oradaki yerel halkın yaptıkları yöresel lezzetlerini tatmak, geleneksel festivallerine katılmak, yöresel oyunlarını ve gösterilerini izlemek ve işlemiş ve yapmış oldukları el sanatlarını görmek istemektedirler (Avcıkurt, 2003: 10).

Ivanovic, kültür turizmindeki kültürel kaynağın ise; kültürel turizme olumlu katkı yapan bir ülke, bölge ya da alan içinde mevcut somut veya somut olmayan herhangi bir kültürel özelliğinin olduğunu ifade etmektedir (Ivanovic, 2008 akt: Zhang, 2011: 10).

Dünya Turizm Örgütü’nün 1985 yılında yapmış olduğu kültür turizmi tanımı ise şöyledir: “*Esas itibarı bireylerin eğitim, sahne sanatları ve kültürel turlar, festivaller ve diğer etkinlikler için seyahati, sit alanlarına ve anıtlara ziyaretleri, doğal, folklorik ya da sanat ve hac için yapılan inceleme seyahatleri gibi kültürel motivasyon sağlamak amacıyla yaptıkları hareketlerdir*” (WTO 1985: 131; Mckercher ve du Cros, 2002 akt: Zhang, 2011: 9).

Her toplumun ya da bölgenin kendine özgü, eşsiz bir kültürü vardır. Bu kültür başka bir yerde üretilemez ve yaşanamaz. Bu yüzden doğal ortamda görülmeli ve kültür

turisti de o kültürün var olduğu yere gitmelidir. Bu sebepten dolayı kültür, turizm talebi yaratır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2009: 145).

Kültür turizminin geniş kapsamlı tipolojisi aşağıdaki tabloda gösterilmektedir (Smith, 2003: 31):

Tablo 1.5. Kültür Turizmi Tipolojisi

Miras siteleri	Arkeolojik kazı yerleri, bütün kasabalar, anıtlar, müzeler vb.
Gösteri sanatları mekanları	Tiyatro, konser salonları, kültür merkezleri vb.
Görsel sanatlar	Galeriler, heykel parkları, fotoğraf müzeleri, mimari vb.
Festivaller ve özel etkinlikler	Müzik festivalleri, spor etkinlikleri, karnavallar vb.
Dini siteler	Katedraller, tapınaklar, hac yerleri, ruhsal inziva yerleri vb.
Kırsal çevreler	Köyler, çiftlikler, milli parklar, eko-müzeler vb.
Yöreye özgü topluluklar ve gelenekler	Kabile insanları, etnik gruplar, azınlık kültürler vb.
Sanat ve el sanatları	Tekstil, seramik, resim, heykel vb.
Dil	Öğrenme veya pratik yapma
Gastronomi	Şarap tadımı, yiyecek tadımı, aşçılık kursları vb.
Sanayi ve ticaret	Fabrika ziyaretleri, madenler, bira ve damıtma, kanal gezileri vb.
Modern popüler kültür	Pop müzik, alışveriş, moda, medya, tasarım, teknoloji vb.
Özel ilgi faaliyetleri	Resim, fotoğraf, dokuma vb.

*Kaynak: Smith, M. (2003). Issues in Cultural Tourism Studies, Routledge Taylor&Francis E-Library.

Kültür sadece geçmiş değil günümüzü de kapsayan bir kavramdır. Günümüzde gerçekleşen birçok etkinlik de kültür turizmi içinde yer almaktadır. Bunlar arasında festivaller, karnavallar, olimpiyat oyunları, konserler, sergiler, vb. aktiviteler sayılabilir. Bu bağlamda kültür turizmini, turizm ekonomisi içinde güncel ve tarihsel olarak iki bölümde incelemek isabetli olacaktır (Şahin, 2012: 9).

a-) Güncel kültür turizmi: Kültür turizminin güncel olan boyutunda, etkinlikler önemli bir yer kaplamaktadır. Özellikle izleyici sayısını baz alarak bu etkinlikleri beş bölüm içerisinde incelemek mümkündür:

- **Yöresel etkinlikler:** Resim sergileri, yöresel festivaller, çeşitli müzik, tiyatro gruplarının gösterisi (kayısı, kiraz, mesir macunu festivali, yağlı güreş organizasyonları, deve güreşi, panayırlar vb.)

- **Küçük bölgesel etkinlikler:** Çeşitli ticaret ve sanayi fuarları, özel mesleki fuarlar ve sergiler (turizm fuarı, mobilya fuarı, züccaciye fuarı vb.)
- **Önemli bölgesel etkinlikler:** Antalya Altın Portakal Film Festivali, İstanbul Müzik Festivali vb.)
- **Ulusal Etkinlikler:** İspanya Boğa, Domates Festivali, Cannes Film Festivali, Rio Karnavalı vb.)
- **Uluslararası Büyük Etkinlikler:** Olimpiyat Oyunları, Formula 1 Yarışları, Dünya Kupası vb.)

b-) Tarihsel kültür turizmi: Milli sınırlar içinde kalan tarihi kültür mirasının belli bir turistik organizasyon yardımıyla gösterilmesi esasına dayanmaktadır. Bu da toplum içerisinde oluşmuş “tarihi kültür mirasının sahiplenilmesi” olgusuyla yakından ilgilidir. Toplumun bu mirası sahiplenme düzeyine bağlı olarak yabancıların da bu mirasa olan ilgisi artar ya da azalır (Richards, 1996).

Kültür boyutlu ulusal ya da uluslararası seyahatlerin artmasında, günümüz telekomünikasyon araçlarındaki hızlı gelişimin kişiler üzerinde uyandırdığı merak, kültür seviyesinin giderek yükselmesi, ulaşım araçlarındaki hız, konfor ve güven artışı gibi etkenler etkili olmaktadır. Bu etkenlerin yanı sıra gelişmiş ülkelerdeki nüfusun giderek yaşlanması, başka bir ifadeyle üçüncü yaş turizminin öneminin artması da insanların kültürel alanlara yönelik gerçekleştirdikleri ziyaretleri artırmaktadır. Çünkü kültür turizmi ağırlıklı olarak organize ve yaş ortalamaları yüksek gruplar tarafından gerçekleştirilmektedir (Batman ve Çınar Oğuz, 2011: 199). Kültür turizmine katılanların içerisindeki ilk grubu oluşturan bu üçüncü yaş grubu, eski eserlerin listesini çıkararak bu listeye göre gezmekte, ziyaret ettikleri yerleri işaretlemekte ve gittikleri yerlerdeki yerel halkla da sosyal ilişkiler kurmaya önem vermektedir.

Kültür turizmine katılanların sadece yaş ortalaması yüksek olan kişilerden oluştuğunu söylemek eksik kalır. Bu turizm türüne katılan ikinci grup da yaş ortalaması biraz daha genç olanlardır. Bu gruptaki kişiler sosyal ilişkileri daha az önemser ve diğer kültürlerle biraz daha zor iletişim kurarlar (Batman ve Çınar Oğuz, 2011: 199).

Özetle kültür turizmi, geleneksel tatil anlayışına alternatif olarak insanların hem kendi ülke sınırları içerisindeki hem de diğer ulusların çeşitli toplulukları tarafından

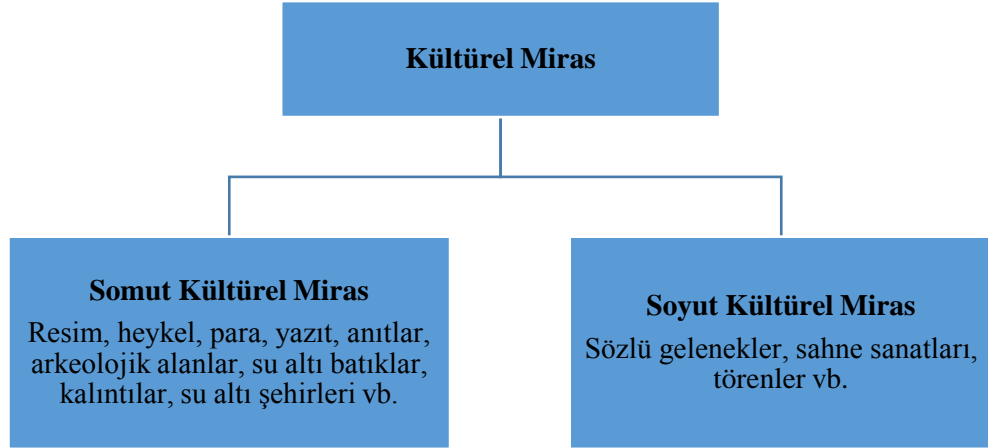
yaratılan farklı kültürel varlıklarını görüp deneyimlemek için yaptıkları seyahatler ve konaklamalardan oluşan bir turizm faaliyetidir diyebiliriz.

1.7. ÇEKİCİLİK UNSURU OLARAK KÜLTÜREL MİRAS

Miras kelimesi, “*kök, temel; birinin diğerinden devraldığı eski durum, bakiye*” anlamlarındaki irs (virase) kökünden türemiştir. Birçok kez irs ile eş anlamlı olmak üzere “*bir şeyin bir kişi veya topluluktan diğerine geçmesi, başkasından kalan, tevariüs edilen şey*” manalarında kullanılmaktadır (www.islamansiklopedisi.info). Güncel Türkçe sözlükte de (2017) miras sözcüğü, “*bir neslin kendinden sonra gelen nesle bıraktığı şey*” olarak tanımlanmaktadır. Mirası oluşturan unsurlar; bir kuşaktan diğer kuşağa bırakılan, önceki kuşak için değerli, doğal ve/veya kültürel varlıklardır (Aksatan, 2014: 31). Doğal miras, bölge ya da ülkeye ait fauna ve flora ile jeolojik varlıkları anlatırken; kültürel miras resim, heykel, para, yazıt gibi taşınabilir, anıt ve arkeolojik alan vb. taşınmaz, gemi batığı, sualtı kalıntısı ve şehri gibi sualtı unsurlarını içeren somut varlıklar ile sözlü gelenek, sahne sanatı, tören vb. soyut varlıkları içeren nesilden nesile aktarılan miras olarak ele alınmaktadır (UNESCO, 2013a). Burada doğal mirastan ziyade kültürel mirasın çekiciliği üzerinde durulacaktır.

Genel anlamda kültürel miras varlıkları, somut ve soyut varlıklar olmak üzere iki grupta toplanmaktadır (UNESCO, 2013b, 2013c; McKercher, Ho & Du Cros, 2005; Rodzi, Zaki & Subli, 2013; Snowball & Courtney, 2010; Trotter, 2001). Kültürel mirası geçmişin izleri diye düşündüğümüzde, insan aklına gelen ilk şey arkeoloji ve tarihle ilgili kalıntılarsa da aslında kültürel miras; kimliğimizle, kültürümüzle, tarihimizle ilgili somut ve somut olmayan varlıkların ve değerlerin tümüdür (Ünsal ve Pulhan, 2012: 34).

Somut kültürel miras varlıkları, devamlı, kalıcı bir şekilde bulunan ve dokunulabilir varlıkları ifade etmektedir (Özdoğan, 2014: 47). Bunlar içerisinde kaleler, saraylar gibi anıt eserler, arkeolojik alanlar/sitler, tarihi kent dokuları vs. taşınmaz kültürel miras varlıkları ile arkeolojik eserler, tablolar, heykeller, sikkeler, el yazmaları vs. taşınabilir kültürel miras varlıkları yer almaktadır (Ünsal ve Pulhan, 2012: 34). Somut olmayan kültürel miras varlıkları ise dil, sözlü gelenek, dans, müzik, festivaller, törenler, gösteri sanatları, ritüeller vs. toplumların kültürel kimliğini ve farklılığını yansıtan varlıkları ifade etmektedir (Özdoğan, 2014: 48).



Şekil 1.3. Kültürel Miras

***Kaynak:** UNESCO (2013b, c).

Kültürel mirasın kapsamına hangi unsurların gireceği ve nelerin miras olarak değer bulacağı ve adlandırılacağı konusunda kesin bir dille konuşmak mümkün değilse de, kültürel mirasın kapsamı, UNESCO tarafından 1972 yılında Paris kentinde gerçekleştirilen bir toplantı ile uluslararası bir sözleşmeye dönüşmesi noktasında mutabık kalınarak oluşturulan *Dünya Miras Konvansiyonu*'nda 'anıtlar, yapı grupları ve sitler' olmak üzere üç ayrı alanda toplanmıştır (Özdoğan, 2014: 48-49).

- **Anıtlar:** Tarih, sanat veya bilim bakımından güzide evrensel değerdeki mimari yapıtlar, resim ve heykel alanındaki başyapıtlar, arkeolojik nitelikteki yapılar veya unsurlar, mağaralar ve yazıtlar.
- **Yapı grupları:** Mimari yapıları ile bölgede benzerlik veya farklılık gösteren veya bölgedeki konumları nedeniyle tarih, sanat ya da bilim bakımından güzide evrensel değere sahip ayrı veya birleşik yapı grupları.
- **Sit alanları:** Tarihsel, estetik, etnolojik veya antropolojik bakımdan güzide evrensel değeri olan beşeri yapıtlar veya doğa ve beşeri unsurların ortak yapıtları ve arkeolojik siteleri içeren alanlar.

İlk olarak 1972 yılında, 817 önemli alan dünya miras alanı olarak belirlenmiştir. 2016 yılında ise, UNESCO Dünya Miras Listesi'nde 1052 kültürel ve doğal varlık yer almış ve bunların 814 tanesi kültürel, 203 tanesi doğal ve 35 tanesi ise hem kültürel hem de doğal varlıklardır. Bu sayı, her yıl gerçekleşen Dünya Miras Komitesi toplantıları ile artmaktadır (www.kulturvarliklari.gov.tr., 2017). Ayrıca ülkelerin Dünya Miras

Listesi'ne yaptığı katkı açısından durum incelendiğinde, en çok değerın İtalya (51), Çin (50), İspanya (45), Fransa (42), Almanya (41), Meksika'da (34) olduğu ve Türkiye'den ise 16 mirasın listelendiği görölmektedir (UNESCO, 2017).

Kültürel mirasın turizm ayağına baktığımız zaman ise, ikisi arasında çok sıkı bir bağın olduğunu görmekteyiz. Kültürel mirasın bir çekicilik unsuru olarak turizmde yerini alabilmesinin iki ön şartı vardır: Birincisi, tüketim gereksinimini karşılayabilecek hale getirilmesi yani turistik ürüne dönüştürülmesi; ikincisi ise turizm sektörü tüketicilerinin tüketimine sunulması yani turizm pazarlamasının yapılmasıdır (El Barazi, 2009). Ancak, turizm ve kültürel mirasın pazarlanması ve yönetimi noktasında zorlayıcı bir durum söz konusudur. Mısır bilimci Stadelman, turizmin kültürel miras için bir yıkım olduğunu fakat turizm olmadan toplumun kültürel mirasa ilgisi ve kültürel mirasın korunmasına yönelik yapılan bilimsel çalışmalar için de finans kaynağının olamayacağını vurgulamıştır (Özdoğan, 2014: 50). Buradan anlaşılacağı üzere, iki farklı sektörün yani turizm ve kültürel mirasın tek bir vücutta birleştii ve birbirine bağımlı bir şekilde yaşam sergilediğidir. Bunun doğal bir sonucu olarak da alternatif turizm türü olarak kültürel miras turizmi gelişmiştir.

Kültürel miras turizmi, insanların kendi kültürel köklerini tanımlarını sağlayan ve onların tarih ve kültüre olan ilgilerini arttırıcı etki yapan bir turizm çeşididir. Bunun da ötesinde direk kültürün kendisinin de turistik bir çekicilik olarak ait olduğu bölgenin tarihi, kültürel, dinsel ve endüstriyel geçmişini korumaya yardımcı olmaktadır. Nihai olarak bir bölgede var olan kültürel miras varlıkları, o bölgede turizm faaliyetlerinin canlanmasını sağlayarak turizmin gelişmesine katkıda bulunmakta ve o bölgeye olan turizm talebini de etkilemektedir (Endresen, 1999).

Miras turizminin sahip olduğu birden fazla çekicilik unsuru bulunmaktadır. Prentice (1993), miras turizmi çekiciliklerini, tipolojisinde dokuz alt başlık altında değerlendirmiştir:

Tablo 1.6. Kültürel Miras Çekicilikleri Tipolojisi

Doğal tarih ve bilimsel çekicilikler	Doğal koruma alanları ve güzergahları, hayvanat bahçeleri, akvaryumlar, vahşi yaşam ve nesli tükenmekte olan tür parkları, teknoloji merkezleri, bilim müzeleri, jeolojik ve jeomorfolojik öneme sahip alanlar (mağara, boğaz, şelaleler vs.)
Tarımsal ve endüstriyel çekicilikler	Çeşitli maden ocakları, maden çıkarım alanları, tarım müzeleri, çiftlikler, fabrikalar, endüstriyel müzeler
Ulaşım çekicilikleri	Ulaşım müzeleri, kanal ve rıhtımlar, korumaya alınmış gemiler, mevcut buhar demiryolları, hava ulaşım araçları ile ilgili sergiler
Sosyo-kültürel çekicilikler	Tarihi yerler, kırsal ve endüstriyel yaşam müzeleri ve giyim kuşam müzeleri
İnşa edilmiş çekicilikler	Köşk, konaklar, dini yapılar (katedral, kilise ve tapınaklar, cami ve medreseler)
Askeri çekicilikler	Kaleler, savaş meydanları, deniz kuvvetlerine ait limanlar ve askeri müzeler
Manzara çekicilikleri	Tarihi şehir ve köy görünümü, miras kıyıları ve denize ait görünümler
Artistik çekicilikler	Galeri, tiyatro, konser salonları, konserler ve sanat festivalleri
Tarihi kişilerle ilgili çekicilikler	Yazar, sanatçı, besteci, siyaset adamı, askeri lider ve popüler kültür liderlerinin kaldıkları yerler ve çalışma ofisleri

* **Kaynak:** Prentice, R. C. (1993). *Tourism and Heritage Attractions*. London: Routledge.

Timothy (1997) ise, miras turizmi çekiciliklerini dört başlık altında değerlendirmiştir. Bunlar: Dünya, Ulusal, Yerel ve Kişisel miras turizmi çekicilikleridir. Yazara göre ortak miras dünya, ulusal, yerel ve kişisel turizm deneyimleri kazandırabilmektedir, fakat bunlar arasında kesin bir sınırın olmadığı açıktır. Çünkü bir kişi tarafından dünya miras turizmi çekiciliği olarak kabul edilen bir çekicilik, başka bir kişi tarafından kişisel bir çekicilik olarak kabul edilebilir.

1.8. ÇEKİCİLİK UNSURU OLARAK KUTSAL MEKANLAR

Kutsal mekanların çekicilik unsuru olarak sağlıklı bir şekilde değerlendirilebilmesi için konunun inanç turizmi içerisinde ele alınması daha yerinde olacaktır. Bu nedenle öncelikle inanç ve inanç turizmi üzerinde durmak gerekmektedir.

Uygarıkların ve bu uygarıklarca yaratılan kültürün bir başka boyutunu da kuşkusuz, en basitinden en gelişmişine kadar inançlar oluşturmaktadır. İnsanın var olduğu her yerde, en ilkel ve basit biçimiyle de olsa, din de doğal olarak var olagelmıştır. İnanç insanın yapısındadır ve de insan bu inancını şu ya da bu biçimde dışa

vurmaktadır (Bayladı, 1998). İnsanların büyük bir çoğunluğu da bu dışavurumunu turizm olgusu içerisinde gerçekleştirmektedir.

İnsanlar var olduğu günden beri maneviyatını gerçekleştirmek, kimliğine ve yaşamına yön vermek amacıyla çeşitli dinlere yönelmiş ve yöneldikleri bu dinlerin kurallarına göre yaşamaya çalışmışlardır. Aynı zamanda bu dinlerin kendilerine gösterdikleri doğruları gerçekleştirmeye ve yanlış olarak kabul edilenlerden uzak durmaya, uzak duramadıklarının bağışlanabilmesi, dilek ve adaklarının gerçekleşmesi için de çeşitli yol ve yöntemlere başvurmuşlardır. Örneğin, Hristiyanlar kiliseye giderek günah çıkarırken Müslümanlar namaz kılarak ve kendileri için kutsal kabul edilen yerleri ziyaret ederek affedilmeleri için dua etmektedirler (Albayrak, 2013: 230).

Yaşayan dinlerin neredeyse hepsinde yılın belirli zamanları, görsel şölen niteliğinde ibadete ayrılmıştır. Örneğin, Hindu inancında günahlardan arınmak için Ganj nehriindeki topluca ibadet; Vatikan’da papanın idaresinde 24 Aralıkta başlayıp bir hafta süren Noel Kutlamaları ve Müslümanların her yıl Kurban bayramlarında Mekke’de yaptıkları Hac ibadeti, evrensel boyutlara ulaşmış inanç gösterileridir. Bu tür toplantıların yapıldığı mabetlerin bulunduğu mekanlar kutsal kabul edilmiştir. Yukarıda bahsi geçen ibadet ya da dinsel gösteriler, kutsal mekanlarda yapıldığı takdirde makbuldürler. İbadetlerin mekana bağımlı oluşu inananların söz konusu mekana yönelmelerine neden olmaktadır (Eralp, 1983: 91).

Dünya Turizm Örgütü (WTO) rakamlarına göre; 2016 yılında dünyada turizm amaçlı seyahat edenlerin sayısı 1 milyarı aşmış bulunmaktadır. Söz konusu 1 milyar kişinin yaklaşık 300 milyonu tatiline inancı da dahil etmektedir (www.turizmguncel.com).

İnanç turizmi uzmanlarından David Gitlitz ise, “*Çağdaş hacılar, ‘insanların kutsallıkla birleştikleri noktalarda’ dualarının daha büyük bir anlam kazanacağını hissettikleri yerleri arıyor*” ifadesinde bulunmuştur (<http://www.benhayattayken.com>). Bu bağlamda Mekke, Medine, Vatikan, Kudüs ve Lhasa gibi şehirler Dünya’da inanç merkezleri olmaları dolayısıyla her yıl milyonlarca insan tarafından ziyaret edilmektedir. Bu şehirlerin dünya çapında tanınmasında ve ekonomik olarak gelişmesindeki en büyük etken de inançtır.

Örneğin tüm Hristiyan, Müslüman ve Yahudiler için kutsal mekan sayılan Kudüs şehri, her yıl dünyanın farklı ülkelerinden milyonlarca kişiye ev sahipliği yapmaktadır. 2015 yılında inanç turizmi kapsamında Kudüs'ü ziyaret eden Amerikalı sayısı 640 bini bulmuştur. 415 bin kişiyle Rusya onu takip etmektedir. Fransa'dan 300 bin, Almanya'dan ise 200 bin kişi Kudüs'e ziyaret gerçekleştirmiştir (www.internethaber.com). Katolik Hristiyanlığının çıkış noktası ve merkezi olan İtalya'daki Roma şehri ise özellikle Avrupa ve Amerika başta olmak üzere dünyanın her yerinden 10 milyondan fazla inanç ve kültür turistlerini ağırlamaktadır. Ayrıca Avrupa kıtasında en çok ziyaret edilen kutsal mekanlar ise şunlardır: Portekiz'in Fatima kasabası (yılda yaklaşık 6 milyon ziyaretçi), İspanya'nın Camino De Santiago bölgesi (yılda 100 binin üzerinde ziyaretçi), Fransa'nın Lourdes şehri (yılda yaklaşık 4 milyon ziyaretçi), Kuzey İrlanda'nın Armagh kenti (yılda 100 binin üzerinde ziyaretçi), İsviçre'nin Einsiedeln belediyesi (yılda 100 binin üzerinde ziyaretçi), Almanya'nın Altötting kasabası ve LutherCountry bölgesi (yılda 1 milyonun üzerinde ziyaretçi), Polonya'nın Czestochowa şehri (yılda 4 milyonun üzerinde ziyaretçi), Bosna Hersek'in Medjugorje şehri (yılda yaklaşık 1 milyon ziyaretçi) ve İtalya'nın Assisi kasabasıdır (yılda 1 milyonun üzerinde ziyaretçi) (issuu.com/premier/docs/top-10-religious-sites).

Hindistan'daki Ganj nehrinde gerçekleştirilen ve büyüklük ve yoğunluk olarak dünya çapında eşi benzeri olmayan Kumbha Mela festivaline, ülkenin dört bir yanından yılda yaklaşık 70 milyon dindar Hindu katılmaktadır (Tala ve Padurean, 2008).

Bir diğer örnek ise Suudi Arabistan'daki Mekke ve Medine şehirleridir. İslam dininin köklerinin atıldığı ve merkezi olan Mekke şehrinde, Müslümanların Mescidi Aksa'dan sonraki ikinci kiblesi olan Kabe bulunmaktadır. Bu kutsal mekana, Müslümanlar tarafından kendileri için dini bir vecibe olan hac ve umre ziyaretleri gerçekleştirilmektedir. TÜRSAB'ın 2014 İnanç Turizmi raporuna göre, Suudi Arabistan'a her yıl yaklaşık 5,5 milyon Müslüman umre için giderken bunların 1,8 milyonu da hac ibadetini yerine getirmek üzere bu ülkeye seyahat etmektedir.

Bugün üzerinde yaşadığımız topraklara Hititler, "Bin Tanrı Ülkesi Anadolu" demişlerdir. Pagan din anlayışıyla başlayıp Yahudilik, Hristiyanlık ve Müslümanlık olan üç büyük semavi dinle devam etmiş olan inanç sistemine ait bu kadar çok tapınağın ve inananın var olduğu bir yerleşim yerinin dünyada eşi ve benzeri yoktur. Efes

Artemis, Bergama Zeus Altarı gibi pagan tapınakları, M.Ö. 3. yüzyıllarda yapılmış Sardis/Salihli'deki Sardes Sinagogu, Hristiyan inancında önemli yeri olan Ayasofya müzesi ve Selimiye, Süleymaniye, Sultanahmet Camileri bu topraklarda inşa edilmiş kutsal mekanların başında gelmektedir (Tüfekçi, 2006).

Kültür ve Turizm Bakanlığı 1993 yılında, Türkiye'deki üç semavi din bakımından inanç turizmi için çekicilik unsuru oluşturan değerlere yönelik "İnanç Turizmi Projesi" kapsamında bir envanter çalışması yapmıştır. Bu çalışmanın sonucunda, Türkiye'de inanç turizmi açısından çekicilik oluşturabilen 316 adet kutsal mekanın olduğu belirlenmiştir (Zengin, 2010). Bu 316 eserin 167'si İslam, 129'u Hristiyan ve 20 tanesi Musevi dinine aittir (Güzel 2010).

Ülkemizde İslam dinine ait turizmde çekicilik unsuru oluşturabilecek yapıların başında; camiler, türbeler, medreseler, külliyeler ve kümbetler gelmektedir (Okuyucu ve Somuncu, 2013). İstanbul'daki Sultanahmet Cami, yılda yaklaşık 5 milyon ziyaretçisiyle dünyada en çok ziyaret edilen kutsal mekanlar arasında 20. sırada yer almaktadır (TÜRSAB, 2014). Yine Topkapı Sarayı'ndaki Kutsal Emanetler Bölümü, Süleymaniye Cami, Eyüp Sultan Cami ve Türbesi ziyaretçilerin en çok uğradıkları kutsal mekanlar arasındadır. Konya'daki Mevlana Müzesi ve Türbesi, yılda yaklaşık 2,5 milyona yakın ziyaretçi ve Edirne'deki Selimiye Cami ve Külliyesi ise, yılda yaklaşık 1 milyona yakın ziyaretçi ağırlamaktadır. Adana'da Sabancı Merkez Cami, Ankara'da Hacı Bayram Cami ve Türbesi, Bursa'da Ulu Cami ve birçok Osmanlı padişahının türbe ve mezarları, Erzurum'da Çifte Minareli Medrese ve Abdurrahman Gazi Türbesi, Kayseri'de Melikgazi Türbesi, Sivas'ta Divriği Ulu Cami, Şanlıurfa'da Balıklı Göl gibi birçok yapı da İslami değerler arasında inanç turizmi için potansiyel çekiciliğe sahip önemli destinasyonlardan bazılarıdır (Süt, 2010).

Hristiyan alemi için Türkiye, önemli bir çekim merkezidir. Hristiyanlığın temellerinin Anadolu'da atılarak resmi bir din kimliği kazanması ve Hristiyanlık tarihinde çok önem arz eden olayların bu topraklarda gerçekleşmesi, Hristiyanlığa ait çok sayıda eserin yapılmasına yol açmıştır. Hristiyanlar tarafından kutsal olarak görülen 10 önemli merkezin 8'i, ülkemiz topraklarının sınırları içerisinde yer almaktadır (Usta, 2005). Kültür ve Turizm Bakanlığının belirlediği ve Hristiyanlık açısından önemli olan 9 merkez ise şöyledir: St. Pierre Anıt Müzesi (Hatay-Merkez), St. Paul Anıt Müzesi

(Mersin-Tarsus), Meryem Ana Evi (İzmir-Selçuk), St. Nicola Kilisesi (Antalya-Demre), Ayasofya Cami (Bursa-İznik), Sard Sinagogu, Alaşehir ve Akhisar Kilisesi (Manisa), Pisidia Antik Kenti (Isparta-Yalvaç), Ortodoks Kilisesi (Nevşehir-Derinkuyu) ve Laodikeia Antik Kenti'dir (Denizli-Pamukkale) (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017a).

Bu ana merkezler dışında, 92 kilise, 1 bazilika, 2 katedral, 15 manastır ve 2 adet şapel; inanç turizmi için çekicilik oluşturabileceği düşüncesiyle, Bakanlığın 'İnanç Turizmi Projesi' kapsamında yapılan envanter çalışmalarında kayıt altına alınmıştır. (Okuyucu ve Somuncu, 2013).

Ülkemiz topraklarının bir bölümü, Yahudilerin kutsal kitabı olan Tevrat'a göre "Vaad Edilmiş Topraklar" (Arz-ı Mevud) içerisinde yer alan ve Yahudiler için de kutsallık arz eden bir öneme sahiptir (Küçük, 2013).

Tevrat'ta adı geçen Dicle ve Fırat nehirlerinin bulunduğu bölge (Serçek, 2011), Yahudilerin büyük atalarından olan Hz. İbrahim (a.s) ve Hz. Yakup (a.s) peygamberlerinin yaşadığı yer olan Harran (Usta, 2005) ve "Nuh Tufanı" olarak bilinen Nuh (a.s) peygamberin üç oğlu ve gelini ile birlikte gemisinin karaya oturduğu yer varsayılan Ağrı Dağı, Yahudiler için önemli kutsal mekanlardır. Bu yerlerin dışında Yahudilerin ibadethaneleri olan toplam 16 sinagog ülkemizin muhtelif yerlerinde yer almaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017b).

Tüm bu bilgiler ışığında, hem dünya genelinde hem de ülkemiz özelinde insanların seyahat etme güdülerini arasında ön plana çıkan çekiciliklerden birinin de kutsal mekanlar olduğu göze çarpmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

ŞANLIURFA İLİ

2.1. ŞANLIURFA İLİ GENEL ÖZELLİKLERİ

Mezopotamya'nın çok eski yerleşim yerlerinden birisi olan Şanlıurfa ili, Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer almaktadır. Ticaret yollarına ve akarsu kaynaklarına yakın olması tarih boyunca Şanlıurfa'ya stratejik bir önem kazandırmıştır. Komşuları incelendiğinde Batısında Gaziantep, Kuzeybatısında Adıyaman, Kuzeydoğusunda Diyarbakır, Doğusunda Mardin, Güneyinde ise Suriye bulunmaktadır. Türkiye'nin bölgeleri göz önüne alındığında yüz ölçümü bakımından büyüklük açısından yedinci sırada yerini almaktadır. Şanlıurfa'nın yerel halkı, yemek kültürü ve eğlence açısından kendilerine has bir yaşam tarzı geliştirmişlerdir. Sıra geceleri, çiğ köfte, kebab çeşitleri yaşam tarzlarının en gözdelelerindenidir. El sanatı olarak dokumacılık Şanlıurfa'da önemli bir yer edinmiştir. Eski zamanlarda oldukça çok kullanılan Keçecilik, makineleşmenin etkisiyle el sanatı olma özelliğini kaybetmiştir. El sanatı olarak kuyumculuk, gümüş işlemeciliği, bakırcılık ve taşçılık ise varlığını korumaktadır.

Şanlıurfa'da pozitif bilimlerin okutulduğu Dünyanın ilk İslam Üniversitesi kurulmuştur. Şehir, çok sayıda peygambere ev sahipliği yapmıştır ve bu yüzden "Peygamberler Şehri" olarak anılmıştır. Şanlıurfa ili için farklı kültür ve medeniyetin bulunduğu, çeşitli ırk, dil ve dine mensup toplumların kaynaştığı bir hoşgörü ve barış şehri demek yanlış olmayacaktır. İslam, Yahudilik ve Hristiyanlık üç semavi din olarak kabul edilmektedir. Şanlıurfa, bu semavi dinlerin yanında Zerdüştlük ve Mani dinine de ev sahipliği yapmış olup bu dinlerin tarih boyunca şekil kazanmasında önemli bir rol oynamıştır. Şanlıurfa, dinler tarihi açısından incelendiğinde dünyanın ilk mabedinin ve ilk ataerkil tanrı heykellerinin bulunduğu bir şehir olarak kabul edilmiştir.

Şanlıurfa, Bakanlığımızın "Türkiye Turizm Stratejisi 2023" planında yer alan "İnanç Turizm Koridoru"nun odak noktasında yer alan bir ilimizdir. Bu koridor, Tarsus'tan başlayarak Hatay, Gaziantep, Şanlıurfa ve Mardin yörelerini kapsamaktadır. Bu koridor üzerinde bulunan iller arasındaki kara ulaşım yollarının duble yol yapılmış

olması ve Şanlıurfa'ya kadar olan demir yolunun Mardin'e ve Diyarbakır'a ulaştırılması turizm canlılığını olumlu etkileyecektir.

Bulunduğu stratejik konumdan dolayı şehir, pek çok medeniyete ev sahipliği yapmıştır ve her medeniyet kendine ait çok sayıda eseri miras bırakmıştır. Bu bağlamda kültür ve arkeoloji altyapısı içinde Şanlıurfa ili özel bir konuma sahip olmuştur. Urfa, varisi olduğu zengin kültürel mirasını, Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'nde sergilemektedir ve burası Türkiye'nin en büyük beşinci müzesi olarak bilinmektedir. İlde çok sayıda kazı çalışması yapılmasına rağmen yine de çalışma yapılması bekleyen pek çok kazı alanı bulunmaktadır. Bu açıdan düşünüldüğünde Şanlıurfa, tarihi ve kültürel zenginliği ile bir açık hava müzesi atmosferi yaratmaktadır. Yapılan kazılar neticesinde ilin çok uzun bir tarihi geçmişi olduğu ortaya çıkarılmıştır.

2.2. TARİH SERÜVENİNDE ŞANLIURFA'NIN İSİMLERİ

Makedonyalılar “Edessa”, Yunanlılar “Kalirue”, Arapların “El-Ruha” diye isimlendirdikleri Urfa, Sümerlerin ve Hititlerin daha sonra da bu bölgeye hakim Asurluların şöhretli şehirlerinden sayılmaktaydı. Bir rivayete göre Eski Yunanlılar, Enoch'un (Enoch=Hermes=İdris Peygamber=Uhnud, bu dört ismin aynı kimse olduğu kabul edilmektedir) insanlara şehirler kurmayı öğrettiğini ve onun devrinde 180 şehir kurulduğunu, bunların da en küçüğünün Urhai veya diğer bir okunuşla Orhay yani Urfa olduğu söylenmektedir. Bu rivayete göre İdris Peygamber, Nuh Peygamberden önce geldiğinden Urfa Nuh Tufanından önce kurulmuştur. Nuh Tufanında bütün dünya gibi Urfa da harap olmuştu. Fakat Tufandan sonra dünya yeniden kuruldu ve Urfa da tarihteki yerini aldı. Yine anlatılan bir rivayete göre; Nuh Tufanından sonra Babil'de hüküm süren Nemrut, üç şehir inşa ettirmişti. Bunlardan biri de Urfa şehri idi. Bu şehir önce Arach ve daha sonra zaman içerisinde Erech, Orhay, Edessa ve Ruha isimlerini almıştır (Karakaş, 2009).

Tarihin ilk çağlarında Urfa halkı eski Kildaniler veya Babillilerin uzantısı olan Aramiler ve Süryaniler idi. Urhai veya Orhay ismi, Urfa'nın ilk sakinleri olan Arami-Süryanilerin verdiği isim olarak bilinmektedir. Daha sonra Urfa'ya gelen Helenler, Edessa ismini vermişlerdir. Bu isim “suyu bol” anlamına gelmekteydi. Urfa, içinden geçen Karakoyun (Daysan) deresi ve kaynayan pınarlardan dolayı suyu bol bir şehirdi.

Urfa'ya Edessa isminden başka yine “suyu güzel çeşme” anlamında Kaliruha adı verilmiştir. Müslüman Araplar tarafından kullanılan Kaliruha'nın Kali hecesi atılmış ve sadece Ruha hecesi kullanılmıştır. Ayrıca Orhay kelimesinin zaman içinde değişmesiyle de şehir Ruha olarak çağrılmıştır. Osmanlı Devri'nde ise Urfa olarak isim değiştirilmiştir (Karakaş, 2009).

Urfa'daki kiliselerin pencere kenarları birbirine sarılmış iki boynuzlu yılan motifi ile süslüdür. Bugün hala sağlam kalan kiliselerde bu yılan motifleri görülmektedir. Bu motiflerin, Urfa'da yılan kültürünün olduğunu gösterdiği kabul edilmektedir. Bu yüzden Urfa'nın kurucusunun “Yılanın Oğlu Orhay” olduğu bazı tarihçiler tarafından ileri sürülmüştür (Karakaş, 2009).

İmadeddin Zengi (1127-1146) Urfa'yı 1144 senesinde fethettiği zaman Urfa Yakubi Metropoliti olan Basil Bar Şumana, Orhay adındaki şehrin yani Urfa'nın Fırat ve Dicle nehirleri arasında bulunan Keldanilerin Ur şehri olduğunu kabul eden ilk kişiydi. Ondan daha önce kimse Orhay şehrinin Keldanilerin Ur'u olduğunu söylememiştir. Ur, şehir anlamına gelmektedir. Zaten o devrin Urfalıları da Keldanilerdi. Katolikliği benimseyen Doğu Kilisesi Hristiyanlarına Keldani adı verilir (Segal, 2002; akt: Karakaş, 2009).

Farklı isimler alan ve nereden bakılırsa bakılsın Urfa'nın efsanevi bir şehir olduğu ve kuruluşunun da bir mitoloji kahramanı tarafından yapıldığı görülmektedir.

2.3. ŞANLIURFA'NIN TARİH İÇİNDEKİ SERÜVENİ

İnsanlık tarihi, ilk insanın yaratıldığı an başlamıştır ve pek çok sırrı saklamıştır. İnsanlık tarihinin derinliklerindeki gizleri bilme isteği, insanoğlunu çalışma ve araştırmalar yapma yönünde teşvik etmiştir. İnsanoğlunun merakını giderecek bilgiler de en eski çağlardan itibaren ilde yaşamış medeniyetlerin miras bıraktığı eserler sayesinde gün yüzüne çıkmıştır (Erel, 2006).

Tarihte bilindiği üzere en eski dönem Paleolitik Çağ olarak adlandırılmıştır. Yapılan arkeolojik kazılar neticesinde Şanlıurfa ilinin, Paleolitik Çağ (M.Ö. 400.000-M.Ö. 15.000) açısından zengin olduğu anlaşılmıştır. Bu çağda insanların kullandıkları çeşitli taş aletleri bulunmakla birlikte, avcılık ve toplayıcılık yapan insanların Urfa'da yerleştikleri de ispatlanmıştır. Bu devir insanları daha çok avcılıkla yaşamlarını

sürdürmüşlerdir. Paleolitik Çağ'dan sonra Mezolitik Çağ (M.Ö. 15.000-M.Ö. 8500) gelmektedir. Mezolitik Çağ'da Urfa'da yerleşim ve yaşam yerleri olarak kullanılan mekanlar yapılan arkeolojik kazılar sonucu ortaya çıkmıştır. Bu dönemde, Paleolitik Dönem 'de kullanılan aletlere göre daha küçük çakmak taşı aletleri kullanılmıştır ve bu aletler mikrolit adını almıştır. Yani insanların kullandığı alet kabalıktan biraz olsun zarıflığa dönüşmüştür. Urfa, Harran, Soğmatar ve Bozova gibi yerleşim merkezlerinde bulunan aletlerden bu merkezlerin Mezolitik Çağ aletleri bakımından zengin olduğunu göstermiştir. Mezolitik Çağ'dan sonra Neolitik Çağ (M.Ö. 9000-6000) gelmektedir (Çelik, 2007). Şanlıurfa merkezinde tesadüfen bir heykel bulunmuştur ve bu heykel Şanlıurfa'nın dünyanın en eski şehirlerinden biri olduğunu ispatlamıştır. Heykel, 1980'li yıllarda Balıklı Göl bölgesinin kuzey tarafında bir binanın yapımı sırasında bulunmuştur. Heykelin, M.Ö. 10.000 ile 9000 yılları arasında Neolitik Dönem'e ait olduğu arkeoloji uzmanları tarafından tespit edilmiştir. Neolitik Çağ insanların, o devirde ibadet etme ihtiyacı sonucu bu heykeli yaptıkları düşünülmektedir (Schmidt, 2007).

Urfa'da ilk Neolitik Çağ yerleşmesi 1979 yılında Fırat Nehri kenarında Nevali Çori kazısında bulunmuştur. Burası çanak çömleksiz Neolitik Çağ'a ait bir yerleşim merkeziydi. Mezarlarla birlikte birçok heykel de bulunmuştur. Bulunan heykeller dönemin kültür ve inancını yansıtmaları bakımından önem taşımaktaydı (Schmidt, 2007).

Bir başka yapılan kazıda ortaya çıkan Neolitik Çağ'a ait buluntular, Urfa yakınlarında tamamen dini amaçlarla yapılmış, o devrin Urfa kültür ve inancını net bir şekilde gösteren yapının varlığına işaret etmekteydi. Burası Göbekli Tepe adını almıştır. Bu dönemde çanak çömlek yapımı yerine insanlar taşları çok güzel bir şekilde işlemeyi öğrenmişler ve muhteşem kabartmalar yapmışlardır (Karakaş, 2009).

Urfa, M.Ö. yüzyıllar boyu devam eden Sümerler, Asurlar, Hititler, Kaldeliler, Aramiler ve daha sonra Makedonyalılar, Romalılar, Medler ve Persler dönemini yaşamıştır (Karakaş, 2009).

Emeviler Dönemi'nde Urfa'daki Hristiyan topluluğu Monofizit Diofizit inancında olan Nasturi ve bu iki mezhep inancıyla birlikte kendi ayrı bir mezhep görünüşünü destekleyen, yani devletin mezhebi olan Melkitlerden oluşuyordu. Bu dönemde Urfa'da en kalabalık olarak Süryaniler ve sonra da Ermeniler bulunuyordu. Süryanilerin de

Ermenilerin de kendi okulları bulunuyordu. İslam'ın Urfa'ya girdiği VII. Yüzyılın başlarındaki dönemde Urfalı Süryaniler batılı eserlerin çoğunu Süryaniceye tercüme etmişlerdir. Emeviler Döneminde bu Süryanice eserleri Arapçaya tercüme etme girişimleri başlatılmıştır. Bu tercüme çalışmaları, Emevilerden Halid Bin Yezid Emevi'nin İskenderiye Üniversitesinde yetişen bir Rahibe kimya ve tıp alanlarındaki kitapları tercüme ettirmesi ile başlamıştı (Karakaş, 1991). Emeviler Döneminde büyük bir deprem olmuştur. Bu depremde Urfa'nın şimdiki ilçesi Suruç yerle bir olmuştu. Birçok bina yıkılmıştı. Yıkılan binalar arasında Urfa'nın büyük kilisesinin dışı ve mihrap tavanı da yıkılmıştı. Emevi Halifesi Muaviye bu kilisenin yıkılan yerlerinin tamir edilmesini emretmişti (Segal, 2002; akt: Karakaş, 2009).

Abbasi Halifesi, Harun Reşid'in ölümünden sonra 812 senesinde oğulları Emin ve Memun arasında çıkan taht kavgasında Suriye bölgesinde ayaklanmalar başlamıştı. Zaten acı içinde yaşamış olan Urfalılar bu ayaklanma sırasında daha da büyük acılar yaşamışlardır. Abbasi Halifesi, Bizans seferi sırasında Urfa'ya geldiğinde büyük kiliseyi ziyaret etmiştir ve gelirinin miktarını sormuştur. İlgili papaz gelirinin halifenin sayesinde çok olduğunu söylemiştir. Yine de halife, onların kiliseye gelir getiren hanları, dükkanları, hamamları ve değirmenlerinden vergi alınmamasını, sadece bahçeleri ve toprakları üzerinden vergi alınmasını emretmişti. Böylece İslam halifesi, hangi din ve ırktan olursa olsun tabaasının mabetlerine ve dolayısıyla inançlarına ne derece önem verdiğini göstermiştir (Segal, 2002; akt: Karakaş, 2009).

Haçlı ordusunun Urfa'ya girişi ile Urfa, oldukça uzun ve ızdıraplı bir serüvene başlamıştır. Çünkü o tarihlerde şehirde hem Müslüman hem de Hristiyan olan halk bulunmaktaydı ve sürekli birbirlerine hakimiyet kurmaya çalışıyorlardı. Bu yüzden bazı kimselerin Kont Budinle anlaşmaları sonucu Urfalılar, isyan başlatmıştır. İleri gelenlerin evlerini basmışlardı ve kendilerini serbest bırakmalarına karşılık Urfa'yı istediklerini belirtmişlerdir. İsteği kabul edilen Urfalılar 1098 yılında Urfa Kontluğu'nu kurmuşlardır. Böylece Urfa, Müslüman Türk ve Müslüman Araplara karşı Haçlıların hakim oldukları bölgeleri koruyan güçlü bir kale olmuştur (Urfalı Mateos, 1987; akt: Karakaş, 2009).

Selahattin Eyyubi, Zengiler'in zayıflamasını fırsat bilerek Mısır'a hakimiyetini ilan etmiştir. Sultan Selahattin Eyyubi, Haçlılarla mücadele etmek niyetinde oldu için

Urfa, Harran ve Rakka gibi sınır şehirlerinin kendisine yardımcı olmaz düşüncesiyle İzzeddin Mesud'un elinde kalmasına razı olmamıştır. 1182'de Urfa'yı ve diğer şehirleri çetin bir savaştan sonra İzzeddin'in elinden almıştır. O sırada Urfa emiri Fahreddin Mesud Ez-Zaferani idi. Eylül 1182'de Urfa'yı Selahaddin Eyyubi'ye teslim edip hizmetine girmiştir. Zengiler ve Eyyubilerin Devri, Urfa'nın istikrara kavuştuğu bir devirdir. Artık bundan sonra Urfa, Moğolların işgali hariç bir daha İslam hakimiyetinden çıkmamıştır. Eyyubilerden sonra da Urfa'ya hakim olanlar yine Müslüman devletleridir. Artık bu devirde Urfa'nın yerli halkı arasında da İslam oldukça hızlı bir şekilde yayılmış ve İslam nüfusu, Hristiyan nüfusunu aşmıştır. Eyyubiler, hâkimiyetleri müddetince Urfa ve Harran da birçok imaret yaparak kültür ve eğitime hizmet etmişlerdir. Yaptıkları mimari eserlerden zamanımıza çok az sayıda iz kalmıştır. Yapılan faaliyetlerden birisi, Urfa Ulu Cami'nin doğu kapısı yanında yaptırılan medresedir. Bugün tamamen yok olmuş olan bu medresenin hemen Ulu Cami kapısının yanındaki duvar üzerinde sadece bir kitabesi kalmıştır (Karakaş, 2009: 265).

Devletini kuvvetlendiren Cengiz Han, Unk Hanı yenmiş ve bölgesinin çekinilen bir devleti olmuştur. XIII. Yüzyıl artık İslam dünyası üzerine bir kara bulut gibi çöken Moğolların istila devrinin görüldüğü seneler olmuştur. Bu yüzden bütün İslam hükümdarları bir korku içindeydi. Çünkü Moğollar, büyük ordular halinde Horasan, Maveraünnehir taraflarından başlayarak her tarafı yakarak ve yıkarak geçip Anadolu'ya yetmişmişlerdir ve 1321 yılında Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne de girmişlerdir. Moğollar, 1252 yılında bütün İslam ülkesini istila ettiği gibi Suruç, Rasuleyn ve bugünkü Ceylanpınar'a girerek her tarafı yağmalamışlardır. Yıllarca elden ele, bir hükümdardan başka hükümdara veya din mensubuna geçen Urfa bu defa da 1259-60 yılında Moğol ordularının saldırısına uğramıştır. İnsan kanının su gibi akıtıldığı bu dönemde, devletin kendilerini koruyamadığını gören insanlara tekke ve zaviyelere sığınmışlar, kendilerini ancak oralarda güven içinde hissetmişlerdir. Ancak Moğolların zayıflaması üzerine 1315 yılında Mısır Memlükleri Harran'a hakim olmuştur (Karakaş, 2009: 265).

1362'de Urfa ve çevresinde Karakoyunlular hakim olmuşlardır ve bu bölgede bir müddet hakimiyetlerini sürdürmüşlerdir. Moğolların etkilerinin kalmadığı bu dönemde Urfa, bu defa da Timurluların saldırısına uğramıştır. 1387'de Anadolu içlerine giren Timur Han, bu sırada Karakoyunluların elinde bulunan Resulayn'ı yağmalatmıştır.

Oradan Urfa üzerine gelmiştir. Urfa valisi Güzel Nami, Timur Han'ın ordusunun geldiğini duyunca kaleyi bırakarak kaçmıştır. Halkının bir kısmı ile birlikte yakınlarda bulunan büyük bir dağa saklanmışlardır. Timur Han arkalarından adam göndererek onları yakalatmıştır. Timur Han'ın 1400 yılında Anadolu'ya gelişi sırasında, Karakoyunlularla daima çekişme halinde bulunan Akkoyunlu Osman Bey, kendi faydasına görerek Timur'un emrine girmiştir ve ona çok hizmet etmiştir. Bu yüzden Timur, kendisine ve oğluna Malatya, Diyarbakır ve çevresini bağışlamıştı. Böylece Akkoyunlu Devleti'nin temelleri atılmış ve 1403 yılında Akkoyunlu Devleti kurulmuştur. Sünni olan Akkoyunluların Timur Han'a büyük yardımda bulunmalarının aksine Şii olan Karakoyunlular Timur'a amansızca karşı koymuşlardır. Bu dönemde Urfa adeta yeniden imar edilmiştir. Urfa, XIV. Yüzyılda Döğer Emiri Dımaşk Hoca'nın hakimiyeti altında idi (Karakaş, 2009: 283).

Urfa, 1514'de Safevi Hükümdarı Şah İsmail'in valisi Ece Sultan Kaçar'ın elinde bulunuyordu. Yavuz Sultan Selim Han, 1514'te İran seferi sırasında Akkoyunlu şehzadelerinden Osmanlı Devleti'ne sığınmış olan komutanı Murta Bey komutasında bir kuvvet göndererek Diyarbakır'ı zapt etmek istemişti. Fakat o sırada Urfa valisi olan Ece Sulta Kaçar, bu kuvveti bozmuştur. Böylece Urfa, bir müddet daha Safevilerin elinde kalmıştı. Sünni mezhebinde olan Urfalılar, Şii mezhebinde olan Safevilerin baskısına tahammül etmek zorunda kalmışlardır. Safeviler özellikle Sünni alimlere çok baskı yapmışlardır. Şah İsmail, Diyarbakır ve Urfa'da birçok alimi Sünni oldukları için öldürtmüştü. Bu tarihlerde İbrahim Gülşeni adındaki Halveti-Gülşeni tarikatı şeyhi de Diyarbakır'da bulunuyordu. Şah İsmail'in baskısı üzerine Urfa'ya uğramış ancak bu baskıya dayanamayarak Mısır'a gitmek zorunda kalmıştır (Karakaş, 2009: 292).

XVI. yüzyıl başlarında Mısır Devleti'ne bağlı olan Urfa, 5 Nisan 1517 tarihinde Osmanlı Sultanı Yavuz Sultan Selim tarafından alınmıştır. Önce Urfa, sancak olarak Diyarbakır eyaletine bağlanmıştır. İlk valisi de Piri Bey olmuştur. Urfa 1594 yılından itibaren Rakka Eyaleti'ne bağlanmıştır. Her ne kadar bu eyalet Rakka Eyaleti adını alıyor ise de eyalet merkezi Urfa idi. Bütün Paşalar Urfa'da otururdu. Osmanlı idaresi, Müslüman bir devletten aldığı diğer şehirler gibi Urfa'da da önceki Müslüman devletinin vergi kanunlarını uygulamıştır. Kanuni Sulta Süleyman, Bağdat Seferi sırasında Halep'e geçerken Urfa'ya uğramış ve iki gün Urfa'da kalmıştır. Urfa, Osmanlı idaresine geçmesinden sonra Sultan III. Mehmet devrinde Celali isyanları sırasında

Karayazıcı Abdulhalim 1598 yılında isyan etmiş ve 1599'da Urfa'yı ele geçirmiştir. Karayazıcı, Urfa iç kalesine çekilerek Osmanlı ordusuna uzun müddet dayanmıştır. Yine Sultan II. Mahmut devrinde Mısır valisi Kavalalı Mehmet Ali Paşa'nın 1832 yılında isyan etmesi sonucu Urfa, 1893 yılına kadar Mehmet Ali Paşa'nın elinde kalmıştır. Ayrıca Cumhuriyet'in ilanına kadar Osmanlı Devleti'nin idaresinde bir sancak olarak kalmıştır (Karakaş, 2009: 307).

1914 yılında başlayan Birinci Dünya Savaşı'ndaki yenilgiden sonra Mondros Limanı'nda imzalanan feci mütarekeyi Sevr Antlaşması izlemiştir. Bu antlaşma, Urfa'yı 24 Mart 1919'da İngilizlerin ve 30 Ekim 1919'da da Fransızların işgali altında bulmaktaydı. Türk Tarihi 1918 yılına kadar kaydettiği yenilgiler içinde bu kadar acı ve felaketli hiçbir yenilgi yaşamamıştır. Urfa'nın açık ufuklarına, altın topraklarına gülmeyen istiklal güneşi, bir daha doğmamak üzere karanlıklara bürünmekteydi. 5000 yıllık Türk benliği, Türk varlığı şanlı tarihine veda etmekteydi. Padişah ve hanedanı ülkeyi boğan bu zulmetin dehşetini soğukkanlılıkla karşılıyordu. 15 milyon Türk'ü boyunduruk altına alan lanetli antlaşmanın maddelerine boyun eğmekteydiler. Doğduğu günden beri ruhunun böyle mutlak bir esareti görmemiş olan Urfa halkı, o günde göğsü aşk ve imanla dolu olan bir Türk askerini görmek ve onu derin sevgilerle kucaklamak istiyordu. Urfa, böyle facia ve kötü hareketlerin acıları içinde çırpınırken, Türk'ün zulmetlere bürünen güneşi yavaş yavaş ışıldıyor, duygulara hayat ve kuvvet veriyordu. Artık yenilginin ilk hamlesiyle sersemleyen beyinler, istiklallerini düşünmeye başlamışlardı. Bu sırada Mustafa Kemal Atatürk tarafından vatanın kurtuluşuna en önemli meseleler hallolmaya, en muadil kararlar tatbik edilmeye başlamıştı. İç Anadolu'dan kulağına istiklal şarkısı çalınan Urfa, hemen mücadeleye atılmış ve mücadelenin güçlü bir sahnesini oluşturmuştu. Urfa'nın ve Siverek'in kahraman halkı başlarındaki büyük bir dehanın ilhamlarından sürekli feyiz ve kuvvet alıyorlardı. Urfa, istiklalini kurtarmak için ilk ateşini açmış ve o günde memleketine karşı büyük bir aşkla bağlı olan ve Mustafa Kemal'den ilham alan Ali Saib Bey gibi bir kahramanı da bulmuştu. Ali Saib Bey, şehrin tahliyesine dair ultimatoyu vermiş ve 9 Şubat 1920 tarihinde Fransızlarla mücadeleye başlamıştı. 9 Şubat 1920 tarihinde başlayan ve 11 Nisan 1920 tarihinde tesadüf eden Cumartesi gününe kadar devam eden Milli Mücadele, Fransızların şehri terk etmesiyle sonuçlanmıştır. Bugün Urfa, sonsuz başarılarının müziğini sakın bir ruhla dinlemektedir (Karakaş, 2009: 419-422).

1927 Urfa Salnamesine göre Urfa'nın Ahvali Tarihiyesi incelendiği zaman, Urfa'nın ilk vilayet salnamesi olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. 1927 yılında Urfa Valisi Fuad Bey'in döneminde bir komisyon tarafından Osmanlıca olarak kaleme alınmıştır. Bu tarihten sonraki salnameler ise 1967, 1973, 1988 ve 1997 yıllarında İl Yıllığı adıyla çıkarılmıştır. 1927 yılında yayınlanan Urfa'nın ilk salnamesi, halen birçok araştırmacı tarafından kaynak olarak kullanılmaktadır (Güler, 2016: 63).

2.4. YABANCI SEYYAHLARIN GÖZÜYLE URFA

2.4.1. Evliya Çelebi'nin Seyahatnamesinde Urfa

Evliya Çelebi, Seyahatname adlı eserinde Urfa'dan şöyle bahsetmektedir: (Kahraman ve Dağlı, 2003).

Nuh Tufanından sonra yapılan eski şehirlerden biri de budur ki Semud kavminden Ruhay adlı bir melik yapmıştır. Daha sonra melun Nemrud bu Ruha'nın suyu ve havasından hoşlanıp yaşadıkça ilahlık iddiasında bulunmuş ve 200 sene bu şehirde oturmuştur. Hazret-i İbrahim aleyhisselamı bu şehirde Nemrud ateşine attığı mancınıkları açıkça bellidir ki Cenab-ı Rabbü'l-izze Habib'ine (---) suresinde, "Biz de: 'Ey ateş, İbrahim'e serin ve esenlik ol!' dedik." [Enbiya, 69] ayetini kassa yoluyla indirmiştir. Nice bin melikten melike nasip olmuştur.

Hız. İsa, Urfa'ya kayser hükümdar iken seyahat ile bu şehre gelip ibadet ettiği Mesih kilisesi hala mamurdur. İncil'i bu kilisede Havariler yanık ses ile rehavide okuduklarından ruhavi (rehavi) makamı derler. Zira Urfa Kalesi'nin birinci yapıcısı da Ruha'dır. Hala bu şehrin ismi halkın dilinde meşhur galat ile Urfa'dır, ama doğru ismi Ruha'dır.

Daha sonra hicretin (---) sene geçtiğinde Emevilerden Muaviye ibn Ebu Süfyan Şam ve Halep halifesi iken zorla Rum elinden feth edip İslam ülkesine katıp Müslümanların ibadetgahı olduğunda Hazret-i İbrahim Halil ocağı olduğundan Abbasilerden Me'mun Halife Mısır'da Ehram Dağları'nda bulup çıkardığı mal ile bu Ruha'ya gelip ilk başta İbrahim Halil makamını imar etti. Nice melikler de sahip oldu. Sonunda 922 [1516] tarihinde I. Selim Şah Mısır'a giderken feth etti, Hadım Sinan Paşa eliyle.

Daha sonra Sultan Süleyman yazıp Rakka Kalesi Amid hakimi elinden feth olup bu Urfa'yı Rakka eyaletinde beylerbeyilik ettiler.

Eski yapı Urfa Kalesi'nin şekillerinin anlatılması

Bu kale ensesinde, Damlacık adında taşlık ve kalakı yüksek bir dağ vardır ki melun Nemrud'un yaylak tahtgahı idi. Kale bu yüksek dağın ortasında göklere doğru baş çekmiş yalçın tepe üzerinde büyük taşlar ile yapılmış Nemrud işi sağlam sur bir yüksek kaledir. Her taşı fil cüssesi kadar vardır ve yuvarlak şekillidir. Gayet sağlam, dayanıklı, elmas

yüzük gibi bir kale, benzersiz bir rıbat iç kaledir. Burçları ve bedenleri sarp, sağlam ve dayanıklıdır. Toplam (---) adet kuledir. Çevresinde hendeği yoktur. Zira dört tarafı yalçın cehennem kayalarıdır. Ve firdolayı büyüklüğü (---) adımdır. Batı tarafa açılır bir sağlam ve dayanıklı demir kapısı vardır.

İç kale yapılarının anlatılması

Bu iç kalede toplam 20 adet hane vardır. Dizdar ağa burada oturur. Ve toplam 200 adet neferatları var. Cebhanesi, buğday anbarları ve su sarnıçları var. Kale kapısının iç yüzünde (---) (---) camii var. Minaresiz ufak tefek bir camidir. Bundan başka mescit, han, hamam ve çarşı pazardan bir imaret yoktur. Kale içinde olduğundan haneleri bağısız ve bahçesiz neferat haneleri küçüktür. Hz. İbrahim'i melun Nemrud'un ateşe attığı Nemrud ateş-gedesi mancınığı bu kale içinde iki yapma yüksek sütunlar bu kalededir.

Urfa camilerinin özellikleri

Hepsi 22 mihraptır. Evvela iç kalede eski mabed minaresiz (---) camii ve Paşa Sarayı yakınında kalabalık cemaate sahip **Kızıl Cami** ta Nemrud zamanından beri eski mabet imiş. Harun Reşid fethinde kiliseden çevrilip Müslüman mabedi olmuştur. Hala minaresi erganun çanı haneleridir ki seyredilmeye değer yüksek minaredir.

Ak Cami bu da eski mabedir.

Hazret-i İbrahim Halil Camii: İlk yapıcısı Me'mun Halife'dir.

Pazar Camii, cemaati çoktur.

Sultan Hasan Camii, bu da bakımlı camidir.

Nar-ı Tecelli Camii, Caygırlı Camii, Ahaveyn Camii yani iki karındaş camii bakımlıdır.

Ve Tabahane Camii.

Bu yazılan altı adet camilerin hepsine İbrahim Halilullah Nehri uğrayıp havuz, şadırvan ve fıskiyelerine uğrayıp selsebil gibi akar ve kalabalık cemaat ondan abdest tazelerler.

Bey Kapısı Camii, Hekim Dede Camii, Kara Meydan Camii ve Uğurlu Meydan Camii, bu da eski mabedir. Bunlardan başka 67 adet mahalle mescitleri vardır. Bazı mahallede iki-üç zaviye vardır. Zira vilayet halkı gayet musalli kimseler, tarikat sahibi, dünyadan geçmiş halim ve selim adamlardır.

Medreselerinin anlatılması:

Tamamı (---) adet medreselerdir. Evvela **Kızıl Cami** medresesi, **Firuz Bey** medresesi ve Sultan Hasan medresesi. Her camide medreseler var, ama bunların özel dersiamları ve evkafları vardır.

Urfa tekkelerinin anlatılması:

Tamamı (---) adet şanlı derviş tekkeleridir, ama bunlardan Hazret-i İbrahim Halil Tekkesi kale içinde, iç hisar eteğinde Me'mun Halife yapısıdır. Hazret-i Halilürrahman Tekkesi ve makamı, Rum, Arap ve Acem'de kısacası bütün İslam memleketlerinde meşhurdur ki melun Nemrud tanrılık iddiasında olup kartal kuşlarıyla göğe yükselerek

haşa sümme haşa “Gök tanrısı ile ceng ederim” diye göklere ok atar. Tanrı'nın emri ile kartal kuşlarına bağlı sandukasına yine kanlı ok düşüp haşa ve kella “İşte gök tanrısını öldürdüm, yalnız başına yer ve gök tanrısı benim” diye tanrılık davasına kalkışır. Bunun üzerine Cenab-ı Bari Hazret-i İbrahim'i gönderip imana davet edince bu şehir içinde Hazret-i İbrahim'i şakalayıp elini kolunu bağlayarak büyük bir mağarada haps eder. Dağlar kadar odunlar yığıp büyük bir Nemrud ateşi yakar, hala inkarcı Nemrud'un ateş yaktığı yer meşhurdur ki Urfa Şehri içre Hazret-i İbrahim Tekkesi zemininde idi.

Hazret-i Risalet-penah annesinden doğdukları Rebiülevvelin on ikinci gece isneyn gicesi olduğu mübarek gecede Medayin'de (Sasani imparatorluğunun başkenti olan ünlü tarihi şehir) Kisra taki (kemer) yıkılır. İsvan şehrinde aynü'l-leben (süt pınarı) kurur. Mekke şehrinde Safa ve Merve arasındaki putlar baş aşağı olur. İskenderiye'de sütun yıkılır. Trabzon'da balık tılsımı direği suya batır. Makedon-ı Kostantiniyye'de karada ve denizde 366 tılsımın tamamı yıkılır. Ayasofya kubbesi, Roma papa kubbesi ve bunun benzeri nice tılsımlar yıkılıp o Peygamberin doğduğu gecede bu Urfa şehri içindeki Nemrud ateşi söndü. O ateşe melun Nemrud Hazret-i İbrahim'i mancınık ile atar. Ta ateşin içine havadan uçarak ateşin içine düşünce Cenab-ı Bari (---) (---) suresinde “Biz de: ‘Ey ateş, İbrahim'e serin ve esenlik ol!’ dedik.” [Enbiya, 69] emriyle ateşe Tanrı emredince o an ateş İbrahim'e gül bahçesi olup ateş içinden bir hayat pınarı doğup Rabbü'l-izzet kudretini hikmetini göstermek için o tatlı pınarın dört tarafında gül-i gülistan ve sümbül ve reyhan bahçeleri olur. Güzel sesli bülbüller ve türlü türlü kuşlar cıvıldaşarak kanat çırpıp uçuşmadalar, yine etrafında Nemrud ateşi yanmaktaydı.

Bu hikaye bütün tefsir kitaplarında ve diğer güvenilir kitaplarda ayrıntılarıyla yazılmıştır.

Sözü uzatmaya hacet yoktur ama hala anılan Nemrud ateşi içinden ortaya çıkan hayat suyu Halilürrahman Tekkesi içinde büyük bir kaynaktır ki bütün şehrin camilerini, han ve hamamlarını, bütün hanelerini, saraçhane ve debbağhaneyi sulayan o hayat suyu Halilürrahman pınarıdır ki içinde nice bin türlü balıklar yüzgeçlik ederler. Hatta Sultan IV. Murad Han efendimiz Bağdad fethine giderken bu türbe ziyaretine gelip seyr ederken iki adet balık avlattırıp kulaklarına birer altın küpe geçirmişlerdir.

Sözün kisası, acaip ve garip gezinti yeri bir tekkedir ki övülmesinde dil kısa kalır. Çeşit çeşit sofralar, gül-i gülistanlı odalar, kiler, mutfak ile süslenmiş ve türlü türlü misafirhaneler ile bezenmiş büyük bir tekkedir. Şeyhi Hazret-i Şeyh Ali Efendi yarandan arif-i billah sofrası sahibi, gurbete düşmüşleri sever bir er, hünerli bir yiğit, nefes sahibi, tarikat önderi, sadık amil, araştırmacı alim kimse idi.

Yedi gece konuğu olup Murtaza Paşa efendimizin gönderdiği hediyelerini teslim edip hayır dualarıyla nasiplenip hisse sahibi olduk. Bir adam yedi gece ve yedi gündüz bu tekkeyi ziyaret etse yedi dileği yerine gelir. Saf suyundan hafakan (yürek oynaması)

hastalığına yakalanan adam içse Allah'ın emriyle o hastalıktan kurtulur. Onun için bu Urfa hakkında hafakan hastalığı olmayıp sağlıklı olurlar.

Bu kutlu türbede nice fakr u faka erenleri olmuş yalın ayak başı kabak "fakirlikle övünür" (---) (---) tarikatında hal sahibi dünyayı terk etmiş, arif-i billahlar var, himmetleri hazır u nazır ola.

Urfa'nın acaip ve garip yapılarının anlatılması

Urfa iç kalesinin doğu tarafı ensesinde Damlacık adıyla bilinen yüksek bir dağ vardır. Melun Nemrud'un yaylağı ve tahtgahı idi. Bu yüksek dağın eteğinde ve şehir içinde nice bin mağaralar vardır ki her birine ikişer-üçer yüz at ve diğer binek hayvanları gibi hayvanlar sığar. Ve nice bin Arap ve Kürt kavimleri konar mağaralardır, ama Azer oğlu Hazret-i Halil İbrahim makamı olan mağara bir aydınlık mağaradır. Ve bir daracık kapısı vardır. Melun Nemrud Hazret-i İbrahim'i ateşe atmazdan önce bu mağaraya aç ve susuz olsun diye haps eder. Tanrı'nın emriyle mağaranın bir tarafından saf bir su kaynayıp dışarı akmaya başlar. Bu mucizeyi nice ikarcılar görünce,

"La ilahe illallah İbrahim Halilullah (Allah birdir, İbrahim Allah'ın halilidir)" diye İslam ile şereflenirler. Hala o İbrahim makamı mağaradan o saf su akıp durmaktadır. Her kim bu sudan içse koyun eti yemiş kadar olup sağlıklı olur.

Başka özellik: *Kırk gün içen kırk türlü hastalıklardan kurtulup vücudu beyaz inci tanesi gibi ola.*

Diğer özellik: *Üç sabah içen hileden, sevdadan, malihulyadan, korku ve dehşetten kurtulup saf ayar ola.*

Başka bir özellik: *Bir adam ne kadar evhamlı olsa bu kaynaktan üç gün içse gayet cesur ola.*

Diğer bir özellik: *Bir adam o sudan içse zahir (iç ağrısı) hastalığına da tutulsa bile kurtulur.*

Özellik: *Eğer o adamın tabiatı kuruluk ise mutedil (orta halli) ola. Allahu Taala'nın emriyle bu su Hazret-i İbrahim Halil için aktığından ve içerek susuzluğunu ve açlığını giderdiğinden tabiat sahibi hekim meşrepli olanlar bu pak pınarın yetmiş adet faydasını gözlemlemişler, gayet denenmiştir. Allah'ın emriyle süt lezzetindedir. Temmuz'da gayet soğuktur, kış vaktinde gayet ılıcaştır gusl olunur. Kısacası Halilullah mağarası ziyaret yeridir.*

Diğer acaiplik: *Bu Urfa şehri kayalarında büyük mağaraların çok olmasının aslı keferelerinde her biri birer çeşit puthane imiş. Ve her birinde nice bin ruhban, kıssı, patrik, kalayoroz, keşiş, ladika, rahip ve vesveci şeytan şekilli kefereler ile dopdolu imiş. Ve her bir mağaranın birer gün ziyareti olmuştur. Bu hesap üzere gün başına birer puthane mağaraları vardır. Yunanlı Yanvan Tarihi'ne göre Hazret-i Davud Kudüs-i Şerif'de Mescid-i Aksa'yı yapmadan önce Nasara'nın kibleleri mabedhanesi bu Urfa şehri idi. Hala Kudüs'den sonra bütün Hıristiyan milletler bu Urfa'yı ziyaret ederler. Daha sonra Hazret-i*

Mesih Kudüs'de Beytullahm adlı yerde doğduğu için ona itibar eder, ama yine bütün Hıristiyanlar bu Urfa kiliselerine dip Frengistan'dan adaklar gönderirler.

Hazret-i Mesih mucizesinin anlatılması

Urfa şehri içinde Halilürrahman Tekkesi yakınında Çanlı Kilise derler eski yapı bir sanatlı büyük kilisedir. Hazret-i Mesih mübarek yüzlerini sildiği makrama (havlu, mendil) ondadır ki o kilisenin hazinesinde çok sıkı saklanmaktadır. Zira melikler tarafından korkarlar ki sultanlar haberdar olurlarsa o havluyu hazineye alırlar diye korkup saklarlar. Şehir ileri gelenlerinin bile bu Hazret-i İsa'nın mendilinden haberleri yoktur, ama bu hakir Rumlar ile çok kaynaşır onların Yanvan Tarihlerini dinlediğimden dolayı Bağdad'a giderken bu Urfa içinde o kiliseye girip ruhbanlardan makramayı görmeyi rica ettim.

"Bizim kilisemizde o çeşit makrama yoktur" diye inkar ettiler. Hakir İncillerine ve Hazret-i İsa hakkına yemin edip kimseye o makramanın durumunu açıklamam diye söz verdiğimde hakiri bir karanlık mağaraya götürdüler. Hizmetçilerim dışarıda kalıp o mağara içini 12 cevahir kandille aydınlattılar. Bir dolaptan bir sanduka ve o sandukadan bir cevahirli kutu çıkardılar. Türlü türlü ağlayış ve inleyişlerle cevahir kutuyu açınca dimağımı misk ve ham amber kokusu kokulandırıp el havlusunu görmüş olduk.

Dört köşe bir bal renginde havludur. Uzunluğu ve genişliği iki arşın gelir. Mekke hurması lifinden eğirilip dokunmuş. Hazret-i İsa, Tur-ı Sina'ya Rabbü'l izzetin cemalinin tecellisi için çıktığında kendine tecelli nasip olmuş, Rabbü'l izzet'den utandığından İsa Nebi terlediklerinde bu mendil ile mübarek yüzlerini silmişlerdi. Allahu Taala'nın emriyle mübarek yüzlerinin nurlu şekli mendile tesir edip kudret eliyle yazılmış bir açık sihir gibi İsa resmidir ki gören onu canlı zan eder. Hemen bir nefese muhtaç Mesih suretidir ki işve ve bakışta tebessümde sanki hayattadır. Hele bu hakirin şüphesi kalmadı ki Hazret-i İsa tesirinin şeklidir.

Ve hakir bu kadar maarif erbabı ile görüşmemizde ve bu seyahat koşuşturmalarımızda nice bin sihir mertebesi hayal-pesend marifetler gördüm, bu da onlar gibi bir ruhi boya ile Frenk Mani kalemi olmasın diye çok dikkatlice bu şekle tam dikkatle baktım, ama yakın ilmi ve gerçek yakın hasıl ettim ki hemen bu mendildeki heybetli şekil Hazret-i İsa suretidir. Zira insanoğlu gördüğünde vücuduna titreme gelip insanı dehşet alır. Bu şekilde bir makremedir. Teberrüken bu hakir sağ elimle makremeyi mesh edip yüzüme sürüp bu makremeyi bu şekilde seyr ettim. Vesselam.

Bu kilisede Hz. İsa zamanında erganun ve çanı bir çeşit makam ile çaldıklarında o makama Rehavi dediler. Zira şehrinin ismi de Ruha'dır. Onun için Rehavi derler.

Garip ibret verici hikmet: *Hazret-i Halilürrahman Tekkesi yakınında yüksek bir ağaç vardır ki dünyanın acaipliklerinden garip bir ağaçtır. Her ne zaman ki yedi iklimde iki padişah birbiriyle savaşmaya ve çarpışmaya kalkışsalar Tanrı'nın emriyle o mağlup tarafına ağacın bir tarafı oyulup kırmızı kanlı su akmaya başlar. Hatta IV. Murad Han cennet benzeri Bağdad'ı kalleş Kızılbaş elinden feth etmeye yönelip bu Urfa'ya geldiklerinde bu ağacın Bağdad tarafından 40 adet delik delinip ondan kanlı su akmaya*

başlar. Bağdad'da 40.000 adamdan kan akması işareti derler. Hala “Akan kanlı suyu o sene gördük” diyen adamlar ile konuştuk.

Diğer menkıbe: Yine bir kere bu ağacın Rum tarafından bir büyük dalı kırılıp yere düşer. Bütün belde halkı Rum'da bir padişah ölür derler. Meğer Sultan Osman Han asrında bir dalı kırılıp Osman Han Hotin seferinden geldiği gibi Sultan Osman üzere kul ayaklanıp Osman Hanı şehit ederler.

Tanrı'nın hikmeti Murad Han Bağdad'ı feth edip 40.000 dizçöken Kızılbaş kılıçtan geçirir. Anılan ağacın kırık yerinden kanlı su akması işareti bu şekilde ortaya çıktı. Ve bir büyük dalının kırılması, Murad Han Bağdad'ı feth edip Asitane-i saadetine varınca vefat etmesi işaretidir. Bu gibi misal Mısır'da da Cuşi Dağı'nda elbette bir padişah ölse bir kaya parçası kopar. Bu da büyük bir alamettir ki meşhurdur, ama bu Urfa'daki garip ağacın yedi adet büyük dalları var ki yedi iklim padişahına ve yedi gezegene delalet ederler, ama hakir ağacından kanın aktığını görmeyip “Gördük” diyen yaşlı, mümin, muvahhid ve güvenilir adamların tanıklıklarıyla yazdık.

Tanrı'nın hikmetinin işareti: Halilürrahman makamının içinden akan İbrahim pınarında olan balıklar, herhangi bir diyarda iki padişah birbiriyle ceng edecekleri sırada bu akarsuyu içinde bir tane balık kalmayıp kaybolur. Nice zamandan sonra bütün balıklar ortaya çıkıp kanları akarak ve ciğerleri çıkararak gelip kimi ölür, kimi solur, kimi eski eşini bulur ve kimi ölmeden kurtulup zayıf ve bitkin gezerler. Aceb büyük hikmettir.

Diğer hikmet: Bu Halilullah makamında olan balıkları avlamak yasaktır. Bir kere bir herif bu balıklara semmü's-semek yani balık otu döküp nice bin balıklar zehirlenip öldüklerinde kötü işli herif ölü balıkları eteğine doldurarak evine götürüp yediğinde balıklardaki zehir herife ve çoluk çocuğuna tesir ederek yedi adet insan zehirlenerek ölürlür. Yakın zamanda olduğundan bilinir, ama İbrahim Peygamber makamı dışındaki balıklar avlansa asla zarar etmez. Bu da Tanrı'nın bir sırrıdır.

Diğer gariplik: Urfa yakınında Temaşalık adında bir dere var. Onda nice yüz adamlar atları, develeri ve katırlarıyla Allahu Taala'nın emriyle tamamen kara taş olmuşlardır. Hatta bunlar hakkında vilayet ileri gelenlerinden nice alim, fazıl ve salih kimseler buyurdular ki “Hazret-i İbrahim'i melun Nemrud ateşe attığında bu taş olan adamlar canla başla dağlardan odun getirirken Hazret-i İbrahim beddua edip bütün mallarıyla taş olmuşlardır. O mahalde katırlara da beddua edip ‘Katır doğurmasın, ama gayet cefakar ve yük çekici olsun’ demişlerdir.” Hala günümüzde de katır doğurmaz.

İbrahim Halil mancınığının özellikleri

Urfa'nın yukarı kalesi içinde bir yalçın tepe üzerinde göklere baş çekmiş şehre eğimli bir kızıl kaya üzerinde mancınık alameti odur ki; Hazret-i İbrahim melun Nemrud'u dine davet ettiğinde İbrahim Nebi'yi haps edip bu mancınıkı icat etmiştir. Anılan kaya üzerinde minare mili gibi iki adet yapma sütunlar vardır ki göklere baş uzatmıştır. O zamanda zemberekleri, sapan keffi (tabanı) gibi keffi ve kalın ipleri var imiş. Hala zamanımızda mübarek bayramlarda bid'at olan salıncak tabir ettikleri gibi salıncağa

Hazret-i İbrahim'i koyup nice yüz Nemrud kaymini salıp ta anılan mahalle gelince İbrahim Nebi havalandığı an zemberekleri bırakınca İbrahim Nebi havaya uçar. Yedi kere yıldırım gibi Cebrail inip,

“Ey İbrahim seni kurtarayım” deyince,

“Beni Allah kurtarır, sığınağım odur” der ve ateş içine düşünce Cenab-ı Kibriya, Hazret-i İbrahim'e ateşi gülistan eyledi. Hala o iki adet mancınık direkleri kalede bellidir ki ibret verici eserlerdir ama hala aletleri yoktur, vesselam.

Bu Urfa şehri içinde nice bin acaip ve garip eserler vardır ki ayrıntılarıyla yazılmaya muhtaçtır ama bu hakirin bu kadar bilgisi olduğundan bu kadarca yazdık, vesselam.

Urfa şehrinin ziyaret yerlerini bildirir

*Evvela şehir içinde bir büyük ağaç kökü vardır, ona **İbrahim ağacı kökü makamı ziyareti** derler. Melun Nemrud zamanında Hazret-i İbrahim dünyaya geldiğinde bütün müneccimler, “Ey Nemrud! Bu saatte bir çocuk dünyaya geldi, senin devletine, dinine ve canına kasd ediserdir, tez onu buldur” diye uyardıklarında bütün şehri araştırıp anasından yeni doğmuş bütün taze bebeklerin nice binini o saatte öldürdüklerini İbrahim Peygamber'in annesi duyunca İbrahim'i anılan ağaç kovuğu içinde saklayıp gider. Derhal Hazret-i Cibril-i Emin Hak tarafından bu ağaç kovuğu içine girip Hazret-i İbrahim'e dadısı gibi hizmet eder, İbrahim parmağını ağzına koyup emer. Allah'ın emriyle Hazret-i İbrahim'in yine kendi parmağından süt akıp İbrahim Nebi onunla karnını doyururdu. Hala zamanımızda da bebeklerin beşik çağında iken parmaklarını emmeleri mukarrer olduğu Hazret-i Cibril-i Emin'in öğretmesiyle Hazret-i İbrahim'den kalmıştır. Hala o ağaç nice bin yıldan beri çürüyüp zeminde kökleri kalıp bilen kimseler ziyaret ederler ki İbrahim Nebi makamı derler.*

2.4.2. Alman Mareşal Helmuth Von Moltke'nin Mektuplarında Urfa

2.4.2.1. Helmuth Von Moltke (1800 Parchim-1891 Berlin)

Öğrenimini Kopenhag Kraliyet Askeri Okulunda tamamlayarak Danimarka ordusunda görev almıştır. Prusya Muhafız Alayına 1822'de Teğmen olarak girmiş ve Frankfurt an der Oder'de görevlendirilmiştir. 1825'de Bad Salzburg'da modern diller üzerine çalışan von Moltke, 1828'de Genelkurmayın Berlin'deki Topografya Dairesine atanmıştır. 1832'de Prusya Genelkurmayına alındıktan bir yıl sonra üsteğmenliğe yükselmiştir. Osmanlı padişahı II. Mahmud'a, 1835 sonlarında Osmanlı ordusunun modernleştirilmesi için danışmanlık yapmakla görevlendirilmiştir. 1836'da da Osmanlı Devletinin emrine girmiştir. İstanbul'da bir süre çalışıp Balkanları gezmiştir. Osmanlı

ordusunun Haziran 1839'da Nizip'te Mısır Valisi Kavalalı Mehmed Paşa karşısında uğradığı ağır yenilginin nedeni, Osmanlıların von Moltke'nin önerilerini dikkate almayışına bağlanmıştır. 1839 sonlarında Almanya'ya dönen von Moltke, 1891'de bir Berlin yolculuğu sırasında 91 yaşında hayatını kaybetmiştir (Güler, 2016).

2.4.2.2. 6 Nisan 1838 Tarihli Mektupta Urfa

Urfa, eski Edessa, Osrhoene Krallığı'nın başkenti idi. 216 yılında imparator Severus'un zamanında oraya ve Nisibis'in (Nusaybin) tahkimi suretiyle de Fırat'ın öbür kıyısına yerleşmiş olan Romalıların bir kolonisi oldu. Urfa, kilise tarihinde meşhur Edessa Tasviri ile ilgiyi çeker. İsa'nın ölümünden ta yüzyıllarca sonra Hıristiyan toplulukları arasında tasvirlerle ibadet yayılmıştır. Bu sebeple Kurtarıcı'nın yüz hatlarının herhangi bir tasvirini gerçeğe sadık ve doğrudur diye ileri sürmek kolay bir şey değildir. Bununla birlikte Kral Abgar'a dair olan Suriye (doğrusu Süryani) efsanesi hatırlardadır; buna göre kral, İsa'yı arayıp bulur. Ona, Yahudilerin kötülüklerinden korunması için Edessa'ya takdim eder, kendisi de İsa tarafından iyi edilir ve İsa'dan, yüzünün bir beze çıkmış olan harikalı tasvirini hediye olarak alır. Beşinci yüzyılda Ermeniler bütün resimlere tapmayı kötü gördükleri gibi bu masalı da reddetmişlerdi; bugün ise buna inanmaktadırlar ve efsane halk ağzında yaşamaktadır. Bana şehrin bir çeyrek saat doğusunda bir mağara içinde gizli bir pınarı gösterdiler; beni oraya götürülenlerin hikayesine göre resmi taşıyan adam hemen hemen şehrin surlarına varmışmış, tam o sırada bir bölük atlı ona bu pınarda yetişmiş, o da bu mağarada saklanmış, fakat gelen atlılar onu taşıyarak öldürmüşler ve böylece resim yüzyıllarca müddet gizli kalmış; sonunda keşişler onu, uygun gördükleri bir zamanda meydana çıkarmışlar. Mucizeler yapan resim, Edessa şehrinin bir düşman tarafından asla zapt edilemeyeceğini müjdelemiş. Gerçekten de şehir, (Hüsrev-i) Nuşirevan'ın idaresindeki İranlılar tarafından iki defa kuşatılmış, fakat dayanabilmiş. Ama Araplar burasını zapt etmişler ve kutsal resim 300 sene kafir elinde esir olarak ıstırap çekmiş nihayet İstanbul imparatoru onu 12.000 gümüş ve 200 Müslüman esiri karşılığında satın almış. Edessa tasviri meşhur Veronika veya Ter Bezi ile rekabet etmektedir. Söylendiğine göre de halen Cenova'dadır (Güler, 2016: 51).

Urfa bugün de büyük ve güzel bir şehirdir, tamamıyla taştan yapılmıştır. Azametli surları ve hakim bir kaya üzerinde kalesi vardır. Kalenin üzerinde iki yüksek sütun bulunmaktadır, fakat bunlar tek parça taştan değildir; güzel işlenmiş başlıkları vardır ve Roma kartallarıyla süslenmiştir. Şehrin içindeki bir bina ile bir kulenin (şimdi cami), güzel yontulmuş taşların harçsız olarak üst üste konması suretiyle yapılmış olan duvarları çok eskidir. Kalenin eteğinde birçok pınarın suları iki havuzda toplanır; bunların etrafı yüksek söğütler, çınarlar ve selvilerle çevrilmiştir. Yanlarında da güzel kubbeleri ve minareleriyle

bir medrese yükselir. Duru suyun içinde sayısız sazan balıkları yüzer; bunlara kimse dokunmaz, çünkü mübarektirler ve kim bunları yerse gözü kör olur!

Urfa, çıplak kayalıklara yaslanmıştır; buradan çöl başlar. Çöl, uçsuz bucaksız bir alandır. Şu anda yemyeşil, fakat nerede ise kuruyacak. Urfa'nın meyve ve söğüt ağaçları kum ve taş çöllerinin arasında bir vaha meydana getiriyor. İki tuğlu Şerif Paşa, beni pek iltifatla kabul etti. Onun misafiri olmam lazım geldi, Cuma olmasına rağmen askere atış talimleri yaptırdı.

Urfa'dan buraya, Diyarbekir'e kadar olan alan- mektubuma Diyarbekir'de devam ediyorum – insanın tasavvur edebileceği en kasvetli çöldür. Siverek şehri hariç, bu 40 saatlik mesafede içinde insan yaşayan sadece dört köy gördüm, geri kalanları kışın Arapların yuvalandıkları taş yığınlarından ibaret. Kuyular çok az, derelerde su yok, hatta herhangi bir zamanda su bulunmuş olduğuna dair hiçbir iz yok, bunula birlikte merhaleden merhaleye ayvat'lar (doğrusu hayrat) yani üzerleri kubbeli sarnıçlar var. Kışın sular çıplak taş zemin üzerinden bunların içine akarak toplanıyor. Hayratlar dini vakıflardır ve yazın Türkmenler ve Araplar yüzbinlerce baş hayvanlarıyla bunların etrafında toplanırlar; bu sebeple de su çoğu kez Haziranda tükenir. Bazen su pek derindedir ve uzun, dar merdivenler ta aşağıya, o kadar hasret çekilen elemana kadar iner. Buralar geceleri yüzlerce yabani güvercinin toplandıkları yerdir, rahatsız edilince geleni kanat çırpmaları ve büyük bir gürültü ile ürkütürler.

Bazalt döküntüleri, biricik dar patikadan bin zahmetle ayıklanmıştır. Gece ta geç vakte kadar, parlak ay ışığı altında bu çölde ilerledim; nadir olarak, uzun mızraklı bir atlı kıtasına rastlanıyor ve selam verilip alınıyor: "Selamün Aleyküm! Aleyküm Selam!". Ara sıra, taşlar arasından bin zahmetle yem arayan bir deve sürüsü ve onların yanında çobanların kara çadırları ile karşılaşılıyor. Sürücü, nakaratı: "Aman! Aman! (Merhamet! Merhamet!) olan bu, Tuna kenarında da Fırat kıyısında da duyulan aynı şarkıyı söylüyor. Bazen bana, sanki uyuklamış, Mezopotamya'da olduğum rüyasını görmüş ve uyanmışım gibi geliyor.

Hemen hemen her dağ güzeldir; şimdiye kadar gördüklerimden sade Fırat'la Dicle arasındaki Karacadağ bundan müstesna. 3-5 dereceyi geçmeyen daimi tatlı bir meyille iki günlük yol gidiyorsun ve birdenbire kendini karlar içinde bularak şaşırıp kalıyorsun. İnsan ovada olduğunu sanıyor, halbuki bu dağ muhakkak ki 5000 ayak yüksekliğinde ve fırtınalarıyla sert iklimi yüzünden meşhur. Ben çok erkenden yola çıkmıştım. Dağın doruğunu aştığım zaman güneş doğdu ve Dicle ilk kırmızımı ışıklarla parladı. Öğleye doğru fırtına ve dolu altında Diyarbekir'e vardım.

2.4.2.3. 27 Ocak 1839 Tarihli Mektupta Urfa

... Çok zahmetli bir yolculuktan sonra beşinci günün akşamı, Adıyaman ve Samsat üzerinden, Urfa'ya vardım (Güler, 2016: 57).

Bu şehir, alçak, kara ve garip manzaralı sıra dağların yamacında ve çölün başlangıcında, Kürt ve Arap aşiretlerinin orta sınırındadır. Şehrin surlarının içinde birçok kubbeler, minareler, selviler ve çınarlar görürsün. Taştan son derece zarif bir şekilde yapılmış evler, ince sütunları, sivri kemerleri ve çeşmeleriyle Arapların Muhammed dininden aldıkları heyecan ve ilhamla medeni dünyanın bir kısmını zapt ettikleri ve kendilerinin medeniyet, ilim ve sanatın koruyucuları oldukları zamanları hatırlatır. Sur kapılarının dışında bunların şimdi ne olduklarını görürsün; bir alay harabe orada oldukça geniş bir alanı kaplar. Çölün evlatları oraya gelirler, nereden geldikleri bilinmez; birkaç gün kalır, sonra yine ayrılırlar, nereye gittikleri de bilinmez. Yüzlerce saat, deniz gibi enginlere açılırlar. O ev demeye dilin varmadığı taş yığınları arasında, kısa kara sakallı, ateş gözlü esmer insanlar görülür; insandan ürkek ürkek kaçarlar, etraflarını çekingen bakışlarla süzerler. Onların halinden yabancı oldukları ve develerinin otlayamadığı, duvarların görüşü sınırladığı ve hırsızlığın cezalandırıldığı yerlere yabancı kalmak istedikleri görülür.

Urfa'da şimdi, yazın birlikte Kürtlere karşı sefere çıkmış olduğum kıtaların çoğu bulunuyor. Burada eski ahabplar beni karşıladı ve gösterilen dostluk beni gerçekten memnun etti. Urfa Valiliğine tayin edilmiş olan Müşir Mehmet Paşa, beni kendi yanında alıkoydu ve bir çeşit iç kale olan sarayda bana oda hazırlattı. Atlar, hizmetçiler, mükemmel yemekler, ağırlamalar, iltifatlar, özet olarak bu memlekette ikram edilebilecek her şey emrime hazır idi. Ertesi gün Cuma idi, yani Türklerin pazarı. Burada adet, bugün şehrin kapısı dışındaki bir meydanda, cirit oynamak için toplanmak. Paşa, beyler, şehrin en ileri gelen ve aşağı halkı, sadece kimin iyi bir atı varsa hepsi buraya toplanıyor. Araplar beyaz abalarını sol omuzlarına atmış, ciritlerini sağ elleriyle havaya kaldırmış, narin kısıraklarını, güzel tımar edilmiş zengin takımlı atları, kavukları, kırmızı, mavi ve sarı elbiseleriyle son derece muhteşem bir alay teşkil eden Türklerin arasında oynatıyorlardı. Gerçi meydan, bizim taraflarda üzerinde at sürmek için seçilecek gibi bir yer değil; çünkü taş ve molozla örtülü; fakat bu insanlardan daha tasasızca at sürülemez. Bunların doludizgin uçarken atlarına birden çark ettirdiklerini ya da ani olarak durdurduklarını görenler bu atın çok defa onların servetlerinin yarısını, hatta bütününi oluşturduğunu hiç düşünmemeli. Halk hiçbir tertibe lüzum kalmadan hemen karşılıklı iki bölüğe ayrılıyor. Kim isterse ileriye at sürüyor, o geri gelir gelmez başka biri onun ardından hücum ediyor, ona yetişmeye çalışıyor ve kısa üzengilerinin üzerinde doğrularak temreni bulunmayan üçayak uzunluğunda, parmak kalınlığında, hatta biraz daha da kalın bir harbeyi fırlatıyor. Bu değnek adamakıllı vuruyor ve çarpıyor, fakat bir kazanın duyulduğu da vaki değil. Her

ne kadar daima kovalama sırasında cirit atılırsa da hasmının gözüne rast getirmek tehlikesi bu yüzden büsbütün ortadan kalkmış değil, çünkü kaçan, ciritten kaçınmak ya da onu eliyle yana doğru çelmek için hep arkasına bakıyor. Birçokları sopayı yakalıyor ve kendisini kovalayana fırlatıyor. Fakat şuna da dikkat ettim ki, aşağı payede olanlar kibarlara atarken çok dikkatli davranıyor, adeta atıyormuş gibi yapıyor. Atlar da bu oyundan binicileri kadar çok hoşlanıyor gibi. Paşanın henüz huyunu suyunu tanımadığımdan bir atına binmiş olduğum için kalabalığa karışmaktan çekindim. At tepinmeye ve kişnemeye başladı; dizginlerini salıverince öyle hızla koştu, aynı zamanda dizgin ve diz temasına o kadar itaat etti ki, en kötü binici bu işten şerefle çıkardı.

Eski kurşuni kalenin dibindeki bu heyecanlı sahne, geride fon olarak uçsuz bucaksız çöl, güzel ve karakteristik bir tablo meydana getiriyor.

Dün, şehrin yakınındaki bir dağın tepesinde bulunan mağaraları (taş ocaklarını) ziyaret ettim. Surlar, camiler, kervansaraylar ve hamamların bütün taşları buradan çıkarılmışa benziyor. Bu yüzden meydana gelen mağaralar fevkalade büyük. Bir tanesinin içinde atla 150 adım ilerledim, 8-10 arşın yüksekliğinde, fakat asıl şaşılacak şey 30-40 arşın geniş oluşu; çünkü bu genişlikte, fakat kemerli değil de tamamıyla düz ve yatay, direksiz ve desteksiz bir tavanı başının üstünde asılı görmek insanı adeta korkutuyor. Bu mağaralar 2000 beygiri alabilir, ama ne yazık ki burada hiç su yok. Benim şehirde en sevdiğim gezinti yerim, dupduru su ile dolu ve içinde sayısız balıklar yüzen bir havuz. Bu hayvanlar “ziyaret” yani mübarektir. Bunları havuza Nemrut koymuş ve kim bunlardan yerse kör olurmuş. Balıklara bir avuç nohut atınca yüzlercesi, bir köpek sürüsü gibi, kıyı boyunca insanın arkası sıra geliyor. Suyun bir kenarını azametli çınarlar çevreliyor, öteki kenarında beyaz kireçtaşından yapılmış, minareleri, zarif oyma taş parmaklıkları ve siyah servileriyle Halilürrahman Camii yükseliyor. Tam da Ocak sonunda, sıcak öğle güneşi altında gezinti yapılacak bir yer.

Şehirden aşağı yukarı bir saat uzakta ve çıplak kayalardan birinin üzerinde, Arapların “Nemrudun Sarayı” dedikleri eski duvarlar yükseliyor. Bunların aslında ne maksatla yapılmış olduklarını tahmin güç; oraya hiçbir yol çıkmıyor, hiçbir ağacın, hiçbir otun yetiştiği de yok, su da büyük sarnıçlarda birikiyor. Görünüşe göre, asil ve sade üslubuyla göze çarpan eski binanın içine daha sonra başka bir bina yapılmış (von Moltke, burada günümüzde harabeleri ayakta duran ve şehrin 10 km. güneyindeki dağlar arasında bulunan Deyr Yakub Manastırı’ndan bahsediyor (Güler, 2016: 59)). Güzel, dört köşeli kulelerden birinde aşağıdaki yazıtı buldum:

“AMACCAMCHC CAREDOY TOY MANNOY GYNH”

(Bahsedilen dört köşeli kule, hemen Deyr Yakub Manastırı'nın kuzeyindeki bir anıt mezardır. Bu tür mezarlara “Burç mezar” da deniyor ve Süryanice’de “Nafşa” olarak biliniyor. Von Moltke'nin mezar üzerinde okumuş olduğu Grekçe metnin tercümesi şudur: “Ma’nu oğlu Şaredu’nun karısı Amaşşamaş.” Yazı stiline göre, bu yapının miladi ikinci yüzyılın sonuna veya üçüncü yüzyılın başına ait olabileceği tahmin edilmektedir. Grekçe metnin aynısı, Palmira Süryanicesi harfleriyle hemen altına yazılmıştır (Güler, 2016: 59).

Günlerce kesilmeden devam eden yağmurun alıkoymasından sonra, ilk açık günde Urfa garnizonu dışarı çıktı ve parıl parıl güneşte ve mızıkla ile Prusya liva talimleri yaptı. Bu bir iki gün sürdü, sonra 9 piyade, 6 süvari taburu ve 4 topla bir manevra yaptık; bu kağıt derecede iyi oldu, askerler bile memnun kaldılar. Bundan sonra Birecik’e hareket ettim ve sana evvelce anlatmış olduğum aynı Çarmelik fırınında geceledim. Akşama doğru 30 baş manda, sığır ve katırın benim salondan geçerek bir arka kapıdan çıkıp gittiklerini görmek beni az hayrete düşürmedi. Eğer buraya bu adı vermek doğru olursa bu “ev” in arkasında geniş bir mağara vardı ve ahır hizmetini görüyordu. Her türlü yapı malzemesinden yoksun olan bu memlekette bizzat tabiatın kireçli kum taşları içinde böyle çok sayıda mağaralar yaratmış olması büyük bir bahtiyarlık.

Birecik paşası Urfa’da bulunuyor; bu sebeple ben bir süreliğine onun konağını işgal ettim. Hizmetime tahsis edilmiş olan bir bölük komutanı yüzbaşı, daimi karşımda divan duruyor ve bana birbiri ardı sıra çubuk (sigara) ikram ediyor; 5-6 ağa da ona bu hususta yardım ediyor. Başlangıçta bu nezaket beni dehşetli rahatsız etti; fakat buna alışmak lazım. Peşimden Emir Çavuşu gelmeden bir adım atabilmem mümkün değil. Ondan kurtulmaya boş yere çalıştım; beni gölgem gibi takip etti. Ben gezmeyi çok sevdiğim, hızlı yürüdüğüm ve topoğrafya çalışmalarından alışkın olduğum üzere uzun adımlar attığım için, zavallı adamcağız bu yorgunluk yüzünden tamamıyla kuvvetten düştü.

Türkler at yahut eşeği olan bir insanın yaya yürümesine asla akıl erdiremezler; durur bakar ve hayretle “Yeriy!” derler. Fakat yalnız gezmek, geleneklere yayan yürümekten de daha büyük tecavüzdür ve insan çok sefalet içinde olmalıdır ki, arkasından gelip çubuğunu taşıyacak hiç olmazsa bir tembeli olmasın. Bir gün Malatya’da cemaatiyle birlikte şehre dönen bir eşekçiye rastladım. Adam herhalde beni paşanın yanında görmüş olacaktı ve bana iltifatta bulunmaya niyetlenmişti; daha ben neye uğradığımı bilmeden beni kolumdan tuttu ve eşeğini önüme çekti, “Bin gözüm!” dedi. Ben teşekkürle yolunda gitmememe müsaade etmesini rica ettim. “Vallah siye yazıktır, yayan yerime!” dedi. Ben ona bir ahır dolusu atım ve katırım olduğumu söyledim, fakat adam aklına koyduğundan vazgeçmedi. Başka çarem olmadığı için ben de -gerçi eşeğe binmedim ama- eve döndüm ve atla gezmeye çıktım, halbuki asıl istediğim yayan gezmekti.

Birecik'teki kıtalar da yine benim eski tanışlarımdı. Her gün talim yapıldı; subaylar, en yükseklerden en aşağıdakilere kadar, öğrenmek için büyük bir istek gösteriyorlar ve manevraların basitliğine çok seviniyorlardı.

Birecik'te Şubatın başında tarlaları yeşil ekinlerle kaplı buldum. Çalılıkların küçük küçük yaprakları vardı ve Araplar nehirde yıkıyorlardı. Son derece enteresan olan etrafın bir planını çıkardım ve eski, harikulade kaleyi sürüne emekleye dolaştım. Burada yüzyıllardan beri yıkılmış olduğu anlaşılan bir sürü kubbe vardı. Bu eski bina dev gibi bir şey, hatta zelzeleler bile onu tahribe muvaffak olamamış. Sana evvelce burasını anlatmıştım.

Portekizli seyyah Tenreiro XVI. yüzyıl başlarında gördüğü Urfa şehrini şu şekilde tasvir etmiştir: “Pek çok yeri tahrip edilmiş, çok eski bir surla çevrilmiş kadim bir şehirdir. Yıpranmış duvar ve surlara bakılırsa büyük bir şehir olduğu anlaşılır. Arazi erzak bakımından bolluk içinde, Hristiyan ve Türkmenlerle meskun.” Rauwolf ise bu şehirde kaldığı beş gün boyunca gördüklerini şöyle anlatmıştır: “Güzel ve muhteşem bir şehir (...) surları da iyi muhafaza edilmiş.” Urfa'nın XVII. yüzyıldaki görünümünü anlatan Tavernier, Katib Çelebi ve bilhassa Evliya Çelebi özellikle Halilürrahman makamı, camisi, Balıklı Gölü, diğer dini-sosyal yapıları ve çarşı pazarıyla ilgili ayrıntılar vermektedirler. Urfa'dan 1766 yılının Mayıs ayında geçen Niebuhr ise, kaleden 12 minare saydığını, şehirdeki evlerin çok iyi yapıldığını, ancak hanlar, pazarlar ve kahvehanelerin o kadar güzel olmadığını belirtmiştir (www.islamansiklopedisi.info).

2.5. TARİHİ VE KUTSAL MEKANLAR

2.5.1. Hz. Eyyüb ve Kuyusu

Urfa'nın en eski mahallerinden biri olan Eyyübiye Mahallesi, tarihi geçmişi çok eskilere dayanan ve tarihte önemli yapılara mekanlık etmiş şehrin güneyindeki en önemli bölümüdür. Bu bölgede bugün 10 mahalle bulunmakta ve 200 bin civarında insan yaşamaktadır. Mahalle 2014 yılında ilçe yapılmıştır (Güler, 2016: 143).

2.5.1.1. Kuyunun Yeri

Günümüzde Eyyubiye ilçesi, Eyyüpnebi Mahallesi'nin güney girişindeki tabelada “Hz. Eyyüb'ün Sabır Makamı” yazılı olan alanda, Hz. Eyyüb'ün hastalığı boyunca

kaldığına inanılan küçük bir mağara, ayağını vurmasıyla yerden çıkan şifalı suyun bulunduğu bir kuyu ve yakın zamanda alanın güneyindeki mezarlık kaldırılarak yerine inşa edilen “Hz. Eyyüb Camii” bulunmaktadır (Güler, 2016: 143).

Kuyu kayadan oyulmuştur. Yüzlerce yıl kullanılmıştır. Kuyunun ağzında taştan bir bilezik mevcut olup su çekmekten dolayı aşınmış ve el derinliğinde oyuklar oluşmuştur. Suyu soğuk ve temiz olup kuyu hiç kurumamaktadır. Kuyunun suyu Hristiyanlar ve Müslümanlar tarafından şifalı su olarak kabul edilmiştir. Hastalar tarafından yıkanmak ve içilmek için kullanılmıştır (Yıldız, 2006).

Sabır Mağarası, gerek Urfa’dan gerekse Türkiye’nin farklı yerlerinden özellikle hafta sonları çok sayıda insan tarafından ziyaret edilmekte ve içinde namaz kılınarak dua edilmektedir. Bunun dışında borularla kuyudan sebillere aktarılan ve şifalı olduğuna inanılan sular hem içilmekte hem de çeşitli kaplarla götürülmektedir. Alandaki Türkçe ve İngilizce tanıtım levhaları bilimsellikten uzak, eksik ve yetersizdir (Güler, 2016: 143).

2.5.1. Hz. Eyyüb Kıssası

Cenab-ı Hak, seçkin bir kolu olan Hz. Eyyüb’ü peygamberlikle görevlendirdi. Onu ve ailesini bol nimetlerle rızıklandırdı. Ona birçok evlat verdi. Malına ve davalarına bereket girdi. Birçok köyü, bu köylerde bereketli toprakları ve sürülere davarı oldu. Yüce Allah’ın (c.c) kendisine verdiği bu nimetlerden kendisi, ailesi ve çevresi bol bol faydalandı. Bu nimetlerden fakir ve fukaraya vererek onların da ihtiyaçlarını giderdi. Cenab-ı Hak, onu imtihan için önce malını ve sürülerini sonra tüm evlatlarını elinden aldı. Varlıktan yokluğa, perişan bir hayata sürüklendi. O ise, “Veren Allah, alan Allah” diyerek isyan ve hüzne girmeden haline şükrederek sabretti. Sarsılmaz bir imanla metanetini kaybetmedi ve ibadetine devam etti. Hz. Eyyüb, bu kaybettiklerinin dışında bir de ihtiyarlık çağında ağır bir hastalığa tutuldu. Her tarafı yara bere içinde kaldı. Çevresindeki uzak, yakın akrabaları ve son olarak hanımı bulaşıcı bir hastalığa tutulduğuna kanaat getirerek onu bir bir terk ettiler. Hiç kimsenin değil de hanımı Rahme’nin kendisini terk etmesine çok içerledi (Güler, 2016: 145).

İnsanlar, Hz. Eyyüb’ü köyden kovdular. Hanımı Rahme onu köyün dışında oldukça uzakta bir mağaraya bırakıp geri döndü. Şeytan, Hz. Eyyüb’e ve Rahme’ye

zaman zaman musallat oldu. Rahme etkisi altında kalsa da Hz. Eyyüb, şeytanı kovarak zerre kadar etkisi altında kalmadı. Mağarada tek başına Rabbine sığınarak ibadetine ve zikrine devam etti. Hanımı Rahme zaman zaman mağaraya gelip onu ziyaret ederdi. Beraberinde yiyecekler getirirdi. Bir müddet kaldıktan sonra onu tekrar yalnızlığa terk ederdi. Böylesi bir durumda eşini yalnız bırakması ve şeytanın kalbine vesvese koymak istemesi bu yüce insanı asla sarsmadı. İbadetinden ve zikrinden alıkoymadı. Vücudunun her tarafı yara bere içinde olduğundan yaralarına kurt düştü. O ise yaralarını kemiren bu kurtçukları yere düşüklerinde kaldırıp vücuduna koyarak “Buyurun rızkınızı yiyin” deyip büyük bir dayanıklılık ve sabır örneği gösterdi. Kurtlar kalbine sirayet etmeye başladığında Allah’a sığınarak “Allah’ım, vücudumu hastalıktan zayıflık ve takatsizlik kapladı. Sana zikir ve takate mecalim kalmadı, merhamete muhtaç bir hale geldim. Sana sığındım, bana merhamet et! Sen ise merhametlilerin en müşfikisin ey Rabbim!” diye dua etti (Güler, 2016: 145) .

Cenab-ı Hak, sevgili kulu Hz. Eyyüb’ün bu duasını kabul etti. Topuğunu yere vurmasını, çıkacak olan su ile yıkanmasını ve bu soğuk suyu içmesini emretti. Hz. Eyyüb bu ilahi emri yerine getirdi ve topuğunu yere vurdu; yerden mucizevi bir su fişkırdı. Hz. Eyyüb bu serin sudan yıkanıp içerek vücudunu onunla temizledi. Hz. Eyyüb böylece hastalıktan kurtuldu. Kendisine uğrayan dert ve sıkıntılar zamanla geçmeye başladı. Eski halinden bir kat daha mal ve davarı çoğaldı. Birçok evlada sahip oldu. Tekrar bolluk ve ferahlık içinde hayatını sürdürdü. Allah’ın verdiği nimetlerden çevresindeki fakir ve fukarayı da faydalandırdı. Böylece imtihanı başarıyla tamamlayarak insanlığa musibetlere karşı sabırlı olmanın büyük bir örneğini gösterdi (Güler, 2016: 143).

2.5.2. Kiliseden Camiye Dönüşüm Öyküsüyle Tarihi Bir Mabet: Selahaddin Eyyübi Cami (Aziz Johannes Prodromos Addai Kilisesi)

Etrafi surlarla çevrili eski Urfa’nın batısında bulunan ve 1926 yılında kuzeyden güneye doğru açılarak “Vali Fuat Caddesi” adını alan ancak daha sonra halk arasında “Büyükyol” ve “Yeniyol” isimleriyle tanınmış caddenin son bölümünde tarihi Cevahir Konukevi’nin karşısında görkemli bir bina dikkat çekmektedir. Bina 1996 yılında restore edilerek Selahaddin Eyyübi Cami’ne çevrilmiştir (Güler, 2016: 157).

Tarihi kaynaklara göre buradaki ilk bina Hz. İsa'nın havarilerinden Urfa'ya gelen Adday'ın anısına yapıldığı sanılan bir kilise idi. Hatta rivayetlere göre ilk kiliseyi Adday inşa etmiş ve Adday daha sonra buraya gömülmüştür. XII. yüzyıla kadar ayakta duran kilise, bu sıralarda yün deposu haline getirilmiş ve tavan araları kurşun kafeslerle kapatılmasına rağmen kuşlar yuva yapmıştı. 1183 yılında bir lambanın yanıcı maddeleri tutuşturması üzerine çıkan yangında binanın tümü yanmıştı (Segal, 1970; akt: Güler, 2016: 158). Aradan geçen altı asır içinde kaynaklarda kilise ile ilgili bilgilere rastlanmamaktadır. 1849 yılında harabe durumda olan kilise, Urfa Ermenileri tarafından restore edilmiştir ve Azize Meryem Ana Kilisesi olarak anılmıştır. 1996 yılında dönemin valisi öncülüğünde harabe durumdaki kilisenin restore edilerek camiye çevrilmesi kararlaştırılmış ve bu işi bir cami derneği üstlenmiştir. Elektrik şirketi döneminden kalma tonlarca makine, malzeme ve devasa borular temizlenerek Selahaddin Eyyübi Cami adıyla ibadete açılmıştır (Güler, 2016: 158-161).

Günümüze ulaşan binanın planı Bazilika tipidir. Bazilika, Hristiyanlığa geçişte ve ilk Bizans Devrinde oldukça çok sayıda yapılmış bir kilise tipidir. Bu tip yapılar, doğu-batı eksenini üzerinde uzanan dikdörtgen bir zemin şeması gösterir. Doğu kısmında yarım yuvarlak şeklinde apsis kısmı yer alır. Bazilikalarda orta mekan iki ya da dört sütun dizisi ile bölümlere ayrılmıştır. Bu bölümlere nef denir. Apsisin önünde tören yapılan kısma bema adı verilir. Batı kısmında Narteks adı verilen giriş mekanı bulunur. Narteksin önünde ise Atrium denen bir avlu yer alır (Güler, 2016: 161).

2.5.3. Peygamberler Cami Ve Kilise Dönemine Ait Süryanice Kitabesi

Bir zamanlar eski Urfa surlarının dışındaki Kamberiyeye Mahallesiinde bugün Şanlıurfa Müftülüğü'nün batısında bulunan cami, Circis Peygamber veya Peygamberler Camii olarak bilinmektedir. Şimdiki caminin yerine ilk kez V. yüzyılda Süryani papazı Hiba (İbas) tarafından "Şehit Sergius Kilisesi" inşa edilmiştir. Sonraki yüzyıl içinde bu kilise Aziz Sergius ve Aziz Şem'un adlarını almıştır. Şehir surlarının dışında bulunmasından dolayı şehri kuşatanlar için bir hedef sayılan bu kilise, 503 ve 580 yıllarında iki kez İranlı Sasaniler tarafından yıkılmıştır. Aziz Sergius Kilisesi yıkılınca yerine bu kez "Mar Gewargis" yani "Aziz Circis Kilisesi" inşa edilmiştir. Bu kilise inşa edilirken iç mekanın doğu kısmındaki payelerden birine Arapça, diğerine de Süryanice kitabeler yazılmıştır (Güler, 2016: 167).

Kuzeydeki Arapça kitabede, bu kilisenin 1260/1844 yılında Sultan Abdülmecid Han'ın iradesiyle yapıldığı uzunca anlatılmıştır (Karakas, 2001). Dışarıdaki son cemaat yerindeki Türkçe kitabeye göre kilise 1965 yılında Çarhoğlu Muhammed tarafından tamir edilerek camiye çevrilmiştir. Süryanice kitabe altı satırlık olup Doğu Süryanice sayılan Estrangela türünde yazılmış ve bir kelime hariç sağlam bir şekilde günümüze ulaşmıştır. Kitabede Yunani (Selefkos) takvimi kullanılmış ve tarih olarak da 2156 rakamı verilmiştir. Bu rakamdan 312 rakamı çıkarıldığında miladi 1844 rakamı bulunmaktadır. Bu da Arapça kitabede geçen aynı tarihtir. Kitabenin tam tercümesi şu şekildedir (Güler, 2016: 167):

“Bu şehit Mar Gewargis Kilisesi, 2156 Yunani yılında Antakya Piskoposluğunun Patriği Elias 2. Aryana adındaki Mar İgnatius'un günlerinde ve Urfa Piskoposluğundan oturan Kudüslü Abraham'ın günlerinde M'nin ilgisiyle merhum Hacı Monufar'ın oğlu A...tho ve dindar Süryani halkın katılımıyla yapılmıştır. Allah onların hizmetlerini adil ve sadıklarla kabul etsin. Amen ve Amin.”

2.5.4. Fırfırlı Cami (On İki Havari Kilisesi Aziz Havariler Kilisesi)

Fırfırlı Cami, etrafı surlarla çevrili eski Urfa'nın batısında 1926 yılında kuzeyden güneye doğru açılarak Vali Fuat Caddesi adını alan zaman içinde Büyükyol ve Yeniyol isimleriyle tanınan caddesinin kuzeyinde sokak arasında saklanmış gibi durmaktadır. Günümüzde minare fonksiyonu verilen çan kulesi ve muhteşem mimarisiyle 54 yıldan beri cami olarak kullanılmaktadır. Haçlı kaynaklarında bina ilk kez “Aziz Havariler Kilisesi” olarak tarih sahnesine çıkmıştır. 1864 yılında harabe halinde olan kilisenin üzerine ilk Protestan Ermeni Kilisesi olarak yeni bir bina inşa edilmiştir. Ancak bu bina 800 kişilik Protestan cemaatine yeterli gelmediği için 1875 yılında genişletilmiştir. Bu döneme ait inşa kitabesi günümüze ulaşmamıştır (Güler, 2016: 203).

1920 yılında Kurtuluş Savaşı kazanıldıktan sonra şehirdeki Ermeni nüfusu başka yerlere göç ettiği için kilise kaderine terk edilmiştir. Cumhuriyetten sonra cezaevi olarak kullanılmıştır. Bina ortadan ikiye ayrılmıştır ve ağır suç işleyenler bir kısımda, normal suç işleyenler diğer kısımda tutulmuştur. 1956 yılında yeni cezaevi faaliyete geçtikten sonra bina elden geçirilerek Fırfırlı Cami adıyla ibadete açılmıştır. Yapıdaki kubbe ve tonozlar ortada bazalt taşından yapılmış mukarnas başlıklı yuvarlak sütunlara, yanlarda

duvara bitişik olarak kesme taştan yapılmış yarım sütunlara oturur. Yarım sütunlar dış cephelerde de birer dekorasyon unsuru olarak görülür. 2015 yılında caminin ismi “İyad Bin Ğanem Camii” olarak değiştirilmiştir. İyad Bin Ğanem 639 yılında Urfa’ya Bizanslılardan alan Müslüman ordusunun komutanıdır (Güler, 2016: 204-207).

2.5.5. Göbeklitepe

Örencik Köyü yakınlarında olan Göbeklitepe, Urfa’ya 20 km uzaklıktadır. Güneydoğu Araştırmaları Karma Projesi kapsamında 1963 yılında yüzey çalışmaları esnasında bulunmuştur. 1995 yılında Alman Arkeoloji Enstitüsü ve Şanlıurfa Müze Müdürlüğü’nün işbirliği ile kazı çalışmaları başlamıştır. Kazı çalışmalarının başında Alman Arkeolog Doç. Dr. Klaus Schmidt başkan olarak bulunmaktadır. Eylül ve Ekim’de 10 haftalık bir süre içinde her yıl kazı yapılmaktadır.

Göbeklitepe, yapılan kazı çalışmaları sonrasında M.Ö. On bir bin yıla dayanan Cilalı Taş Devri’ne ait bir yerleşim yeri olarak tarihe geçmiştir. Dünyanın en büyük mabedi olduğu bilinmektedir. Büyük çaplı bir kazı henüz yapılmamıştır ancak ilerleyen yıllarda yapılacak kazılarda arkeoloji dünyasının dikkatinin çok çekeceği düşünülmektedir.

2.5.6. Ulu Camii (Kızıl Kilise)

Yahudilik, Hristiyanlık ve İslam dininin ortak mekanı olmuş nadir bir mekandır. Önceleri sinagog olan yapı, Piskopos Rabula tarafından kiliseye dönüştürülmüştür ve St. Stephon Kilisesi olarak bilinmiştir. Camiye kim tarafından dönüştürüldüğü bilinmemektedir. Halidi Tarikatının kurucusu Mevlana Halid Ziyaeddin’in küçük oğlu Şehabeddin Ahmed’in mezarı caminin kuzeybatısında yer almaktadır. Burası insanlar tarafından türbe olarak ziyaret edilmektedir.

İslam fetihlerinden sonra, sütunlarda kullanılan kırmızı mermerler ve kilise ile ilişkisinden dolayı “Mescid-ül Hamra (Kırmızı Mescit)” olarak adlandırılmıştır. Payeler üzerine oturan ve her biri çapraz tonozlarla örülmüş 14 sivri kemerle avluya açılan cemaat yeri Anadolu’da ilk kez bu camide bulunmaktadır. Caminin harim (ana ibadet yeri) kısmında bir kuyu yer alır. Halk arasındaki bir inanışa göre Hz. İsa’nın Kral Abgar’a, havarisi Thomas ile gönderdiği mendil bu kuyuya bırakılmıştır. Bu nedenle caminin

içindeki kuyunun suyu şifalı olarak kabul edilir. Caminin minaresine, Cumhuriyet döneminde bir saat eklenerek saat kulesine dönüştürülmüştür. Minare, aynı zamanda şehrin ilk ve tek saat kulesi görevini de görmektedir (Şanlıurfa Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları, 2014: 31).

2.6. BALIKLI GÖL VE ÇEVRESİNDEKİ KUTSAL MEKANLAR

Urfa'daki balıklı göller, şehir merkezinde bulunan kalenin hemen altında yer almaktadır. Kanallarla birbirine bağlanan iki büyük havuzdan biri kalenin önündeki Aynzeliha, diğeri ise Halilürrahman Gölü olarak bilinmektedir. Havuz şeklindeki bu göller aslında birer akarsudur ve doğudaki üstü kapalı bir kanal ile şehri dolaşarak batısındaki bahçeleri sulamakta ve ardından Suriye topraklarına karışmaktadır (Güler, 2016: 137).

Göllerin kaynakları karstik kökenli su kaynakları grubunda yer almaktadır. Bu kaynaklar zaman içerisinde etrafı çevrilerek havuz şekline getirilmişlerdir. Halilürrahman Gölü, 150 metre uzunluğunda ve 30 metre genişliğindedir. 1940-1970 yılları arasında bu gölde yüzme yarışmaları ve su sporları yapılmaktaydı. Göllerin bulunduğu yer, şehre gelen yerli ve yabancı turistlerin mutlaka uğradıkları ve şehrin en gözde yeridir. Gölün kuzeyinde Rızvaniye Camii ve Medresesi, güneybatı köşesinde ise Halilürrahman Camii (Döşeme Camii) ve Medresesi yer almaktadır. Ayrıca gölün güneydoğu köşesinde de Mevlid-i Halil (Dergah) Camii ve Mağarası (Hz. İbrahim'in doğduğu makam) bulunmaktadır (Güler, 2016: 137-138).

2.6.1. Rızvaniye Camii Ve Medresesi

Halilürrahman Gölünün (Balıklı Göl) kuzey kenarında bulunan cami, 1736 yılında Rakka Valisi Rıdvan Ahmet Paşa tarafından yaptırılmıştır. Mihraba paralel ve üç kubbeli olarak inşa edilmiştir. Caminin doğusunda tek şerefeli bir minare yer almaktadır. Harim (ana ibadet mekanı) giriş kapısı iki renkli malzeme kullanılarak yapılmıştır. Harim kısmı her yönden açılan pencereleri ile oldukça aydınlıktır. Süsleme olarak yapının en ilginç kısmı, giriş kapısının Osmanlı künde kari tekniğinin en güzel örneklerinden birine sahip olmasıdır. Ahşap kapı, çivi kullanılmadan geçme ve kakma

tekniğiyle yapılmıştır. Kapı üzerinde zengin bitkisel ve geometrik desenler bulunmaktadır (Yıldız, Rızvanoğlu, Altın, 2014: 21).

Rızvaniye Medresesi ise, Halilürrahman Gölünün kuzeydoğusundaki Rızvaniye Camiinin avlusunu çevreler şekilde inşa edilmiştir. İnşa kitabesine göre, Osmanlı döneminde Rakka Valisi Rızvan Ahmet Paşa tarafından 1736 yılında yaptırılmıştır. Osmanlıca telaffuz farkından dolayı birçok kaynakta “Rıdvaniye Medresesi” olarak da geçmektedir. Medrese, cami avlusunu çevreleyen “U” biçimli bir plana sahiptir. Medrese hücrelerinin önünde revaklar mevcuttur. İnşa malzemesi düzgün kesme taştır. Avlunun kuzey kenarı ortasındaki kubbeli bir dersane mescit bulunmaktadır (Yıldız, Rızvanoğlu, Altın, 2014: 45).

2.6.2. Halilürrahman Camii (Döşeme Camii) Ve Medresesi

Halilürrahman Gölünün yanında yer almaktadır. Cami halk arasında “Döşeme Camisi” olarak da adlandırılmaktadır. 504 tarihinde Rahip Urbisyus tarafından Hz. İsa Peygamberin annesi Hz. Meryem adına bir kilise inşa ettirmiştir. Meryem Ana Kilisesi olarak kayıtlara geçen bu kilise, Abbasi Halifesi Me'mun döneminde (813-833), camiye dönüştürülmüştür. Minaresi, Selahattin Eyyubi'nin yeğeni El Melik'ül Eşref Muzafferüddin Musa tarafından 1211-1212 yılları arasında onarılmıştır. Yapı, Kanuni Sultan Süleyman döneminde restore edilmiştir. 1810 yılında yapı kapsamlı bir onarım görmüştür. Evliya Çelebi, Seyahatnamesinde bu camiden “İbrahim Halil Tekkesi” olarak bahsetmektedir (Yıldız, Rızvanoğlu, Altın, 2014: 20).

Medrese ise, Halilürrahman Gölünün batı kenarında yer almaktadır. Medrese, 1775 yılında yaptırılmıştır. Mevcut kaynaklara göre Osmanlı döneminde Sultan Abdulaziz zamanında Derviş Ali Paşa tarafından 1871 yılında onarılmıştır. “L” şeklinde bir plana sahip olan bu medrese, düzgün kesme taş malzemedden inşa edilmiştir. Balıklı Gölü besleyen ana kaynağın bu medresenin altında olduğu kabul edilmektedir (Yıldız, Rızvanoğlu, Altın, 2014: 45).

2.6.3. Mevlid-İ Halil (Dergah) Camii Ve Mağarası (Hz. İbrahim'in Doğduğu Makam)

Mevlid-i Halil Camii, Dergah Platosu içerisinde, Balıklı Gölün güneydoğu köşesine düşmektedir. Mevlid, “Kutlu Doğum” demektir. Hz. İbrahim Peygamberin yanı başındaki mağarada doğduğuna inanıldığından camiye bu isim verilmiştir. Mevcut kaynaklara göre yapı beş büyük evre geçirmiştir. İlk olarak Seleukoslar döneminde alana bir putperest tapınağı yapılır. Yahudilik döneminde aynı alanda bir havranın varlığından bahsedilmektedir. Hristiyanlığın ilk dönemlerinde, M. S. 150 yılında, aynı alana “Hristiyanlar Kilisesi” adında bir kilise inşa edilir. Bizans döneminde de bu alana “Urfa Ayasofyası” yapılır. Son olarak, Osmanlı döneminde 1523 yılında Muhammed Salih Paşa tarafından aynı alana cami inşa edilmiştir. Dikdörtgen bir plana sahip olan caminin, mağara ile arasındaki duvar üzerine camiye dönüştürülürken küçük bir minare yapılmıştır. Ayrıca caminin güneydoğusuna ve kuzeybatı köşesine de iki minare daha eklenmiştir. Kitabelerine göre cami, Muhammed Mes’ud (1816) ve Mahmut oğlu Mahmut (1852) tarafından onarılmış; cami avlusuna Urfalı Ahmet Bican Paşa (1855) ve Derviş Musa (1887) tarafından odalar eklenmiştir. Yapı, son olarak Urfalı Mutasavvıf Şeyh Müslim Hafız başkanlığında halkın da yardımıyla 1951 yılında restore edilmiştir. Halk tarafından Mevlid-i Halil Mağarasından çıkan suyun zembemden sonra en şifalı su olduğu kabul edilmektedir (Yıldız, Rızvanoğlu, Altın, 2014: 22). Ayrıca il dışından gelen ziyaretçiler de bu suyun şifalı ve kutsal olduğuna inanıp bu suyu hem bulunduğu yerde içip hem de yanlarında getirdikleri şişelere doldurup memleketlerine götürmektedirler.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KÜLTÜR TURİZMİ KAPSAMINDA KUTSAL MEKANLARIN TURİSTİK ÇEKİCİLİK AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: BALIKLI GÖL ÖLÇEĞİNDE BİR UYGULAMA

3.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı; Balıklı Göl ve çevresinde bulunan kutsal mekanların turistik çekicilik olarak ziyaretçiler tarafından nasıl algılandığını ve bu mekanların çekicilik potansiyelini belirlemektir.

3.1.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Balıklı Göl ve çevresinde uygulanan bu çalışma tanımlayıcı araştırma modeli kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Tanımlayıcı araştırma modeli; problemdeki değişkenlerin karakteristiklerini tanımlamak, ileriye dönük tahminler yapmak olan bir araştırma modelidir. Bu çalışmada betimsel yöntem ve ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmaya katılanların özelliklerinde hiçbir değişiklik yapılmaksızın veri toplanarak, var olan durum hakkında katılımcıların görüşleri alınmaya çalışılmıştır.

Çalışma kapsamında oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir:

Hipotez 1 (H₁): Balıklı Göl ve çevresinin turistik açıdan görülmeye değer bir yer olduğu algısı cinsiyet özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 2 (H₂): Balıklı Göl ve çevresinin turistik açıdan görülmeye değer bir yer olduğu algısı yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 3 (H₃): Balıklı Göl ve çevresinin turistik açıdan görülmeye değer bir yer olduğu algısı eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 4 (H₄): Balıklı Göl ve çevresinin turistik açıdan görülmeye değer bir yer olduğu algısı meslek değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

3.1.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Balıklı Göl ve çevresinde bulunan kutsal mekanların turistik çekicilik olarak ziyaretçiler tarafından nasıl algılandığını ve bu mekanların çekicilik potansiyelini belirlemeye yönelik olan bu çalışma, Şanlıurfa ilinde Balıklı Göl ve çevresine gelen yerli turistlere anket uygulanarak yapılmıştır. Şanlıurfa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünden elde edilen verilere göre Şanlıurfa iline gelen yerli turist sayısı, anketin uygulandığı 2016 yılı Eylül ayı öncesi itibariyle 327.660 kişidir (www.urfakultur.gov.tr, 2016). Araştırmanın evrenini Şanlıurfa ilini ziyaret eden 327.660 yerli turist oluşturmaktadır. Araştırma alanının çok geniş olması ve Şanlıurfa ilini ziyaret eden turistlerin tamamına ulaşmanın mümkün olmaması nedeniyle araştırmada belirlenen bu evren üzerinden örneklem alınması yoluna gidilmiştir.

Araştırmada örneklem sayısının belirlenmesinde olasılıklı örnekleme yöntemlerinden basit tesadüfi örneklem formülünden (Yamane, 2001) yararlanılmış ve örneklem hacmi $n=382$ olarak hesaplanmıştır. Çalışma kapsamında toplamda 450 anket bastırılmıştır. Geri toplanan anketler dikkatle incelendikten sonra eksik verilere sahip olan anketler değerlendirmeye alınmamış, toplamda 387 anket üzerinden analizler yapılmıştır. Çalışma zaman olarak, bölgenin ve bulunduğu coğrafya itibariyle çevresinde cereyan eden birtakım güvenlik olaylarının yaşandığı döneme denk geldiğinden, ziyaretçileri anket yapmaya ikna etmek oldukça zor olmuştur. Çalışmanın amacı ve kapsamı anlatıldıktan sonra bazıları anketi uygulamak isterken büyük çoğunluğu anket doldurmaktan kaçınmıştır.

3.1.4. Veri Toplama Aracı ve Yöntemi

Araştırmanın konusu ve amacı daha önceden yapılmış olan çalışmalar geniş kapsamda tarandıktan sonra açık bir şekilde belirlenmiştir ve daha sonra bu çalışmada kullanılacak olan anketler, ilgili ölçeklerden faydalanılarak oluşturulmuştur. Araştırmada birincil ve ikincil veri kaynaklarından yararlanılmıştır. Başlangıç olarak

araştırmanın temel kavramlarının açıklanması için literatür taramasına başvurulmuştur. Konuyla ilgili kitaplar, makaleler, yıllıklar, bildiriiler, tezler ile çeşitli kurum ve kuruluşların yayınları, internet siteleri ile arşivlerinden yararlanılmıştır. Literatür taramasının ardından konuyla ilgili mevcut durumu tespit etmek amacıyla veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Turistler tarafından doldurulan anketler geri alınmak suretiyle veriler toplanmıştır. Çalışmada uygulanan anket formu, 2014 yılında Jan Behrens'in, "Kirchenbauten als touristische Attraktionen: Werte und Zahlungsbereitschaften im Kirchentourismus" (Turistik Çekicilik olarak Kilise Yapıları: Kilise Turizminde Değerler ve Ödeme İstekliliği) adlı doktora tezi çalışmasında kiliseleri ziyaret eden turistlere dönük uyguladığı anket sorularının, danışmanım Doç. Dr. Abdulkadir Koşan tarafından Türkçeye çevrilmesi ve çalışma kapsamına uyarlanması ile oluşturulmuştur. Anket formu kendi içinde üç bölümden oluşmaktadır.

İlk bölümde anketi cevaplayanlara yönelik demografik sorulara yer verilmiştir. Bu sorular; cinsiyetiniz, yaşınız kaçtır, medeni durumunuz, memleketiniz, eğitim durumunuz, mesleğiniz nedir, aylık geliriniz TL şeklindedir. Ayrıca katılımcıların Balıklı Göl ve çevresine ilk defa mı geldikleri, kiminle, hangi araç türüyle geldikleri, bu tarihi ve dini mekana bağıшта bulunup bulunmadıkları, tekrar gelmek isteyip istemedikleri gibi sorular da yöneltilmiştir.

İkinci bölümde katılımcıların Balıklı Göl ve çevresini muhtemel ziyaret etme nedenlerine ne oranda katıldıklarına yönelik sorulara cevap aranmıştır. Bu bölümde 12 soru yer almaktadır. Katılımcıların cevaplarına yönelik olarak sorular (1) "Kesinlikle Katılıyorum" ve (5) "Kesinlikle Katılmıyorum" şeklinde derecelendirilmiştir.

Anket formunun üçüncü bölümünde Balıklı Göl ve çevresindeki tarihi ve dini mekânların korunması yönündeki ölçütleri ne oranda değerlendirdikleri ölçülmeye çalışılmıştır ve verilecek olan muhtemel cevaplar (1) "Kesinlikle Katılıyorum" ve (5) "Kesinlikle Katılmıyorum" olarak 5'li Likert türünde derecelendirilmiştir.

3.1.5. Veri Analiz Teknikleri

Balıklı Göl ve çevresinde bulunan kutsal mekanların turistik çekicilik olarak ziyaretçiler tarafından nasıl algılandığını ve bu mekanların çekicilik potansiyelini belirlemeye yönelik olan bu çalışma için uygulanan anketler belirli kriterler

doğrultusunda değerlendirildikten sonra bunların içinden bilimsel açıdan kullanılabilir durumda olanlar SPSS 20.0 for Windows programına aktararak analizlere tabi tutulmuştur.

Öncelikli olarak ölçeklere güvenilirlik analizi uygulanmıştır ve ölçeklere ait betimleyici istatistikler hazırlanmıştır. Bunun ardından demografik değişkenlerin yüzde ve frekans değerleri hesaplanarak demografik özellikler tablosu oluşturulmuştur. Ayrıca her bir ölçek için katılımcıların ölçeklere ilişkin eğilimleri belirlenmiş ve frekans tabloları hazırlanmıştır. Verilerin analizinde oluşturulan hipotezleri test etmek için Bağımsız Örneklem T-Testi, One Way ANOVA analizleri yapılmıştır. Bu analizlerin sonuçlarına göre hipotezlere yönelik elde edilen sonuçlar özetlenmiştir.

3.1.5.1. Ölçeklerin Güvenilirlik Analizleri

Ölçekle sağlanan bilgilerin kararlı özellik taşıdığına, yani hatadan arındırılmış olduğuna ve aynı amaçla yapılacak ikinci bir ölçümde aynı sonuçların elde edileceğine güven duyulması gerekir. Güvenilir olmayan bir ölçek kullanışsızdır (Gay, 1985: 96).

Alpha katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği aşağıdaki gibi yorumlanmaktadır (Kalaycı, 2005: 405).

- $0.00 \leq \alpha < 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir,
- $0.40 \leq \alpha < 0.60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşük,
- $0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilir ve
- $0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Ölçeğinin maddelerinin iç tutarlılığının ve homojenliğinin bir göstergesi olarak Cronbach alpha katsayısı hesaplanmış ve tüm bulgular Tablo 3.1 ve 3.2'de gösterilmiştir.

Anket Formunun İkinci Bölümü: Balıklı Göl ve çevresini muhtemel ziyaret etme nedenleri aşağıya çıkarılmıştır. Bunlara ne oranda katılırsınız?

Tablo 3.1. Ölçeğin Cronbach Alpha Katsayısı

	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Madde Silinirse Ölçeğin Ortalaması	Madde Silinirse Ölçeğin Varyansı	Düzeltilmiş Madde-Toplam Puan Korelasyonu	Madde Silinirse Ölçeğin Cronbach Alpha Katsayısı
S1	1,7106	1,0695	38,3566	326,981	,761	,964
S2	1,8837	1,2020	38,1835	321,912	,793	,963
S3	1,7416	1,0654	38,3256	323,894	,848	,963
S4	1,8889	1,0532	38,1783	326,945	,774	,964
S5	2,0930	1,1747	37,9742	325,186	,731	,964
S6	2,0310	1,1557	38,0362	324,652	,758	,964
S7	1,9922	1,1392	38,0749	327,251	,704	,964
S8	2,0258	1,2042	38,0413	321,138	,810	,963
S9	1,9483	1,0904	38,1189	327,877	,721	,964
S10	2,1809	1,2356	37,8863	323,443	,733	,964
S11	2,1731	1,3149	37,8941	329,432	,553	,966

Anket Formunun Üçüncü Bölümü: Bu tarihi ve dini mekânların korunmasını aşağıdaki ölçütler oranında nasıl değerlendirirsiniz?

Tablo 3.2. Ölçeğin Cronbach Alpha Katsayısı

	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Madde Silinirse Ölçeğin Ortalaması	Madde Silinirse Ölçeğin Varyansı	Düzeltilmiş Madde-Toplam Puan Korelasyonu	Madde Silinirse Ölçeğin Cronbach Alpha Katsayısı
S1	1,6253	,9422	38,4419	332,092	,715	,964
S2	1,7235	1,0838	38,3437	324,402	,819	,963
S3	1,9225	1,5452	38,1447	330,653	,436	,969
S4	1,7649	1,1100	38,3023	323,813	,814	,963
S5	1,9302	,0578	38,1370	324,103	,785	,964
S6	1,9845	,0587	38,0827	324,117	,771	,964

Tablo 3.2. (Devam)

S7	1,9328	,0609	38,1344	320,987	,818	,963
S8	1,9509	,0631	38,1163	320,315	,802	,963
S9	1,8036	,0596	38,2636	321,614	,821	,963
S10	1,7597	,0582	38,3075	321,364	,849	,963

Tablo 3. 1 ve Tablo 3. 2 incelendiğinde, Balıklı Göl ve çevresinde bulunan kutsal mekanların turistik çekicilik olarak ziyaretçiler tarafından nasıl algılandığını ve bu mekanların çekicilik potansiyelini belirlemeye yönelik olan bu çalışma için uygulanan anketlerde kullanılan sorularda herhangi bir sorunlu/negatif ifade bulunmamıştır. Ayrıca tablolar incelendiğinde hesaplanan Cronbach Alpha katsayılarına bakılarak ölçeğinin maddelerinin iç tutarlılığının ve homojenliğinin söz konusu olduğu görülmektedir.

3.2. BULGULAR VE YORUM

3.2.1. Araştırmaya Katılan Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri

Tablo 3.3. Örneklem Cinsiyeti İle İlgili Dağılımlar (n=387)

	Frekans	Yüzde
Cinsiyet		
Erkek	222	57,4
Kadın	165	42,6

Demografik özelliklerle ilgili Tablo 3.3 incelendiğinde, erkek katılımcıların çoğunlukta olduğu görülmektedir ve araştırma kapsamında %57,4'lük bir orana sahiptir. Kadınlar ise çalışmanın %42,6'sını oluşturmaktadır.

Tablo 3.4. Örneklem Yaş Aralığı İle İlgili Dağılımlar (n=387)

Yaş	Frekans	Yüzde
18-25	123	31,8
26-33	86	22,2
34-41	77	19,9
42-49	61	15,8
50-57	28	7,2
58-65	7	1,8
65 ve üzeri	5	1,3

Tablo 3.4 incelendiği zaman, çalışmaya katılanların %31,8'i, 18-25 yaş aralığında, %22,2'si, 26-33 yaş aralığında ve %19,9'u 34-41 yaş aralığındadır. Bu durumda katılımcıların çoğunluğu genç nüfusa sahiptir demek mümkündür. Ayrıca katılımcıların %15,8'i, 42 – 49 yaş aralığında iken %7,2'si 50 – 57 yaş aralığındadır. Bu durumda çalışmaya orta yaş grubundaki bireyler de katılmıştır diyebiliriz. 65 ve üzeri yaş aralığında olanlar ise %1,3 oranındadır.

Tablo 3.5. Örneklemenin Medeni Durumu İle İlgili Dağılımlar (n=387)

Medeni Durum	Frekans	Yüzde
Bekar	169	43,7
Evli	218	56,3

Tablo 3.5 incelendiği zaman, anketi cevaplayanların yarısından fazlasının (%56,3) evli olduğu görülmektedir. %43,7 oranındaki 169 kişi ise bekarıdır.

Tablo 3.6. Örneklemenin Eğitim Durumu İle İlgili Dağılımlar (n=387)

Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde
Okur-yazar Değil	12	3,1
İlkokul	53	13,7
Orta/Lise	167	43,2
Ön Lisans	39	10,1
Lisans	83	21,4
Yüksek Lisans/Doktora	33	8,5

Tablo 3.6 incelendiğinde, katılımcıların %43,2'sinin ortaokul-lise eğitim durumunda olduğu görülürken %21,4'ü lisans eğitimi durumundadır. Yani katılımcıların büyük çoğunluğu okur-yazar konumdadır. Ankete katılan ziyaretçilerin %3,1 oranındaki 12 kişi ise okur-yazar değildir. Bu kişilere çalışmanın anketi okunarak işaretlemeler katılımcıların direktifiyle işaretlenmiştir.

Tablo 3.7. Örneklemin Meslekleri İle İlgili Dağılımlar (n=387)

Meslek	Frekans	Yüzde
Memur	79	20,4
Serbest Meslek	85	22,0
Çiftçi	9	2,3
Emekli	9	2,3
Öğrenci	76	19,6
İşsiz	17	4,4
Ev Hanımı	47	12,1
İşçi	27	7,0
Diğer	38	9,8

Tablo 3.7’de, çalışmaya katılanların mesleklerine ilişkin verilere bakıldığında anketi cevaplayanların %22’sinin serbest meslek sahibi, %20,4’ünün memur ve %19,6’sının öğrenci olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca katılımcıların %12,1’i ev hanımı olduğunu belirtirken %4,4’ü işsiz olduğunu dile getirmiştir. Emekli olan ziyaretçilerin oranı ise %2,3 ile 9 kişidir.

Tablo 3.8. Örneklemin Aylık Gelirleri İle İlgili Dağılımlar (n=387)

Aylık Gelir	Frekans	Yüzde
1300 TL ve altı	140	36,2
1301-2000 TL	89	23,0
2001-3000 TL	80	20,7
3001-4000 TL	43	11,1
4001 TL ve üzeri	35	9,0

Tablo 3.8 incelendiğinde, katılımcıların aylık gelir düzeylerine göre %36,2 ‘si 1300 TL ve altında kazanmaktadır. %23 oranındaki 89 kişi ise 1301-2000 TL arasında gelir elde ettiğini belirtmiştir. 2001-3000 TL arasında maaş aldığını söyleyen katılımcılar ise %20,7 oranında 80 kişidir. 43 kişi ise %11,1 oranında 3001-4000 TL arasında maaş almaktadır. Katılımcıların %9’u ise 4000 TL ve üzerinde maaş aldıkları tespit edilmiştir.

Tablo 3.9. Örneklemin Memleketleri İle İlgili Dağılımlar (n=387)

	Frekans	Yüzde
Memleket		
Şanlıurfa	94	24,3
Adıyaman	57	14,7
Gaziantep	40	10,3
Diyarbakır	22	5,7
Batman	14	3,6
Kahramanmaraş	14	3,6
Mardin	13	3,4
Bingöl	10	2,6
Malatya	9	2,3
Mersin	9	2,3
Elazığ	9	2,3
Eskişehir	8	2,1
Aksaray	8	2,1
Hatay	8	2,1
İstanbul	6	1,6
Bursa	6	1,6
Sivas	6	1,6
Antalya	5	1,3
Muş	4	1,0
Adana	4	1,0
Afyon	4	1,0
Siirt	3	0,8
Van	3	0,8
Ankara	3	0,8
Konya	3	0,8
Nevşehir	3	0,8
Ağrı	3	0,8
Balıkesir	3	0,8
Kayseri	2	0,5
Çorum	2	0,5
Bitlis	2	0,5
Osmaniye	2	0,5
İzmir	2	0,5
Kütahya	2	0,5
Giresun	2	0,5
Erzurum	1	0,3
Muğla	1	0,3

Örneklemin memleketleriyle ilgili bilgilerin yer aldığı tablo incelendiğinde %24,3 oranında katılımcının Şanlıurfa olduğu görülmektedir. Bu durumda Balıklı Göl ve çevresindeki kutsal mekanlar da zaman zaman yerel halk tarafından ziyaret edilmektedir. Ayrıca düğün ve sünnet gibi törenlerde yerel halk, gelin-damat ve sünnet çocuğunu bu mekana getirmekte ve burada dua edilmektedir. Çalışma kapsamında yer alan diğer katılımcıların oranına bakıldığı zaman %14,7 Adıyamanlı olduğu tespit edilmiştir. Adıyaman-Şanlıurfa arası yaklaşık 1 ila 1 saat 30 dakikalık bir mesafededir. Bu yüzden Adıyamanlı ziyaretçiler, şehrin yakın olması ile birlikte Balıklı Göl ve çevresindeki kutsal mekanları ziyaret etmenin zor olmadığını belirtmişlerdir. %10,3'lük oranda ise Gaziantep'li ziyaretçi yer almaktadır. Genellikle akraba ziyaretine geldiklerini ve gelmişken burayı da ziyaret etmek istediklerini dile getirmişlerdir. Diyarbakırlı ziyaretçiler çalışmanın %5,7'sini oluşturmaktadır. %3,6 oranında ise Batman ve Kahramanmaraşlı ziyaretçiler bulunmaktadır. Ayrıca %3,4'lük oranda Mardinli ziyaretçiler de vardır.

Balıklı Göl ve çevresindeki kutsal mekanları ziyarete gelenlerin çoğu çevre illerden gelmektedir. Mesafenin yakın olması bu durum üzerinde etkili bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Ziyaretçilerin çoğu kendi özel araçları ile buraya geldiklerini belirtmişlerdir. Malatya, Mersin, Elazığ illerinden gelen katılımcıların oranı ise %2,3'tür. Ayrıca Balıklı Göl ve çevresindeki kutsal mekanları ziyaret etmek için Eskişehir, Aksaray, Hatay, İstanbul, Bursa, Sivas, Antalya, Muş, Adana, Afyon, Siirt, Van, Ankara, Konya, Nevşehir, Ağrı, Balıkesir, Kayseri, Çorum, Bitlis, Osmaniye, İzmir, Kütahya, Giresun, Erzurum ve Muğla illerinden de gelenler olduğu tespit edilmiştir. Uzak mesafelerden gelenler ise daha çok arkadaş grubu ile geldiklerini belirtmişlerdir.

Tablo 3.10. Katılımcıların Balıklı Göl ve Çevresini Ziyaretine İlişkin Dağılım (n=387)

Balıklı Göl ve Çevresini İlk Defa mı Ziyaret Ediyorsunuz?	Frekans	Yüzde
Evet	116	30,0
Hayır	271	70,0

Tablo 3.10 incelendiğinde, Balıklı Göl ve çevresini ilk defa mı ziyaret ediyorsunuz sorusuna katılımcıların %70'i "Hayır" cevabını vermiştir. Bu durumda

gelen ziyaretçiler daha önceden burayı ziyaret etmiştir ve tekrar gelmek istemişlerdir şeklinde yorum yapılabilir.

Tablo 3.11. Katılımcıların Balıklı Göl ve Çevresine Geliş Planına İlişkin Dağılımlar (n=387)

Buraya Gelişinizi Önceden Planlamış mıydınız Yoksa Aniden mi Karar Verdiniz?	Frekans	Yüzde
Planlı	271	70,0
Aniden	116	30,0

Balıklı Göl ve çevresini ziyaret eden katılımcıların %70'i buraya önceden planlayarak geldiklerini belirtmişlerdir. Kalan %30'luk kısım ise aniden arkadaş grubu ile bir anda buraya gelmek istediklerini belirtirken bir kısım katılımcı ise misafir gittikleri ev sahibinin teklifi ile geldiklerini belirtmişlerdir.

Tablo 3.12. Katılımcıların Mekana Geliş Şekillerine İlişkin Dağılımlar (n=387)

Bu Mekana Nasıl Geldiniz?	Frekans	Yüzde
Yürüyerek	54	14,0
Özel Otomobil İle	232	59,9
Toplu Taşıma Aracı İle	75	19,4
Seyahat Acentesi Aracı İle	19	4,9
Diğer	7	1,8

Çalışmaya katılanların %59,9' u Balıklı Göl ve çevresine kendi özel araçları ile geldiklerini söylemişlerdir. Katılımcıların %19,4'ü toplu taşıma aracı ile geldiğini belirtirken %14'ü yürüyerek geldiğini dile getirmiştir. Seyahat acentesi aracı ile gelenlerin oranı ise %4,9 ile 19 kişi olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3. 13: Katılımcıların Seyahatlerini Kim veya Kimlerle Yaptıklarına İlişkin Dağılımlar (n=387)

Seyahatinizi Yalnız mı veya Başkaları ile Birlikte mi Yapıyorsunuz?	Frekans	Yüzde
Yalnız	42	10,9
Eşimle	42	10,09
Ailemle	165	42,6
Arkadaş Grubu İle	129	33,3
Seyahat Grubu İle	4	1,0
Dernek/Vakıf Üyeleri İle	5	1,3

Seyahatini ailesiyle yaptığını belirten katılımcılar %42,6 oranındadır. Arkadaş grubu ile gelenlerin oranının ise %33,3 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Balıklı Göl ve Çevresindeki kutsal mekanları ziyaret etmek için dernek/vakıf üyeleri ile birlikte geldiğini söyleyen katılımcılar %1,3 oranında 5 kişidir.

Tablo 3.14. Katılımcıların Balıklı Göl ve Çevresi Hakkındaki Bilgi Kaynağına İlişkin Dağılımlar (n=387)

Balıklı Göl ve çevresi hakkındaki bilgileri nereden elde ettiniz?	Frekans	Yüzde
Televizyon	56	14,5
İnternet	53	13,7
Gazete	5	1,3
Seyahat dergileri	37	9,6
Broşürler	1	,3
Çevremdeki kişilerden	179	46,3
Diğer	56	14,5

Tablo 3.14 incelendiğinde, Balıklı Göl ve çevresi hakkındaki bilgileri çevresindeki kişilerden öğrendiğini söyleyen kişilerin oranı %46,3'tür. Diğer yandan Balıklı Göl ve çevresindeki kutsal mekanlar ile ilgili bilgileri televizyondan (%14,5), internetten (%13,7), seyahat dergilerinden (%9,6), gazeteden (%1,3) ve broşürlerden (%0,3) öğrendiğini belirten katılımcılar olduğu da tespit edilmiştir.

Tablo 3.15. Katılımcıların Balıklı Göl ve Çevresinde Harcamalarına İlişkin Dağılımlar (n=387)

Balıklı Göl ve Çevresinde Ortalama Ne Kadar Harcama Yaptınız/Yapacaksınız?	Frekans	Yüzde
0-100 TL	173	44,7
100-250 TL	163	42,1
250-500 TL	30	7,8
500 TL ve üzeri	21	5,4

Tablo 3. 15'e göre, Balıklı Göl ve çevresinde ortalama 0-100 TL harcama yaptığını belirten katılımcıların oranının %44,7 olduğu ve 100-250 TL harcama yapanların oranının ise %42,1 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların %5,4'ü 500 TL ve üzerinde harcama yaptıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 3.16. Katılımcıların Balıklı Göl ve Çevresindeki Kutsal Mekanlara Bağış Yapmalarına İlişkin Dağılımlar (n=387)

Burada Parasal Bağışta Bulundunuz mu?	Frekans	Yüzde
Evet	106	27,4
Hayır	281	72,6

Tablo 3.16 incelendiğinde, Balıklı Göl ve çevresinde bulunan kutsal mekanlar için parasal bağışta bulunanların %27,4'lük bir oranla 106 kişi olduğu tespit edilmiştir. Bağışta bulunan ziyaretçilerin çoğunluğu ortalama 5-50 TL arasında bağış yaptıklarını belirtmişlerdir. Geriye kalan %76,6'luk orana sahip katılımcılar ise herhangi bir parasal bağışta bulunmadıklarını söylemişlerdir. Yüz yüze yapılan anket görüşmesinde, parasal bağışta bulunmadığını belirten katılımcılara yönelik sorulan "Parasal bağışta bulunmama gerekçeniz var mı? Yanıtınız "Evet" ise Lütfen belirtiniz" şeklindeki açık uçlu soruya, katılımcıların büyük çoğunluğu "Evet" yanıtı vermişlerdir. Gerekçelerinde ise yapılan maddi bağışların yerini bulmayacağını ve bilinçsiz harcamaların yapılacağını düşündüklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların bir kısmı da daha önce yaptıkları bağışların, bu mekanların çevre temizliği ve çevre düzenlemesi gibi alt ve üst yapı çalışmalarına yansımadığını gözlemlediklerini ve gözle görülür bir iyileşmenin söz konusu olmadığı için bağışta bulunmamayı düşündüklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 3.17. Balıklı Göl ve Çevresindeki Kutsal Mekanların Ücretlendirilmesine İlişkin Dağılımlar (n=387)

Sizce Burayı Ziyaret Ücretli Olmalı mıdır?	Frekans	Yüzde
Evet	81	20,9
Hayır	306	79,1

Balıklı Göl ve çevresini ziyaret etmenin ücretli olup olmaması yönünde sorulan soruya katılımcıların %79,1'lik oranla 306 kişi "Hayır" cevabını vermiştir.

Tablo 3.18. Katılımcıların Buraya Yapılan Ziyaretlerin Ücretli Olması Durumunda Bu Mekanları Ziyaret Edip Etmeyeceklerine İlişkin Dağılımlar (n=387)

Ziyaret Ücretli Olsa Yine de Burayı Ziyaret Eder miydiniz?	Frekans	Yüzde
Evet	309	79,8
Hayır	78	20,0

Tablo 3.18'e göre, burayı ziyaret ücretli olsaydı yine de gelmek isteyenlerin oranı %79,8 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3.19. Ziyaret Giriş Ücreti Olsaydı En Fazla Ne Kadar Olması Gerektiğine İlişkin Dağılımlar (n=387)

Yanıtız “Evet” İse Giriş Ücreti En Fazla Ne Kadar Olmalıdır?	Frekans	Yüzde
1-5 TL	200	57,7
6-10 TL	71	18,3
11-15 TL	18	4,7
16-20 TL	10	2,6
21 TL ve üzeri	10	2,6
Hayır	78	20,0

Balıkli Göl ve çevresini ziyaret etmenin ücretli olması durumunda giriş ücretinin en fazla 1-5 TL arasında olmasını isteyen katılımcıların çalışmanın %57,7'sini oluşturduğu görülmektedir. Anketi cevaplayanların %18,3'ü giriş ücretinin en fazla 6-10 TL arasında olmasını istemektedir. %20 civarındaki katılımcılar ise hiçbir şekilde giriş ücreti olmasını istememektedir.

Tablo 3.20. Bu Mekanın Korunmasından, Renove (Onarım) ve Restorasyonundan (Yenileme) Kimler Sorumlu Olmalıdır Sorusuna İlişkin Dağılımlar (n=387)

Bu Mekanın Korunmasından, Renove (Onarım) ve Restorasyonundan (Yenileme) Kimler Sorumlu Olmalıdır?	Frekans	Yüzde
Yerel Yönetimler	179	46,3
Diyanet İşleri Başkanlığı	69	17,8
Yöredeki Turistik İşletmeler	68	17,6
Vakıflar Genel Müdürlüğü	52	13,4
Sivil Toplum Kuruluşları	19	4,9

Tablo 3.20'ye göre, bu mekanın korunmasından, Renove (onarım) ve restorasyonundan yerel yönetimlerin sorumlu olması gerektiğini belirten katılımcıların oranı %46,3'tür. Katılımcıların %17,8'i ise Diyanet İşleri Başkanlığı'nın sorumlu olması gerektiğini belirtmiştir. Sivil Toplum Kuruluşlarının sorumlu olması gerektiğini düşünen katılımcıların ise %4,9 oranında olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 3.21. Katılımcıların Geceleme Sayılarına İlişkin Dağılımlar (n=387)

Şanlıurfa'da Kaç Gece Konakladınız/Konaklayacaksınız?	Frekans	Yüzde
Günübirlik	121	31,3
1 Gün	109	28,2
2 Gün	61	15,8
3 Gün	16	4,1
4 Gün	6	1,6
5 Gün Ve Üzeri	74	19,1

Tablo 3.21 incelendiğinde, Şanlıurfa'da kaç gece konakladınız/konaklayacaksınız sorusuna katılımcıların %31,3'ü "günübirlik" cevabını verirken %28,2'si "1 gün" cevabını vermiştir. "5 gün ve üzeri" cevabını verenler ise katılımcıların %19,1'ini oluşturmaktadır.

Tablo 3.22. Katılımcıların Konakladıkları Tesis Türüne İlişkin Dağılımlar (n=387)

Şanlıurfa'da Konakladığınız/Konaklayacağınız Tesis Türü Nedir?	Frekans	Yüzde
Otel	98	25,3
Misafirhane	30	7,8
Pansiyon	27	7,0
Akraba Yanı	127	32,8
Diğer	105	27,1

Tablo 3.22'ye göre, Şanlıurfa'da ziyaretçilerin %32,8'i akraba yanında konaklarken %25,3'ü otelde konaklamaktadır. Katılımcıların %27,1'i ise "Diğer" cevabını işaretlemişlerdir. Bu katılımcıların büyük bir kısmı, Balıklı Göl çevresindeki parklarda ve özellikle de bu alan içerisinde yer alan camilerin avlularında konakladıklarını belirtirken diğerleri ise memleketlerinin Şanlıurfa olması dolayısıyla ailelerinin yanlarında konakladıklarını belirtmiştir.

Tablo 3.23. Katılımcıların Balıklı Göl ve Çevresini Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine İlişkin Dağılımlar (n=387)

Balıklı Göl ve Çevresini Tekrar Ziyaret Etmeyi Düşünüyor musunuz?	Frekans	Yüzde
Evet	362	93,5
Hayır	25	6,5

Tablo 3.23 incelendiği zaman, ziyaretçilerin %93,5'i Balıklı Göl ve çevresindeki kutsal mekanları tekrar ziyaret etmek istediklerini söylemişlerdir.

Tablo 3.24. Katılımcıların Burayı Başkalarına Tavsiye Etme Niyetlerine İlişkin Dağılımlar (n=387)

Burayı Başkalarına Tavsiye Eder misiniz?	Frekans	Yüzde
Evet	341	88,1
Hayır	46	11,9

Tablo 3.24 incelendiğinde, katılımcıların %88,1'i burayı başkalarına tavsiye edeceklerini dile getirmişlerdir.

3.2.2. Araştırmaya Katılan Cevaplayıcıların Ölçek Maddelerine İlişkin Eğilimleri

Balıklı Göl ve çevresinde bulunan kutsal mekanların turistik çekicilik olarak ziyaretçiler tarafından nasıl algılandığını ve bu mekanların çekicilik potansiyelini belirlemeye yönelik olan bu çalışma için uygulanan anketlerde verilen cevapların yüzdeleri Tablo 3.25' te gösterilmiştir.

Tablo 3.25. Katılımcıların Sorulara İlişkin Eğilimleri

Balıklı Göl ve çevresini muhtemel ziyaret etme nedenlerine katılım oranları?	Tamamen katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum	Toplam Sayı	Toplam (%)
Turistik açıdan görülmeye değer bir yerdir.	56,8	30,0	2,6	6,5	4,1	387	100
Dua edebileceğim bir yerdir.	49,6	34,1	1,8	7,2	7,2	387	100
Huzur veren bir yerdir.	53,0	34,9	2,1	5,2	4,9	387	100
Mimari yapısı ilgi çekicidir.	43,7	38,2	7,0	7,8	3,4	387	100
Dinlenebileceğim bir yerdir.	36,2	40,1	8,8	8,3	6,7	387	100
Manevi duygularımı güçlendirebileceğim bir yerdir.	39,0	39,0	7,8	8,3	5,9	387	100
Sanat eserlerini seyredebileceğim bir yerdir.	41,6	36,7	7,0	10,3	4,4	387	100
Allah'a yakın hissedebileceğim bir yerdir.	39,8	40,1	7,0	4,1	9,0	387	100
Tarihi geçmişi hakkında fikir edinebileceğim bir yerdir.	42,1	37,5	7,2	9,8	3,4	387	100
Özel bir atmosfer yakalayabileceğim bir yerdir.	33,1	42,1	7,8	7,8	9,3	387	100
Günlük hayatın karmaşasından kurtulabileceğim bir yerdir.	34,1	40,1	8,8	11,6	5,4	387	100

Tablo 3.25 incelendiğinde, çalışmaya katılan ziyaretçilerin yarısından fazlası (%56,8)'i Balıklı Göl ve çevresindeki kutsal mekanların turistik açıdan görülmeye değer bir yer olduğunu düşünmektedir. Ziyaretçiler, bu mekan için dua edebilecekleri, huzur veren, mimari yapısı ilgi çekici, dinlenebilecekleri, manevi duygularını güçlendirebilecekleri, Allah'a yakın hissedebilecekleri bir yer olduğunu belirtmişlerdir.

Balıklı Göl ve çevresinde bulunan kutsal mekanların günlük hayatın karmaşasından kurtulabilecekleri bir yer olmadığını düşünenler de mevcuttur. Bu oran ise %11,6'dır. Bu mekanın tarihi geçmişi hakkında fikir edinilebilecek bir yer olduğunu belirtenlerin oranı %42,1'dir. Buna karşın Balıklı Göl ve çevresinin tarihi geçmişi hakkında fikir sahibi olamayacağını düşünenlerin oranı ise %9,8'dir. Yüz yüze yapılan anket görüşmesinde ziyaretçilere yöneltilen "Tarihi geçmişi hakkında fikir edinememe gerekçeniz ya da gerekçeleriniz nelerdir?" şeklindeki açık uçlu soruya verdikleri yanıtta, ziyaretçilerin çoğunluğunun bu mekanlara ilişkin tanıtıcı bilgilerin yeterli olmadığını

hatta bu mekanların tarihi geçmişi hakkında anlatım yapmak üzere yetkili kurum tarafından birden fazla uzman rehberin görevlendirilmesi gerektiğini düşünmektedir. Kutsal mekanlara ilişkin tanıtım levhalarının yeterli olmadığını söyleyen ziyaretçiler daha detaylı bilgiler öğrenmek istediklerini belirtmişler ve Balıklı Göl ve çevresini ziyaret etmeden önce bu mekanlara giriş kısımlarında mekana ilişkin sinevizyon gösterimlerinin olmasının gelen ziyaretçilerin mekanla ilgili önceden bilgi sahibi olarak daha bilinçli hareket etmelerini sağlayacağını düşünmektedirler.

Tablo 3.26. Katılımcıların Sorulara İlişkin Eğilimleri

Bu tarihi ve dini mekânların korunmasını aşağıdaki ölçütler oranında nasıl değerlendirirsiniz?	Tamamen katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum	Toplam Sayı	Toplam (%)
Toplumun çok önemli bir kültür mirasıdır.	58,1	31,8	0,8	8,0	1,3	387	100
Kutsal bir mekandır.	57,1	28,7	2,8	7,5	3,9	387	100
Gelecekteki nesillerin görme, gezme ve yararlanmalarına fırsat verilmelidir.	47,5	38,0	1,8	8,8	3,9	387	100
Yöreye bir kimlik ve özellik kazandırmaktadır.	54,5	30,5	4,4	5,2	5,4	387	100
İnsanlara manevi bir derinlik, anlam ve yönelim kazandıran bir mekan halindedir.	43,2	39,3	5,4	5,7	6,5	387	100
Toplumumuzda çok önemli bir kamusal alanı ifade etmektedir.	42,4	35,7	9,3	6,5	6,2	387	100
Allah'ın varlığını ve büyüklüğünü ispatlayan bir sembol niteliğindedir.	46,5	35,1	4,1	7,0	7,2	387	100
Bu mekan benim için özel bir önem taşımaktadır.	48,8	30,7	4,1	9,0	7,2	387	100
Önemli bir turistik çekiciliktir.	53,2	32,8	1,8	4,7	7,5	387	100
Ülkemizde bulunan diğer kutsal mekanlardan ayrılan kendine özgü özellikleri vardır.	56,3	29,5	2,1	6,2	5,9	387	100

Bu tarihi ve dini mekânların korunmasını verilen ölçütler oranında nasıl değerlendirdiklerine yönelik sorulara katılımcıların verdiği cevaplara ilişkin olarak Tablo 3.26 incelendiğinde, anketi cevaplayanların %58,1'i Balıklı Göl ve çevresindeki kutsal mekanların toplumun çok önemli bir kültür mirası olduğunu düşünmektedirler. Gelecekteki nesillerin görme, gezme ve yararlanmalarına fırsat verilmesini belirtenlerin

oranı ise 47,5'tir. Çalışmaya katılanların toplamda %85'i bu mekanın yöreye bir kimlik ve özellik kazandırdığını dile getirmişlerdir. Ayrıca katılımcılar Balıklı Göl ve çevresi için insanlara manevi bir derinlik, anlam ve yönelim kazandıran bir mekan olduğunu belirtmişlerdir.

Toplumumuzda çok önemli bir kamusal alanı ifade ettiğini düşünen katılımcıların oranı ise toplamda %78,1'dir. Araştırmaya katılanların toplamda %12,2'si Balıklı Göl ve çevresinin önemli bir turistik çekiciliğe sahip olmadığını belirtmişlerdir. Yüz yüze yapılan anket görüşmesinde bu soruya katılmadıklarını belirten ziyaretçilere “Sizce Balıklı Göl ve çevresinin turistik çekiciliğe sahip olmama nedenleri nelerdir? şeklindeki açık uçlu soruya verdikleri yanıtta, bu mekanların çevre düzenlemesinin daha güzel bir şekilde olabileceğini, farklı dizaynlarla daha dikkat çekici hale getirilebileceğini söylemişlerdir. Mekan çevresinde yer alan yiyecek-içecek işletmeleriyle birlikte konaklama işletmelerinin yetersiz kaldığını ve bu ihtiyaçlarını karşılayacak yerlerin sağlık açısından da çok hijyenik ortamlar olmadığını belirtmişlerdir. Ayrıca bu mekanın çoğu zaman amacı dışında kullanıldığını, özellikle gençler tarafından burasının bir buluşma mekanı haline getirildiği ve toplumun ahlaki değerlerine ters düşebilecek davranışlar sergilediklerini ifade etmişlerdir. Çalışmaya katılan ziyaretçiler bu ve benzeri konularda şikayetçi olduklarını belirtmişlerdir.

3.3. HİPOTEZLERİN TEST EDİLMESİ

“Balıklı Göl ve çevresinin turistik açıdan görülmeye değer bir yer olduğu algısı cinsiyet özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir” şeklindeki hipotezin sınanması için T testi analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 3. 27'de gösterilmiştir.

Tablo 3.27. Cinsiyet Özelliklerine Göre Balıklı Göl ve Çevresinin Turistik Açıdan Görülmeye Değer Bir Yer Olduğu Algısı Bağımsız Örneklem T-Testi

	Cinsiyet	N	Mean	P Değeri (Sig. 2-tailed)
Balıklı Göl ve Çevresinin Turistik Açıdan Görülmeye Değer Bir Yer Olduğu Algısı	Erkek	222	1,6486	,653
	Kadın	165	1,7939	

Katılımcıların Balıklı Göl ve çevresinin turistik açıdan görülmeye değer bir yer olduğu algısının cinsiyet özelliklerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapılan bağımsız örneklem t-testine göre, cinsiyet değişkeni için “Balıklı Göl ve çevresinin turistik açıdan görülmeye değer bir yer olduğu algısına” bakılmış ve değerlerin 0,05’ten büyük çıktığı görülmüştür. Bu bağlamda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığından yola çıkarak “Balıklı Göl ve çevresinin turistik açıdan görülmeye değer bir yer olduğu algısı cinsiyet özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir” şeklindeki H1 hipotezi kabul edilmemiştir. Bu durumda Şanlıurfa ilindeki Balıklı Göl ve çevresindeki kutsal mekanları ziyaret eden katılımcıların cinsiyeti ne olursa olsun bu mekanı turistik açıdan görülmeye değer bir yer olarak gördükleri söylenebilir.

Katılımcıların yaş değişkenine göre Balıklı Göl ve çevresinin turistik açıdan görülmeye değer bir yer olduğu algısında anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine yönelik olarak yapılan One Way ANOVA Analizi aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 3.28. Katılımcıların Yaş Değişkenine Göre Balıklı Göl ve Çevresinin Turistik Açıdan Görülmeye Değer Bir Yer Olduğu Algısına İlişkin Dağılımlar

İfadeler	Yaş Aralığı	N	- X	S.S.	F	P
Balıklı Göl ve Çevresinin Turistik Açıdan Görülmeye Değer Bir Yer Olduğu Algısı	18-25	123	1,4634	,86169	2,650	,540
	26-33	86	1,7326	1,25017		,914
	34-41	77	1,9221	1,04839		1,000
	42-49	61	1,7213	1,09744		,455
	50-57	28	2,1786	1,24881		,991
	58-65	7	1,4286	,53452		1,000
	65 ve üzeri	5	1,8000	,44721		,997

Tablo 3.28. incelendiğinde, katılımcıların yaş değişkenine göre Balıklı Göl ve çevresinin turistik açıdan görülmeye değer bir yer olduğu algısında anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine yönelik olarak yapılan **One Way ANOVA** analizine göre p değerlerinin 0,05’ten büyük çıktığı tespit edilmiştir. Bu durumda Balıklı Göl ve çevresinin turistik açıdan görülmeye değer bir yer olduğu algısında katılımcıların yaş

değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı söylenebilir. Bu bağlamda “Balıklı Göl ve çevresinin turistik açıdan görülmeye değer bir yer olduğu algısı yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir” şeklindeki H_2 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.29. Katılımcıların Eğitim Durumu Değişkenine Göre Balıklı Göl ve Çevresinin Turistik Açıdan Görülmeye Değer Bir Yer Olduğu Algısına İlişkin Dağılımlar

İfadeler	Eğitim Durumu	N	- X	S.S.	F	P
Balıklı Göl Ve Çevresinin Turistik Açıdan Görülmeye Değer Bir Yer Olduğu Algısı	Okur-yazar Değil	12	,37375	,31337	4,129	,840
	İlkokul	53	,39826	,16531		,156
	Orta/Lise	167	,22632	,22632		,830
	Ön Lisans	39	,30849	,30849		,244
	Lisans	83	,39648	,39648		,353
	Yüksek Lisans/Doktora	33	,14744	,32383		1,000

Tablo 3.29. incelendiğinde, katılımcıların eğitim durumu değişkenine göre Balıklı Göl ve çevresinin turistik açıdan görülmeye değer bir yer olduğu algısında anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine yönelik olarak yapılan **One Way ANOVA** analizine göre **p değerlerinin 0,05**'ten büyük çıktığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu durumda Balıklı Göl ve çevresinin turistik açıdan görülmeye değer bir yer olduğu algısında katılımcıların eğitim durumu değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı söylenebilir. Katılımcıların almış olduğu eğitim hangi düzeyde olursa olsun ziyaretçiler bu mekanı görülmeye değer bulmaktadır şeklinde bir yorum yapılabilir. Bu bağlamda “Balıklı Göl ve çevresinin turistik açıdan görülmeye değer bir yer olduğu algısı eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir” şeklindeki H_3 hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 3.30. Katılımcıların Meslek Durumu Değişkenine Göre Balıklı Göl ve Çevresinin Turistik Açından Görülmeye Değer Bir Yer Olduğu Algısına İlişkin Dağılımlar

İfadeler	Meslek	N	- X	S.S.	F	P
Balıklı Göl Ve Çevresinin Turistik Açından Görülmeye Değer Bir Yer Olduğu Algısı	Memur	79	,03559	,16591	1,725	1,000
	Serbest Meslek	85	,00422	,37349		1,000
	Çiftçi	9	,22644	,37349		1,000
	Emekli	9	,03964	,17058		1,000
	Öğrenci	76	,62323	,28384		,411
	İşsiz	17	,32911	,19557		,757
	Ev Hanımı	47	,106689	,16591		1,000
	İşçi	27	,302247	,19557		,880
	Diğer	38	,03559	,23666		1,000

Tablo 3.30. incelendiğinde, katılımcıların meslek durumu değişkenine göre Balıklı Göl ve çevresinin turistik açıdan görülmeye değer bir yer olduğu algısında anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine yönelik olarak yapılan **One Way ANOVA** analizine göre **p değerlerinin 0,05'ten büyük** çıktığı görülmektedir. Bu durumda Balıklı Göl ve çevresinin turistik açıdan görülmeye değer bir yer olduğu algısında katılımcıların meslek durumu değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı söylenebilir. Yani ziyaretçilerin mesleği ne olursa olsun bu mekanı ziyaret etmenin turistik açıdan önemli olduğu söylenebilir. Bu bağlamda “Balıklı Göl ve çevresinin turistik açıdan görülmeye değer bir yer olduğu algısı meslek değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir” şeklindeki **H₄** hipotezi reddedilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Şanlıurfa, tarihi bir yerleşim yeri olmasının yanında dini inanışların yoğun bir biçimde yaşandığı, farklı kültürlerin buluştuğu, mimari yapısıyla dikkat çeken bir ildir. Dolayısıyla Şanlıurfa ilinin inanç merkezi olması yolunda potansiyel kaynakları ortaya çıkarmak gerekmektedir. Balıklı Göl ve çevresinde yer alan kutsal mekanlar, ilin kültürel turizmle birlikte inanç turizmi bakımından da değerlendirilmesini sağlamaktadır. Yapılan bu araştırma, ildeki kutsal mekanların önemine dikkat çekmek açısından önemlidir. Bu çalışmanın, kültürümüzün zengin mozaïği ile Türk ve Dünya turizmi içerisindeki yerinin vazgeçilmez olduğu bilincine ulaşma noktasında katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Bu tez araştırması, Şanlıurfa ilinin sahip olduğu güzellikleri ile kültür ve inanç turizmi potansiyellerini kullanma düzeyini açığa çıkarması konusunda önem arz etmektedir. Balıklı Göl ve çevresinde bulunan kutsal mekanların turistik çekicilik olarak ziyaretçiler tarafından nasıl algılandığını ve bu mekanların çekicilik potansiyelini belirlemek bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Çalışma, Şanlıurfa'da bulunan Balıklı Göl ve çevresindeki kutsal mekanlara gelen ziyaretçilerle yüz yüze gerçekleştirilen anket yöntemindeki hem kapalı hem de açık uçlu sorularla gerçekleştirilmiştir. Açık uçlu soruların anket formunda yer alması, katılımcıların bazı kapalı uçlu sorulara verdiği yanıtları pekiştirmesi açısından önem arz etmektedir.

Araştırmaya katılanların demografik özellikleri ile ilgili yapılan frekans analizlerine bakıldığında örneklemin yaş aralığının %31,8 oranında 18-25 yaş aralığında, %22,2 oranında 26-33 yaş aralığında ve %19,9 oranında 34-41 yaş aralığında olan ziyaretçilerin varlığı görülmüştür. Yani katılımcıların genç nüfusa sahip olduğu söylenebilir. Ankete katılanların eğitim durumlarına bakıldığında %43,2'sinin ortaokul-lise eğitimi aldıkları, %21,4'ünün ise lisans eğitimi aldıkları görülmüştür. Bu durumda katılımcıların çoğunluğunun okur-yazar olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Balıklı Göl ve çevresindeki kutsal mekanları ziyarete gelenlerin %22'si serbest meslek sahibi, %20,4'ü memur, %19,6'sı öğrenci ve %12,1'i ev hanımı olarak tespit edilmiştir. Bu verilerden yola çıkarak insanların boş zamanlarının artmasıyla turizm faaliyetlerine katılma düzeylerinin de doğru orantılı olarak arttığı söylenebilir. Aylık gelirler ile ilgili bilgiler incelendiğinde 1300 TL ve altında maaş alanlar çalışmanın

%36,2'sini oluşturmuştur. Bu mekanları ziyaret edenlerin gelir düzeylerinin düşük olduğu söylenebilir. Ziyaretçilerin çoğu, yakın illerden gelmiştir ancak farklı bölgelerden gelen ziyaretçilerin de olduğu görülmüştür. Şanlıurfa'da yaşayan yerel halk da çoğu zaman bu kutsal mekanı ziyarete geldiğini belirtmiştir. Çalışmada, %24,3'lük bir oranda Şanlıurfalı, %14,7'lik bir oranda Adıyamanlı, %10,3'lük bir oranda Gaziantep'li, %5,7'lik bir oranda Diyarbakırlı ziyaretçilerin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca Batman, Mardin, Kahramanmaraş, Bingöl, Malatya, Mersin, Konya, İstanbul, Bitlis gibi illerden gelenlerin de olduğu görülmüştür.

Katılımcıların %70'i Balıklı Göl ve çevresindeki kutsal mekanları daha önce de ziyaret ettiklerini ve buraya gelişlerini önceden planladıklarını söylemişlerdir. Araştırmaya katılanların %59,9'u özel otomobilleri ile geldiklerini belirtirken, %19,4'ü toplu taşıma aracı ile geldiğini belirtmiştir. Katılımcıların %42,6'sı ailesiyle birlikte ziyarete gelmişlerdir. Balıklı Göl ve çevresi hakkındaki bilgileri çevredeki kişilerden öğrenenlerin oranının %46,3 olduğu görülmüştür. Ayrıca televizyon, internet ve gazeteden de bilgiler öğrendiklerini söyleyenler olmuştur. Bu verilerden yola çıkarak Balıklı Göl ve çevresi ile ilgili yeterli tanıtımın yapılmadığı sonucuna ulaşılabilir. %44,7 oranında katılımcının ziyaretleri esnasında 0-100 TL arasında harcama yaptıkları tespit edilmiştir. Harcama düzeyinin düşük olmasının altında yatan en önemli sebebin, gelen ziyaretçilerin konaklama yapmadan geldikleri yere dönmeleri yani günübirlikçi olmaları diyebiliriz. Balıklı Göl ve çevresindeki kutsal mekanların ücretli olmasını istemeyenlerin oranı %79,1 olarak bulunmuştur, fakat burası ücretli olsa yine de ziyaret edecek olanların varlığı da görülmüştür ve %79,8'lik bir oran olduğu tespit edilmiştir.

Ziyaretçilerin %57,7'si Balıklı Göl ve çevresindeki kutsal mekanları ziyaret etmenin ücretli olması durumunda en fazla 1-5 TL arasında olması gerektiğini belirtmişlerdir. Bu mekanın korunup geliştirilmesinden yerel yönetimlerin sorumlu olması gerektiğini düşünen ziyaretçilerin %46,3 oranında olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların geceleme sayılarına göre dağılımları incelendiğinde %31,3'ü günübirlik geldiğini, %28,2'si ise "1 gün" kalacaklarını belirtmiştir ve katılımcıların %32,8'inin akraba yanında konaklayacağı sonucuna ulaşılmıştır. %93,5 oranında ziyaretçi Balıklı Göl ve çevresini tekrar ziyaret etmek istediklerini belirtmiştir. Dolayısıyla turizm hareketlenmesine katkı sağlayacağı söylenebilir. Ayrıca ziyaretçilerin %88,1'i bu mekanı başkalarına tavsiye edeceğini belirtmiştir.

Balıkli Göl ve çevresindeki kutsal mekanların turistik açıdan görülmeye değer bir yerdir ifadesine katılımcıların %56,8'i tamamen katıldıklarını belirtmiştir. %53'lük bir oran da bu mekanın huzur verdiğiine tamamen katıldığını söylemiştir. Ayrıca buranın, manevi duyguları güçlendirdiğini, Allah'a yakın hissedilen bir yer olduğunu, özel bir atmosfer yakalanacağını, günlük hayatın karmaşasından kurtularak dinlenilecek bir yer olduğunu düşünenlerin varlığı da tespit edilmiştir. Balıklı Göl ve çevresindeki kutsal mekanların toplum için önemli bir kültür mirası olduğunu belirten katılımcıların oranı %58,1 olarak bulunmuştur. %57,1 oranındaki katılımcı da burasının kutsal bir mekan olduğunu söylemişlerdir. Gelecekteki nesillerin görme, gezme ve yararlanmalarına fırsat verilmelidir diyen katılımcıların oranı ise %47,5 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca bu mekanın toplumumuzda çok önemli bir kamusal alanı ifade ettiğini, önemli bir turistik çekicilik olduğunu, yöreye bir kimlik ve özellik kazandırdığını düşünen katılımcıların da olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmanın amacına ulaşabilmesi için kurulan hipotezlerin test edilmesi yönünde bağımsız örneklem T-testi ve One Way ANOVA analizleri uygulanmıştır. Bu doğrultuda Balıklı Göl ve çevresindeki kutsal mekanların turistik açıdan görülmeye değer bir yer olduğu algısının cinsiyet, yaş, eğitim ve meslek özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin oluşturulan hipotezlerin tümü reddedilmiştir. Yani bu mekanı turistik açıdan görülmeye değer olarak ifade etmek için cinsiyet, yaş, eğitim ve meslek özelliklerinin anlamlı bir farklılık göstermediğini hem erkekler hem de kadınların, hangi yaş kesiminden olursa olsun, eğitim düzeyleri ne olursa olsun ve hangi tür meslekten olmalarının Balıklı Göl ve çevresini turistik açıdan görülmeye değer bir yer olarak gördükleri sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç olarak Şanlıurfa, yerel halkı ve şehir dışından gelen ziyaretçileri için oldukça önemli bir inanç merkezi olmakla beraber bu mekanlara sadece inançtan ötürü ivme kazandırılması da Şanlıurfa ilinin turizm potansiyelini gölgede bırakabilecek dezavantajları da beraberinde getirebilir. Bölgelerin yerel kalkınmasında temel unsur olarak alternatif turizm çeşitleri önemli rol oynamaktadır. Bu yüzden Balıklı Göl ve çevresinde bulunan kutsal mekanların özellikle kültür turizmi kapsamında geliştirilebilmesi için bu turizm kaynaklarının korunması ve sürdürülebilir olması gerekmektedir. Bunun için de yerel halkın turistik değerlere sahip çıkması noktasında turizm bilincinin oluşturulması sağlanmalıdır.

Çalışma kapsamında yapılan analiz sonuçlarına göre bazı öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- Tarihsel bir kimliğe sahip olan Şanlıurfa ve bu kimliğin izleri olan yapıların korunması ve sürdürülebilir kılınması için yerel halkın bilinçlendirilmesi ve bu noktada Kültür ve Turizm Bakanlığı ile yereldeki İl ve İlçe Milli Eğitim Müdürlükleri ve bağlı Halk Eğitim Müdürlükleriyle işbirliğine giderek gerek kurs, seminer ve sempozyumlarla gerekse de mobil araçlarla halka turizm ve değerleri hakkında eğitim çalışmaları yapılmasının yerel halkın turizm bilincinin oluşmasında katkı sağlayacağı söylenebilir.
- İlde bulunan ve inanç merkezi olarak kabul edilen Balıklı Göl'ün çoğu zaman amacının dışında kullanıma maruz kaldığı açık uçlu sorulara verilen cevaplardan hareketle öğrenilmiştir. Özellikle genç kesimdekiler bu mekanı sevgiliyle buluşma yeri olarak belirleyip hoş olmayan ahlak dışı davranışlarda buldukları katılımcılar tarafından belirtilmiştir. Bu doğrultuda mekanda bu tarz davranışların önüne geçebilmek amacıyla mekanın çevre düzenlemesinin ve aydınlatma sisteminin daha sağlıklı hale getirilmesinde fayda umulur. Ayrıca mevcut güvenlik tedbirlerine ek olarak asayişini sağlayacak personel sayısında iyileştirme yapılması da problemin çözümüne katkı sağlayabilir.
- Balıklı Göl ve çevresindeki kutsal mekanlar hakkında daha fazla bilgi edinmek isteyen ziyaretçiler bulunmaktadır. Bu mekanda bilgilendirme levhalarına ek olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından daimi olarak birkaç profesyonel rehber bulundurulmasında fayda umulur.
- Anket yöntemi gerçekleştirilirken yapılan gözlemlerde, Balıklı Göl'de yaşayan balıklar ziyaretçiler tarafından büyük ilgi görmektedir. Gelenler balıkları beslemek adına farklı yiyecekleri bu balıklara ikram etmek için göle atmaktadırlar. Bu da suyun bulanıklaşmasına ve görüntü kirliliğine neden olmaktadır. Bu yönde ilgililerin tedbir almasında, daha fazla uyarıcı levha kullanılmasında fayda görülmektedir.
- Balıklı Göl ve çevresinin bilinirliğinin kaynağı ziyaretçilerin çevrelerinden duyduklarıdır. Gazete, dergi, broşür vs. kaynaklardan bu mekanın bilinirliğinin düşük olması bu mekanla ilgili tanıtımın eksik olduğu sonucunu göstermektedir. Bu bağlamda Balıklı Göl ve çevresiyle ilgili tanıtım

faaliyetlerine ağırlık verilmesi önem arz etmektedir. Bunun için bu mekanların tanıtımı için Türkçe ve farklı yabancı dillerde hazırlanan kitap, broşür, dergi, CD, DVD gibi materyallerin ilgili ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşlara dağıtımının sağlanmasında fayda görülebilir. Ayrıca görsel medya üzerinden Şanlıurfa ve Balıklı Göl ve çevresi hakkında kısa filmler çekilerek belirli zaman aralıklarıyla TV’lerde yayınlanması sağlanarak geniş kitlelere ulaşması fayda sağlayabilir. Tanıtım faaliyetlerine ilişkin olarak çeşitli etkinlikler düzenlenmesinde, festival, şenlik gibi sosyal ve kültürel içerikli organizasyonların gerçekleştirilmesinde ve bu organizasyonların ulusal ve uluslararası çapta yapılmasında fayda umulur. Balıklı Göl doğu ve batı yönlü iki girişe sahiptir. Bu girişlerde gelen ziyaretçilere mekanla ilgili sinevizyon gösterisi şeklinde tanıtıcı bilgiler sunularak ziyaretçilerin mekanı daha bilinçli bir şekilde dolaşmaları sağlanabilir.

- Şanlıurfa, birçok turizm çekiciliklerine sahip bir şehir olmasına rağmen gelen ziyaretçilerin çoğunun çevre şehirlerden olması ve bunun doğal bir sonucu olarak gününbirlik ziyaretlerin gerçekleşmesi, Şanlıurfa ilinin turizmden yeterli ekonomik faydayı sağlamadığı ve bununla birlikte bölgesel kalkınmada turizmden yeterince yararlanamadığı gözlemlenmiştir. Oysaki turizmin, döviz ve istihdam yaratıcı etkisinin olduğunu ve bölgesel kalkınmaya katkı sağladığını biliyoruz. Bu noktada Şanlıurfa ilinin sahip olduğu bu değerleri yeterince pazarlayamadığını söyleyebiliriz. Bunun için mevcut pazarlama politikalarının gözden geçirilmesi ve özellikle teknoloji çağında olduğumuz şu günlerde teknolojiden azami ölçüde faydalanarak sanal ortamda bu değerlerin pazarlanmasının fayda getireceği umulur.
- Çalışma sonucunda konaklamaya ilişkin ziyaretçi dağılımlarına baktığımızda “Diğer” seçeneğini işaretleyenlerin oranı azımsanmayacak düzeydedir. Açık uçlu sorulardan elde edilen yanıtlardan anlaşıldığı üzere bu ziyaretçilerin genellikle Balıklı Göl ve çevresindeki parklarda konakladıkları belirtilmiştir. Ziyaretçilerin bir mekanı tercih etmesinde turistik ürün bileşenlerinin yeterli sayıda olması gereklidir. Balıklı Göl ve çevresinde, gelen ziyaretçilerin konaklamak istediklerinde hafta içi ve hafta sonu şeklinde tam gün ya da belli saat aralıkları için uygun fiyatlı konaklama tesislerinin yapılması ziyaretçileri

geldikleri yerde daha fazla ve daha rahat bir zaman geçirmelerine yardımcı olacağı umulur.

- Çalışmada, bu mekanın turistik çekiciliğinin bulunmadığını belirten katılımcılara dönük çekici bulunmama nedenlerinin neler olduğu sorusundan elde edilen yanıtlardan biri de mekan çevresinde yer alan yiyecek-içecek işletmeleriyle birlikte konaklama işletmelerinin sağlık açısından hijyenik ortamlar olmadığıdır. Bu bağlamda bu işletmelerde çalışan yönetici ve personellerine dönük hijyen eğitimlerinin verilmesi için ve bu işletmelerin hijyen denetimlerinin yetkili kurumlar tarafından yapılmasında fayda görülecektir.

Yapılan bu yüksek lisans tez çalışmasının bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Her şeyden önce anketi uygulama zamanı, güvenlik açısından bölgede ve çevresinde cereyan eden birtakım olayların yaşandığı sıkıntılı bir döneme denk gelmiştir. Bu yüzden anket formunu doldurma konusunda ziyaretçilerin çoğu çekimser bir tavır sergilemiştir ve anketin açıklama bölümü anket formunda yer almasına rağmen anketin ne amaçla yapıldığı konusunda katılımcılara istekleri halinde tekrar açıklama yapılması ekstra zaman kaybına neden olmuştur. Nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniğinin kullanılması ile araştırmadaki gözlem sayısı sınırlı kalmıştır. Anketi dolduran katılımcıların bazıları anket doldurmayı bilmedikleri için hatalı ve eksik anketler olmuştur. Araştırma sonuçlarının yalnızca uygulamanın gerçekleştirildiği dönem ve gözlem grubu için geçerli olması da bir diğer sınırlılıktır.

KAYNAKÇA

- Ahmad, A. (2013). The constraints of tourism development for a cultural heritage destination: The case of Kampong Ayer (Water Village) in Brunei Darussalam, *Tourism Management Perspectives*, 8, 106-113.
- Akgündüz, Y. (2016). Turist, Turizm ve Turist Psikolojisi, Erol Duran ve Cumhuriyet Aslan (Ed.), *Turizmin Sosyal Psikolojik Dinamikleri* içinde (s. 31). İstanbul: Paradigma Akademi.
- Akoğlan Kozak, M. ve Bahçe, A. S. (2012). Özel İlgi Turizmi, (2. Baskı), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Aksatan, M. (2014). Sürdürülebilir Turizm ve Doğal Miras, Metin Kozak (Ed.), *Sürdürülebilir Turizm: Kavramlar-Uygulamalar* içinde (s. 31). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Albayrak, A. (2013). Alternatif Turizm, (1. Baskı), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Aslan, C. (2016). Kültür ve Toplum, Erol Duran ve Cumhuriyet Aslan (Ed.), *Turizmin Sosyal Psikolojik Dinamikleri* içinde (s. 245). İstanbul: Paradigma Akademi.
- Avcıkurt, C. (2003). Turizm Sosyolojisi, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Batman, O. ve Çınar Oğuz, S. (2011). Kültür Turizmi, Necdet Hacıoğlu ve Cevdet Avcıkurt (Ed.), *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* içinde (s. 191), Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Bayladı, D. (1998). Dinler Kavşağı Anadolu, Birinci Basım, Say Yayınları, İstanbul.
- Behrens, J. (2014). Kirchenbauten als touristische Attraktionen: Werte und Zahlungsbereitschaften im Kirchentourismus, *Doktora Tezi*, an der Fakultät Verkehrswissenschaften „Friedrich List“ der Technischen Universität Dresden, Almanya.
- Botha, C. (2005). *The importance and role of tourist attractions*. In B. Lubbe (ed.), *Tourism Management in Southern Africa*. (ss. 104-106), Cape Town: Pearson Education.
- Botti, L., Peypoch, N. ve Solonandrasana, B. (2008). *Time and tourism attraction*. *Tourism Management*, 29, 594-596.
- Crompton, J. (1979). Motivations of pleasure vacations. *Annals of Tourism Research*, 6 (4): 408-424.
- Çelik, M. (2007). Edessa'dan Urfa'ya, Atılım Yayınevi, Ankara.

- Çoruh, S. (1979). Turizm Ekonomisi, Güven Matbaası: Ankara.
- Dann, G. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, (4): 184-194.
- Deloitte (1999). *The Business of Attractions: A Guide to Accounting and Performance Reporting for the Attraction Industry*. Sydney: Tourism New South Wales.
- Dewhurst, P. D. ve Dewhurst, H. (2006). Visitor attractions management. In J. Beech ve S. Chadwick (eds). *The Business of Tourism Management* (ss. 287-303). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Dietvorst, A. A. G. J. (1995). Tourist behaviour and the importance of time-space analysis. In G. Ashworth and A. A. G. J. Dietvorst (eds.), *Tourism and Spatial Transformations: Implications for Policy and Planning* (ss. 163-181), Abingdon: CAB International.
- Dinçer, F. İ. (1993). Turizm ve Turist Tanımlarındaki Gelişmeler, Turizm Yıllığı, Türkiye Kalkınma Bankası Yayını, ss. 102-116, Ankara.
- Duhme, L. (2012). Cultural Tourism: Case Study Portugal, Hamburg: Diplomica Verlag.
- Edelheim, J. R. (2015). Tourism and Cultural Change, *Tourist Attractions: From Object to Narrative*, Channel View Publications: Bristol, Buffalo, Toronto.
- El Barazi, K. (2009). Cultural heritage management and the impact of tourism: The case of Tripoli, *Yüksek Lisans Tezi*, Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Ankara.
- Endresen, K. (1999). Sustainable tourism and cultural heritage: A review of development assistance and its potential to promote sustainability, Nordic World Heritage Office.
- Epperson, A. (1983). Why people travel, *Journal of Physical Education, Recreation and Dance-Leisure Today*, 54(4), 53-54.
- Eralp, Z. (1983). Genel Turizm, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları, Ankara.
- Erel, A. S. (2006). Güneydoğu Anadolu Bölgesinin Turizm Açısından Değerlendirilmesi ve Bölge Turizmine Etkisi, *Yüksek Lisans Tezi*, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- Fakeye, P. C. & Crompton, J. L. (1991). Image differences between prospective, first time, and repeat visitors to the Lower Rio Grande Valley, *Journal of Travel Research*, 30, 10-16.
- Fichter, J. (2012). *Sosyoloji Nedir?* (çev. Nilgün Çelebi), Anı Yayıncılık, İstanbul.
- Fodness, D. (1994). Measuring tourist motivation, *Annals of Tourism Research*, 21(3), 555-581.
- Fyall, A., Garrod, B., Leask, A. ve Wanhill, S. (eds.), (2008). *Managing Visitor Attractions: New Directions* (2nd edn). Abingdon: Butterworth-Heinemann.
- Gallarza, M. G. I., Saura, G., & Garcia, H. C. (2002). Destination image: Towards a conceptual framework, *Annals of Tourism Research*, 29(1), 56-78.
- Gay, L. R. (1985). *Educational Evaluation and Measurement*, (2nd ed.), London: A Bell & Howell Company.
- Gray, J. P. (1970). *International Travel - International Trade*, Lexington Heath: Lexington Books.
- Gunn, C. (1998). *Vacationscape: Designing Tourist Regions*, (2nd edn.), New York: Van Nostrand Reinhold.
- Güler, S. E. (2016). *Urfa Tarihinden Sayfalar*, Eyyubiye Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü, Birinci Basım, Şanlıurfa.
- Güvenç, B. (1984). *İnsan ve Kültür*, 4. Basım, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Güvenç, B. (1985). *Kültür Konusu ve Sorunlarımız*, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Güzel, F. Ö. (2010). Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Yeni Bir Dinamik: İnanç Turizmi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 2(2), 87-100.
- Hall, C. M. ve Page, S. (2010). The contribution of Neil Leiper to tourism studies. *Current Issues in Tourism*, 13(4), 299-309.
- Hu, Y. & Ritchie, J. R. B. (1993). Measuring destination attractiveness: A context approach, *Journal of Travel Research*, 32, 25-34.
- Inskip, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*, New York: Van Nostrand Reinhold.
- Ioannides, D. ve Timothy, D. (2010). *Tourism in the USA: A Spatial and Social Synthesis*, New York: Routledge.
- Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder, *Annals of Tourism Research*, 12, 256-262.

- İçöz, O. (2009). Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal (Tıbbi) Turizm ve Türkiye'nin Olanakları, *Journal of Yaşar University*, 4(14), 2257-2279.
- Jansen-Verbeke, M. and van der Wiel, E. (1995). Tourism planning in urban revitalization projects: Lessons from the Amsterdam Waterfront development. In G. Ashwort and A. A. G. J. Dietvorst (eds.), *Tourism and Spatial Transformations: Implications for Policy and Planning* (ss. 129-145), Wallingford: CAB International.
- Kahraman, S. A. ve Dağlı, Y. (2003). Günümüz Türkçesiyle Evliya Çelebi Seyahatnamesi: Konya, Kayseri, Antakya, Şam, Urfa, Maraş, Sivas, Gazze, Sofya, Edirne, 3(1), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Kalaycı, Ş. (2005). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Karakaş, M. (1991). Müsbet İlimde Müslüman Alimler, Ankara.
- Karakaş, M. (2009). *Urfa'nın Kültür ve İnançlar Serüveni*, Şanlıurfa Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları Şehir Kitaplığı Dizisi: 19, Şanlıurfa.
- Karakaş, M. (2001). *Şanlıurfa ve İlçelerinde Kitabeler*, Şanlıurfa Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları Şehir Kitaplığı Dizisi: 22, Şanlıurfa.
- Kim, S. S., Lee, C. K. and Klenosky, D. B. (2003). The influence of push and pull factors at Korean national parks, *Tourism Management*, 24(2), 169-180.
- Klenosky, D. B. (2002). The pull of tourism destinations: A means-end investigation, *Journal of Travel Research*, 40(4), 385-395.
- Kozak, M. (2002). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations, *Tourism Management*, 23(3), 221-232.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2014). Genel Turizm İlkeler-Kavramlar (16. Baskı), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Küçük, M. A. (2013). İnanç Turizmi Açısından Türkiye'de Dini Mekanlar (Yahudilik-Hıristiyanlık Örneği), Berikan Yayınevi, Ankara.
- Leask, A. (2008). *The nature and role of visitor attractions*. In A. Fyall, B. Garrod, A. Leask and S. Wanhill (eds.), *Managing Visitor Attractions: New Directions* (2nd edn.), (ss. 3-15). Abingdon: Butterworth-Heinemann.
- Leiper, N. (1995). *Tourist Management*, Melbourne: RMIT Press.

- Leiper, N. (2004). *Tourism Management*, (3rd edn.), Frenchs Forest, NSW: Pearson Education.
- Lew, A. A. (1987). A framework of tourist attraction research. *Annals of Tourism Research*, 14 (4), 553-575.
- Lew, A. A. (ed.) (2000). *Encyclopaedia of Tourism*, London: Routledge.
- Lovelock, B. (2004). Tourist-created attractions: the emergence of a unique form of tourist attractions in Southern New Zealand, *Tourism Geographies*, 6(4), 410-433.
- Mayo, E. J., & Jarvis, L. P. (1981). *The psychology of leisure travel: Effective marketing and selling of travel services*, Boston: CBI Publishing Company.
- McIntosh, R.W., & Goeldner, C. R. (1990). *Tourism: Principles, practices, philosophies* (6th ed.), New York: John Wiley & Sons.
- McKercher, B., Ho, P. S. Y., & Du Cros, H. (2005). Relationship between tourism and cultural heritage management: Evidence from Hong Kong. *Tourism Management*, 26, 539-548.
- Meydan Uygur, S. ve Baykan, E. (2007). K lt r Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar  zerindeki Etkileri. *G. . Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 3049.
- Mill, R., & Morrison, A. (1985). *The tourism system*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Newman, D. M. (2013). *Sosyoloji: Günlük Yaşamın Mimarisini Keşfetmek*, 3. Baskı, ( ev. A. Arslan), Nobel Yayınları, Ankara.
- Nyiri, P. (2006). *Scenic Spots: Chinese Tourism, the State, and Cultural Authority*. Seattle, WA: Washington University Press.
- Oğuz, E. S. (2011). Toplum Bilimlerinde Kültür Kavramı, *H. . Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 28 (2): 123-139.
- Okuyucu, A. ve Somuncu, M. (2013). Türkiye’de İnanç Turizmi: Bugünkü Durum, Sorunlar ve Gelecek, Muhsin Kar (Ed.), *International Conference On Religious Tourism And Tolerance* içinde, (ss. 627-643). Konya.
-  zdoğan, O. N. (2014). Sürdürülebilir Turizm ve Kültürel Miras, Metin Kozak (Ed.), *Sürdürülebilir Turizm: Kavramlar-Uygulamalar* içinde (ss. 48-50). Ankara: Detay Yayıncılık.

- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma, *Gazi Üniversitesi, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*.
- Prentice, R. C. (1993). *Tourism and Heritage Attractions*, London: Routledge.
- Ravenscroft, N., Philips, D. ve Bennett, M. (eds.), (1998). *Tourism and Visitor Attractions: Leisure, Culture and Commerce*, Brighton: Leisure Studies Association.
- Richards, G. (1996). The Scope and Significance of Cultural Tourism, Greg Richards (Ed.), *Cultural Tourism in Europe* içinde, Association For Tourism And Leisure Education (ATLAS), 21-38.
- Richards, G. ve Munsters, W. (Eds.), (2010). *Cultural Tourism Research Methods, The Cultural Destination Experience Audit Applied to the Tourist-Historic City*, (Trans. W. Munsters), Cambridge, MA: CABI.
- Robinson, P., Lück, M., ve Smith, S. L. J. (2013). Visitor attractions. In *Tourism* (ss. 185-218). Walingford: CAB Direct.
- Rodzi, N. I. M., Zaki, S. A., & Subli, S. M. H. S. (2013). Between tourism and intangible cultural heritage, *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 85, 411-420.
- Ryan, C. (1991). *Recreational tourism: A social science perspective*, New York: Routledge.
- Schmidt, K. (2007). *Göbekli Tepe* (Çev. Rüstem Aslan), İstanbul.
- Sears, J. F. (1998). *Sacred Places: American Tourist Attractions in the Nineteenth Century*. Amherst, MA: University of Massachusetts Press.
- Serçek, S. (2011). Bütünleşik Pazarlama İletişimi Çerçevesinde Türkiye’de İnanç Turizminin Geliştirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Sjöholm, C. (2010). Murder walks in Ystad. In B. T. Knudsen and A. M. Waade (eds.), *Reinvesting Authenticity: Tourism, Place and Emotions.*, (ss. 154-168), Bristol: Channel View Publications.
- Smith, M. (2003). *Issues in Cultural Tourism Studies*, Routledge Taylor&Francis E-Library.

- Smith, P. (2001). *Cultural theory: An introduction*, Blackwell: Oxford University Press, York: Harper&Brothers.
- Snowball, J. D., & Courtney, S. (2010). Cultural heritage routes in South Africa: Effective tools for heritage conservation and local economic development? *Development Southern Africa*, 27(4), 563-576.
- Sü Eröz, S. (2016). Turizm Çeşitleri, Necdet Hacıoğlu, Mesut Bozkurt ve Bayram Şahin (Ed.), *Genel Turizm içinde*, (s. 33). İstanbul: Paradigma Akademi.
- Süt, A. (2010). Türkiye'deki İnanç Merkezlerinin Ülke Turizmine Katkısı Yönünden Değerlendirilmesi Şanlıurfa Örneği, *Uzmanlık Tezi*, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Swarbrooke, J. (2002). *The Development and Management of Visitor Attractions*, (2nd edn.), Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Şahin, F. (2012). Eskişehir İlinin Kültür Turizmi Potansiyeli: Mevcut Durum ve Öneriler, Kültür ve Turizm Bakanlığı Eskişehir Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu Müdürlüğü, Uzmanlık Tezi.
- Tala, M. L. ve Padurean, A. M. (2008). Dimensions of Religious Tourism, *Amfiteatru Economic*, (Özel sayı), 242-253.
- Timothy, D. J. (1997). Tourism and the personal heritage. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 751-754.
- Trotter, R. (2001). Heritage tourism. N. Douglas, N. Douglas & R. Derrett (Eds.), *Special interest tourism* (ss. 140-164). Milton: John Wiley.
- Tüfekçi, D. (2006). "Yaşam için ne gerekliyse, Anadolu'da fazlasıyla var." İnanç Turizmi Günleri III (12-14 Mayıs), İstanbul.
- UNESCO (1982). Mexico City Declaration on Cultural Policies.
- Usta, K. M. (2005). İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından İznik'in Değerlendirilmesi, *Yüksek Lisans Tezi*, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Usta, Ö. (2009). Turizm: Genel ve Yapısal Yaklaşım, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Uysal, M. and Hagan, L. A. (1993). Motivations of pleasure travel and tourism. In M. Khan, M. Olsen and T. Var (Eds.), *VNR's Encyclopaedia of Hospitality and Tourism*, (s.s. 798-810), New York: Van Nostrand Reinhold.

- Ünsal, D. ve Pulhan, G. (2012). Türkiye’de Kültürel Mirasın Anlamı ve Yönetimi, Asu Aksoy ve Deniz Ünsal (Ed.), (s. 34). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Wall, G. (1997). Tourism attractions: Points, lines and areas. *Annals of Tourism Research*, 24 (1), 240-243.
- Walsh-Heron, J. and Stevens, T. (1990). *The Management of Visitor Attractions and Events*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Weaver, D. ve Lawton, L. (2010). *Tourism Management* (4th edn.), Milton, Queensland: Wiley.
- Yale, P. (2004). *From Tourist Attractions to Heritage Tourism*, (3rd edn.), Huntingdon: ELM Publications.
- Yamane, T. (2001). *Temel Örnekleme Yöntemleri*. (Çev. Alptekin Esin, M. Akif Bakır, Celal Aydın ve Esen Gürbüzsel). İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Yıldız, S. (2006). *Peygamberler Diyarı Urfa*, Şanlıurfa Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları Şehir Kitaplığı Dizisi: 2, Şanlıurfa.
- Yıldız, S., Rızvanoğlu, M. S. ve Altın, İ. (2014). *Kültür ve İnançlar Diyarı Şanlıurfa*, Şanlıurfa Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları Şehir Kitaplığı Dizisi: 26, Şanlıurfa.
- Yıldız, Z. (2011). Turizmin sektörünün gelişimi ve istihdam üzerindeki etkisi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.
- Zengin, A. (2010). Eyüp Kentsel Sit alanının İnanç Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi ve Yerleşim Dokusunun Korunması Üzerine Bir Araştırma, *Yüksek Lisans Tezi*, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Zhang, Y. (2011). *Cultural Tourism Products: A Case Study in the Xi'an City, University Libraries, Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones*, University of Nevada, Las Vegas.

İNTERNET KAYNAKLARI

- <https://issuu.com/premier/docs/top-10-religious-sites/4?e=1121543/5481869> (Erişim tarihi: 08.03.2017).
- <http://www.benhayattayken.com/2015/05/dunya-inanc-turizmi-haritas.html> (Erişim tarihi: 04.03.2017).

- <http://www.internethaber.com/kudus-turlarina-havayolu-darbesi-1586522h.htm> (Erişim tarihi: 05.03.2017).
- <https://www.islamansiklopedisi.info> (2005). *Miras*, (Erişim tarihi: 05.02.2017).
- <https://www.islamansiklopedisi.info> (2012). *Urfa*, (Erişim tarihi: 12.04.2017).
- <http://www.turizmguncel.com/haber/inanc-turizmi-pazari-20-milyara-ulasti-turkiye-bu-alanda-ne-durumda-h20300.html> (Erişim tarihi: 25.02.2017).
- http://www.tursab.org.tr/tr/tursabdan-haberler/genel-duyurular/tursab-inanc-turizmi-raporu_11333.html (13.03.2017).
- şanlıurfa İl Kùltür ve Turizm Mùdùrlùęù, (2016), *Yerli-Yabancı Turist Sayıları ve Tesisler*, <http://www.urfakultur.gov.tr/TR,165054/e-hizmet.html> (Erişim Tarihi: 12.09.2016).
- Kùltür ve Turizm Bakanlığı, (2017b). *Alternatif Turizm Türleri, İnanç Turizmi*, <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,10173/inanc-turizmi.html> (Erişim tarihi: 21.03.2017).
- Kùltür ve Turizm Bakanlığı, (2017a). *İnanç Turizmi*, <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,10173/inanc-turizmi.html> (Erişim tarihi: 21.03.2017).
- UNESCO, (2013a). *Definition of cultural heritage*, <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/illicit-trafficking-of-cultural-property/unesco-database-of-national-cultural-heritage-laws/frequently-asked-questions/definition-of-the-cultural-heritage/> (Erişim tarihi: 09.02.2017).
- UNESCO, (2013c). *Intangible cultural heritage*, <http://www.unesco.org/new/en/cairo/culture/intangible-cultural-heritage> (Erişim tarihi: 16.02.2017).
- UNESCO, (2013b). *Tangible cultural heritage*, <http://www.unesco.org/new/en/cairo/culture/tangible-cultural-heritage/> (Erişim tarihi: 16.02.2017).
- UNESCO, (2017). *World Heritage List*, <http://whc.unesco.org/en/list> (Erişim tarihi: 18.02.2017).

EKLER

Ek-1. Anket Formu

SORULAR						
Balıklı Göl ve çevresini muhtemel ziyaret etme nedenleri aşağıya çıkarılmıştır. Bunlara ne oranda katılırsınız?		Tamamen Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Turistik açıdan görülmeye değer bir yerdir.					
2	Dua edebileceğim bir yerdir.					
3	Huzur veren bir yerdir.					
4	Mimari yapısı ilgi çekicidir.					
5	Dinlenebileceğim bir yerdir.					
6	Manevi duygularımı güçlendirebileceğim bir yerdir.					
7	Sanat eserlerini seyredebileceğim bir yerdir.					
8	Allah'a yakın hissedebileceğim bir yerdir.					
9	Tarihi geçmişi hakkında fikir edinebileceğim bir yerdir. (Bu ifadeye "KATILMADIĞINIZI" belirttiyseniz "Tarihi geçmişi hakkında fikir edineme gerekçeniz ya da gerekçeleriniz nelerdir?" Lütfen belirtiniz.....)					
10	Özel bir atmosfer yakalayabileceğim bir yerdir.					
11	Günlük hayatın karmaşasından kurtulabileceğim bir yerdir.					
12	Diğer (Lütfen belirtiniz.....)					

Bu tarihi ve dini mekânların korunmasını aşağıdaki ölçütler oranında nasıl değerlendirirsiniz?						
	Tamamen Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
1	Toplumun çok önemli bir kültür mirasıdır.					
2	Kutsal bir mekandır.					
3	Gelecekteki nesillerin görme, gezme ve yararlanmalarına fırsat verilmelidir.					
4	Yöreye bir kimlik ve özellik kazandırmaktadır.					
5	İnsanlara manevi bir derinlik, anlam ve yönelim kazandıran bir mekan halindedir.					
6	Toplumumuzda çok önemli bir kamusal alanı ifade etmektedir.					
7	Allah'ın varlığını ve büyüklüğünü ispatlayan bir sembol niteliğindedir.					
8	Bu mekan benim için özel bir önem taşımaktadır.					
9	Önemli bir turistik çekiciliktir. (Bu ifadeye "KATILMADIĞINIZI" belirttiyseniz "Sizce Balıklı Göl ve çevresinin turistik çekiciliğe sahip olmama nedenleri nelerdir?" Lütfen belirtiniz.....)					
10	Ülkemizde bulunan diğer kutsal mekanlardan ayrılan kendine özgü özellikleri vardır.					

Sayın Katılımcı,

Bu anketin amacı Balıklı Göl ve çevresinde bulunan kutsal mekanların turistik çekicilik olarak ziyaretçiler tarafından nasıl algılandığını ve bu mekanların çekicilik potansiyelini belirlemektir. Bu anketten elde edilecek veriler yalnızca akademik amaçlar için kullanılacaktır. Gösterdiğiniz sabır ve ilgiden dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

Doç. Dr. Abdulkadir KOŞAN Arş. Gör. Mehmet Fatih IŞIK

1-Cinsiyetiniz?

Erkek Kadın

2-Yaşınız Kaçtır?

18-25 26-33 34-41 42-49 50-57
58-65 65 ve üzeri

3-Medeni durumunuz?

Bekâr Evli

4-Memleketiniz? (.....)**5-Eğitim Durumunuz?**

Okur-yazar değil İlkokul Orta/Lise Ön Lisans Lisans Yüksek Lisans/ Doktora

6-Mesleğiniz Nedir?

Memur Serbest Meslek Çiftçi Emekli
Öğrenci İşsiz Ev Hanımı İşçi
Diğer.....

7-Aylık geliriniz TL?

1300 TL altı 1301-2000 TL 2001-3000 TL
3001-4000 TL 4001 ve üzeri TL

8-Balıklı Göl ve çevresini ilk defa mı ziyaret ediyorsunuz?

Evet Hayır

9-Buraya gelişinizi önceden planlamış mıydınız yoksa aniden mi karar verdiniz?

Planlı Aniden

10-Bu mekana nasıl geldiniz?

Yürüyerek Özel otomobil ile Toplu taşıma aracı ile Seyahat acentesi aracı ile
Diğer.....

11-Seyahatinizi yalnız mı veya başkaları ile birlikte mi yapıyorsunuz?

Yalnız Eşimle Ailemle Arkadaş grubuyla
Seyahat grubuyla Dernek/Vakıf üyeleriyle

12-Balıklı Göl ve çevresi hakkındaki bilgileri nereden elde ettiniz? (Birden fazla seçebilirsiniz)

Televizyon İnternet Gazete Seyahat dergileri Broşürler Çevremdeki kişilerden
Diğer

13-Balıklı Göl ve çevresinde ortalama ne kadar harcama yaptınız/yapacaksınız?

0- 100 TL 100- 250 TL 250- 500 TL 500 ve üzeri TL

14-Burada parasal bağışta buldunuz mu?

Yantınız “Hayır” ise “Parasal bağışta bulunmama gerekçeniz nedir/nelerdir? Lütfen belirtiniz.....
.....
.....
.....
Evet (..... TL) Hayır

15-Sizce burayı ziyaret ücretli olmalı mıdır?

Evet Hayır

16-Ziyaret ücretli olsa yine de burayı ziyaret eder miydiniz?

Evet Hayır

17-(16. soruya yantıtız “Evet” ise) Giriş ücreti en fazla ne kadar olmalıdır?

..... TL

18-Bu mekanın korunmasından, renove (onarım) ve restorasyonundan (yenileme) kimler sorumlu olmalıdır?

Yerel Yönetimler Diyanet İşleri Başkanlığı
Yöredeki turistik işletmeler Vakıflar Genel Müdürlüğü Sivil Toplum Kuruluşları

19-Şanlıurfa’da kaç gece konakladınız/konaklayacaksınız?

Günü birlik 1 gün 2 gün 3 gün 4 gün
5 gün ve üzeri

20-Şanlıurfa’da konakladığınız/konaklayacağınız tesis türü nedir?

Otel Misafirhane Pansiyon Akraba Yanı
Diğer.....

21-Balıklı Göl ve çevresini tekrar ziyaret etmeyi düşünüyor musunuz?

Evet Hayır

22-Burayı başkalarına tavsiye eder misiniz?

Evet Hayır

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Mehmet Fatih IŞIK
Doğum Yeri ve Tarihi	Adıyaman - 05.01.1987
Eğitim Durumu	
Lisans Öğrenimi	Nevşehir Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği Eğitimi
Yüksek Lisans Öğrenimi	Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce, Rusça
Bilimsel Faaliyetler	
	Makaleler
	IŞIK, C., IŞIK, M. F., IŞIK, Z. (2016). “Yiyecek-İçecek İşletmeleri Müşterilerinin E-Tablet Menü Kullanımına Bakışı: Erzurum İli Örneği” Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, <i>Atatürk İletişim Dergisi</i> , Sayı:11.
İş Deneyimi	
Stajlar	(2009) OnurAir Hava Yolları Acente Görevlisi, Adıyaman (2010) Rauf Nail Akman İlköğretim Okulu, İngilizce Öğretmenliği, Nevşehir (2011) Toki Kız Meslek Lisesi, İngilizce Öğretmenliği, Nevşehir (2012) Nevşehir Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi, Mutfak ve Servis Teknikleri, Nevşehir
Çalıştığı Kurumlar	(2013) Endüstri Teknik ve Meslek Lisesi, İngilizce Öğretmenliği (Ücretli), Adıyaman Kayatepe İlköğretim Okulu, İngilizce Öğretmenliği (Ücretli), Adıyaman
İletişim	
E-posta Adresi	fsfs0238@gmail.com mfatih.isik@atauni.edu.tr