

T.C.
BATMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**SÜRYANİLERİN İNANÇ TURİZMİNE KATILIM MOTİVASYONLARI: MARDİN
İLİ ÖRNEĞİ**

MACİDE TİĞİZ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

OCAK-2019

BATMAN

Her hakkı saklıdır



T.C.
BATMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEZ KABUL VE ONAYI

Dr. Öğr. Üyesi S. Emre DİLEK danışmanlığında Macide TİĞİZ tarafından hazırlanan “SÜRYANİLERİN İNANÇ TURİZMİNE KATILIM MOTİVASYONLARI: MARDİN İLİ ÖRNEĞİ” adlı tez çalışması 23/01/2019 tarihinde aşağıdaki jüri üyeleri tarafından oy birliği ile Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı’nda YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

İmza

Başkan

Dr. Öğr. Üyesi Sebahattin Emre DİLEK



Üye

Prof. Dr. Murat GÜMÜŞ



Üye

Dr. Öğr. Üyesi Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK



Yukarıdaki sonucu onaylarım.



Doç. Dr. Ferhat KORKMAZ
Enstitü Müdürü

TEZ BİLDİRİMİ

Bu tezdeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edildiğini ve tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını bildiririm.

DECLARATION PAGE

I hereby declare that all information in this document has been obtained and presented in accordance with academic rules and ethical conduct. I also declare that, as required by these rules and conduct, I have fully cited and referenced all materials and results that are not original to this work.

İmza 
Öğrencinin Adı SOYADI
Tarih: 23.01.2019
Macide TİGİLİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
SÜRYANİLERİN İNANÇ TURİZMİNE KATILIM MOTİVASYONLARI:
MARDİN İLİ ÖRNEĞİ

Macide TİĞİZ

Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Sebahattin Emre DİLEK

2019, 120 Sayfa

Jüri

Dr. Öğr. Üyesi Sebahattin Emre DİLEK

Prof. Dr. Murat GÜMÜŞ

Dr. Öğr. Üyesi Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK

İnanç ve turizm karşılıklı olarak birbirlerini etkileyen kavramlardır. Öyle ki, tarihsel süreç içerisinde incelendiğinde ilk seyahatlerin inanç temelli gerçekleştiği görülmektedir. İnançlar var olduğu sürece de insanlar manevi ihtiyaçları gereği seyahat etmeye devam edeceklerdir. Bu bağlamda inanç turizmi, dini inanç temelinde bireyleri seyahate yönelten, onların manevi huzura ve doyumluğa ulaşmasında aracılık rolü üstlenen alternatif bir turizm çeşidi olarak ele alınmaktadır. Çalışmanın veri toplama alanı olan Mardin, ulusal ve uluslararası inanç turizmi hareketleri açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Çok sayıda dinin merkezi konumunda olan Mardin, özellikle Süryani halkının anavatanı olması, önceki dönemlere ait dini merkezlerin ve dinsel törenlerin yaygın olması ziyaretçilerin inanç turizmi bağlamında burayı tercih etmelerine neden olmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde Süryani adının etimolojisi ve tarihi, Süryanilerin ibadetleri ve ritüelleri, Süryanilerin bayramları, ve kutsal günleri, Süryanilerde ölüm ve ölüm merasimleri, Mardin ve çevresindeki Süryanilerin mabetleri, Süryanilerin Metropolit merkezi Tur Abidin bölgesi, hakkında bilgiler verilmiştir. İkinci bölümde ise çalışmanın ana konusu motivasyonun tanımı yapılarak, motivasyonun önemi belirtilmiş ayrıca motivasyon teorileri hakkında bilgiler verilmiştir. Turizme katılım (itici ve çekici faktörler) alanında motivasyon konusu irdelenmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde ise Demografik Özellikler, Güvenirlilik ve Geçerlilik Analizleri, Faktör Analizi, Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Testine ait analiz ve bulgular bulunmaktadır. Mardin'e gelen Süryani turistlerin demografik özellikleri, katılımcıların seyahat motivasyonları ve seyahat özelliklerine ilişkin frekans ve oran yüzdeleri verilmiştir. Ayrıca katılımcıların bazı özellikleri ise seyahat motivasyonları

arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Ayrıca elde edilen sonuçlardan yola çıkılarak alan yazında yapılan çalışmalar incelenmiş elde edilen bulgular karşılaştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İnanç Turizmi, Motivasyon, Mardin, Süryaniler



ABSTRACT

MS THESIS

ASSYRIANS' PARTICIPATION MOTIVATION TOWARDS FAITH TOURISM: THE CASE OF MARDİN

Macide TİĞİZ

BATMAN UNIVERSITY INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES

THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE IN TOURISM MANAGEMENT

Advisor: Asst. Prof. Dr. Sebahattin Emre DİLEK

2019, 119 Pages

Jury

Asst. Prof. Dr. Sebahattin Emre DİLEK

Prof. Dr. Murat GÜMÜŞ

Asst. Prof. Dr. Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK

Concepts of religious and tourism affect correlatively each other. In fact, it is seen that the first travels are based on religious when examined in historical process. As long as beliefs exist, people will continue to travel due to their spiritual needs. In this context, faith tourism is considered as an alternative type of tourism, which leads individuals to travel on the basis of religious belief and acts as mediator in reaching their spiritual peace and saturation. Mardin, the field of application of the study, has an important potential in terms of national and international belief tourism movements. In the context of religious tourism that visitors leads to Mardin that is a large number in the center of religious, especially being the home of the Syriac people, has common religious centers and religious ceremonies related to the previous period. In the first part of the study, information about the etymological origin and history of the Syriac name, the pry and holy days of Syriacsn, death and death ceremonies in Syriac metropolis center Tur Abidin region. In the second part, the main subject of the study is the definition of motivation, the importance of motivation stated and information about motivation theories are given. Motivation in the field of participation in tourism (push and pull factors) are discussed. In the third part of the study, demographic characteristics, reliability and

validity analysis, factor analysis, one way analysis of variance (ANOVA) test and analysis are available. The demographic characteristics of the Syriac tourists arriving in Mardin, the travel motivations of the participants and the frequency and rate percentages of the travel characteristics were given. In addition, some characteristics of the participants were investigated in relation to travel motivations. In addition, the studies conducted in the literature were examined based on the obtained results and the findings were compared.

Keyword: Religious Tourism, Motivation, Mardin, Syriacs



ÖNSÖZ

İnsanlar inançlarını yaşayabilmek ve dini ritüellerini yerine getirmek için kutsal saydıkları bölgelere gidip dinlerini yaşayıp ibadet etmek istemişlerdir. Bu nedenle inanç turizmi, dini inancı motive eden, manevi huzura ulaştıran alternatif bir turizm çeşidi ayrıca günümüzde çok fazla rağbet görmektedir. İnanç turizmi eski çağlardan beri devam eden bir turizm hareketidir.

Yüksek lisans hayatım boyunca bana hep yol gösteren, bilgilerini esirgemeyen, kendimi geliştirmem adına ilgisi ve sabrıyla yanımda olan ayrıca çalışmamı bitirmem için her türlü desteği veren danışmanım değerli hocam Dr. Öğr. Üyesi S. Emre Dilek'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Aynı şekilde bana her türlü konuda yardımcı olan ve manevi desteklerini esirgemeyen değerli hocam Doç. Dr. Serhat Harman'a ve Reşit Uğran'a sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum. Ayrıca saha çalışmamda bana destek olan bütün Süryani Halkına sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Tez aşamamda psikolojik anlamda yanımda olan, maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen ve varlıklarıyla bana güç veren Annem (Cemile ALAĞAŞ)'a TİĞİZ ve BİLMEDİ ailesine teşekkür ederim.

Macide TİĞİZ

BATMAN-2019

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	İV
ABSTRACT.....	VI
ÖNSÖZ.....	VIII
İÇİNDEKİLER	IX
ŞEKİLLER TABLOSU	XII
TABLO ÇİZELGESİ.....	XIII
SİMGELER VE KISALTMALAR	XIV
GİRİŞ	1
I. SÜRYANİ ADININ ETİMOLOJİK KÖKENİ VE TARİHİ	2
1.1. SÜRYANİ ADININ ETİMOLOJİK KÖKENİ.....	2
1.1.1. SÜRYANİLERİN ETNİK KÖKENİ.....	3
1.2. SÜRYANİLERİN DİLİ	5
1.2.1. ARAMİCE	6
1.2.2. SÜRYANİCE.....	7
1.2.3. MODERN ARAMİCE.....	8
1.2. SÜRYANİLERİN TARİHİ	8
1.2.1. HRİSTİYANLIK ÖNCESİ SÜRYANİLER	8
1.2.2. HRİSTİYANLIK DÖNEMİNDE SÜRYANİLER	9
1.2.3. İSLAMİYET DÖNEMİNDE SÜRYANİLER.....	10
1.2.4. TÜRKİYEDEKİ SÜRYANİLER.....	11
1.3. SÜRYANİLERDE İBADET	11
1.3.1. VAFTİZ (HRİSTİYANLIĞA İLK ADIM)	14
1.3.2. NAMAZ KILMAK.....	15
1.3.3. SÜRYANİLERDE ORUÇ	15
1.3.4. KUTSAL YERLERİ ZİYARET (MAKEDŞOYO).....	15
1.3.5. PAZAR AYINLERİ	17
1.3.6. ONDALIK	17
1.4. SÜRYANİLERDE BAYRAMLAR VE KUTSAL GÜNLER.....	17
1.4.1. RABBANİ BAYRAMLAR.....	18
1.4.1.1. PASKALYA (HEDORABO \ DAKYOMT-DİRENİŞ) BAYRAMI....	18
1.4.1.2. SİBORO-SUBORO (KIRMIZI VE BEYAZ İPLER VEYA MERYEM ANA’NIN MÜJDELENMESİ) BAYRAMI	18
1.4.1.3. YALDO-NOEL (DOĞUŞ-)BAYRAMI.....	19

1.4.1.4. HANOKRİTHO BAYRAMI.....	19
1.4.1.5. YUMURTA BAYRAMI	19
1.4.1.6. PENTİKOST (KUTSAL RUHUN GELİŞİ) BAYRAMI	20
1.4.1.7. ŞAHRO MERYEM ANA İNTİKALİ BAYRAMI (15 AĞUSTOS) BAYRAMI.....	21
1.4.1.8. YENİ YIL VE MESİH'İN SÜNNETİ (1 OCAK).....	21
1.4.1.9. VAFTİZ BAYRAMI (6 OCAK)	22
1.4.2. RABBANİ OLMAYAN BAYRAMLAR (AZİZLERİ ANMA GÜNLERİ)	22
1.5. SÜRYANİLERDE ÖLÜMÜN ANLAMI VE ÖLÜM MERASİMLERİ	24
1.5.1. KANDİLO (HASTA YAĞI)	24
1.5.2. CENAZE VE ÖLÜLERİN GÖMÜLMESİ.....	26
1.6. MARDİN VE ÇEVRESİNDEKİ SÜRYANİLERİN MABETLERİ.....	27
1.6.1. HİRİSTİYANLIKTA MABETLE İLGİLİ KAVRAMLAR	27
1.6.1.1. KİLİSE.....	27
1.6.1.2. MANASTIR.....	28
1.6.2. MARDİN'DEKİ KİLİSE VE MANASTIRLAR.....	29
1.6.2.1. FAAL DURUMDAKİ MABETLER.....	29
1.6.2.1.1. DEYRUL-ZAFARAN MANASTIRI	29
1.6.2.1.2. MİHAEL KİLİSESİ (BURÇ MANASTIRI)	30
1.6.2.1.3. MOR PETRUS VE PAVLUS KİLİSESİ.....	30
1.6.2.1.4. MORT ŞİMUNİ KİLİSESİ VEYA MANASTIRI	31
1.6.2.1.5. KIRKLAR KİLİSESİ (MOR BEHNAM VE KIZ KARDEŞİ SARO KİLİSESİ	32
1.6.3. MARDİN ÇEVRESİNDEKİ KİLİSE VE MANASTIRLAR.....	33
1.6.3.1. FAAL DURUMDAKİ MABETLER.....	33
1.6.3.1.1. MOR GABRİYEL MANASTIRI (DEYRUL-UMUR)	33
1.6.3.1.2. MOR YAKUB MANASTIRI	35
1.6.3.1.3. MERYEM ANA MANASTIRI (HAH-ANITLI KÖYÜ).....	36
1.7. SÜRYANİLERİN METROPOLİT MERKEZİ TUR ABİNDİN BÖLGESİ.....	36
II. MOTİVASYON KAVRAMI.....	39
2.1. MOTİVASYONUN ÖNEMİ.....	40
2.2. MOTİVASYON TEORİLERİ.....	41
2.2.1. MASLOW'UN İHTİYAÇLAR HİYERARŞİSİ	43
2.2.2. CLAYTON ALDERFER'İN ERG (VAROLUŞ, İLİŞKİ KURMA, GELİŞME)TEORİSİ	45
2.2.3. FREDERİCKHERZBERG'İN ÇİFT FAKTÖR TEORİSİ.....	47
2.2.4. DAVID MCCLELLAND'İN BAŞARI İHTİYACI TEORİSİ.....	50
2.2.5. J. STACEY ADAMS'İN EŞİTLİK TEORİSİ	54
2.2.6. VROOM'UN BEKLENTİ TEORİSİ.....	56

2.2.7. LYMAN W. PORTER VE EDWARD D. LAWLER'İN BEKLEYİŞTEORİSİ	58
2.2.8. EDWİN LOCKE'NİN BİREYSEL AMAÇLAR TEORİSİ	61
2.3.TURİZME KATILIM MOTİVASYONLARI	63
2.3.1. İTME VE ÇEKME FAKTÖRLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ.....	71
2.3.2. LİTERATÜRDE İNANÇ TURİZMİ İLE İLGİLİ YAPILAN ÇALIŞMAR.....	72
III. İNANÇ TURİZMİ: SÜRYANİLERİN KATILIMI MOTİVASYONU MARDİN ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	74
3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	74
3.2.ARAŞTIRMANIN KISITLILIKLARI	75
3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	75
3.4. SÜRYANİ KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK\BETİMLEYİCİ BULGULARI	77
3.5. SÜRYANİ KATILIMCILARIN KATILIM MOTİVASYONLARINA İLİŞKİN BULGULAR	80
3.6. SÜRYANİ KATILIMCILARIN KATILIM MOTİVASYONU ÖLÇEĞİNE UYGULANAN FAKTÖR ANALİZİ	82
3.7. SÜRYANİ KATILIMCILARIN MARDİN'İ ZİYARET ETME NEDENLERİNE İLİŞKİN BULGULAR	86
3.8.SÜRYANİ KATILIMCILARIN KATILIM MOTİVASYONUNUN DEĞİŞKENLERE GÖRE FARKLILAŞMASINA İLİŞKİN BULGULAR	88
4. SONUÇ.....	99
KAYNAKÇA	103
EKLER.....	115
SÖZLÜK.....	121
ÖZGEÇMİŞ.....	122

ŞEKİLLER TABLOSU

Şekil 1 : Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi.....	43
Şekil 2 : Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi İle Erg Teorilerinin Karşılaştırılması.	46
Şekil 3: Motivasyon Ve İş Doyumu.....	48
Şekil 4 : Eşitsizlik Oranı	55
Şekil 5: Lawler Ve Porter Motivasyon Modeli	59
Şekil 6: Gidilecek Yerin Alt Evreleri.....	64
Şekil 7: Crompton Ve Dann' In Ortaya Attığı Dokuz Motivasyon Maddesi	66
Şekil 8: Yuan Ve Mcdonld'm İtici Ve Çekici Faktörleri.....	67
Şekil 9: Turizmde Motivasyon Teorileri	68
Şekil 10: Çekici Ve İtici Faktörler İle İlgili Yapılan Analitik Çalışmalar	70

TABLO ÇİZELGESİ

Tablo 1: Rabhani Olmayan (Azizleri Anma Günleri).....	23
Tablo 2: Çekici ve İtici Faktörler İle İlgili Yapılan Analitik Çalışmalar.....	70
Tablo 3: Süryani Katılımcılar Demografik Dağılımları.....	78
Tablo 4: Mardin’i Ziyaret Eden uyrukların Dağılımları.....	79
Tablo 5: Katılımcıların Mardin’i Ziyaret Etme Sayıları.....	79
Tablo 6: Katılımcıların Mezhep Dağılımları.....	80
Tablo 7: Katılımcıların İnanç Derecesi Dağılımı.....	80
Tablo 8:Süryani Katılımcılarının Katılım Motivasyonları Güvenirlik Analizi Sonuçları.....	82
Tablo 9:Süryani Katılımcılarının Katılım Motivasyonları Faktör Analizi Sonuçları.....	85
Tablo 10: Katılımcıların Mardin’i Ziyaret Etme Nedenleri.....	87
Tablo 11.Katılımcıların Kültürel ve Duygusal Etkiye Bağlı Bulgular.....	88
Tablo 12.Katılımcıların Memnuniyet ve Tavsiyelerine İlişki Bulgular.....	88
Tablo 13:Katılımcıların Mardin'e Geliş Sıklığına Göre ANOVA Sonuçları.....	89
Tablo 14:Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre ANOVA Sonuçları	91
Tablo 15: Katılımcıların Gelir Durumlarına göre ANOVA Sonuçları.....	93
Tablo 16:Katılımcıların Mezhep Dağılımları Göre ANOVA Sonuçları	95
Tablo 17:Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre ANOVA Sonuçları.....	97
Tablo 18: Katılımcıların İnanç Düzeylerine Göre Katılım Motivasyonları Boyutları Arasındaki Farklar.....	98

KISALTMALAR

C : Cilt

Çev. : Çeviren

M.Ö. : Milattan Önce

M.S : Milattan Sonra

İ.Ö. : İsa'dan Önce

TDK : Türk Dil Kurumu

Akt : Aktaran

Fak. : Faktör

Ort : Ortalama

GİRİŞ

Günümüzde hayat standartlarının yükselmesiyle teknolojinin gelişmesiyle ve ulaşım imkânlarının daha rahat olması turizm faaliyetlerinin büyümesine ve gelişmesine neden olmuştur. Turizm, kişilerin sürekli olarak bulunduğu yeri değiştirmenin dışında gelişen, dinlenme, eğlenme, öğren yerlerini gezme, doğal güzellikleri görme, bilinmeyen gidilmeyen yerleri tanımak görmek gibi nedenleri kapsamaktadır. Değişen turist talepleri ve turist profili turizm endüstrisini farklı turizm çeşitlerine yönlendirmektedir. Türkiye’de deniz-güneş-kum üçlüsünün dışına çıkılıp diğer turizm çeşitlerine yönelmektedir. Türkiye’de turizm baz alındığında çok önemli bir potansiyele sahiptir. Turizm çeşitlerine bakıldığında, kültürel turizm, fuar turizmi, kongre turizmi, eğlence ve dinlenme turizmi, inanç turizmi vs. turizm çeşitleri bulunmaktadır.

İnsanlar eski çağlardan beri manevi duygularını artırmak, huzura kavuşmak, günahlarından arınmak gibi kutsal saydıkları mekânlara yönelmişlerdir. Bu nedenlerden dolayı inanç amacıyla seyahat bir turizm çeşidi haline gelmiş ve bir turizm hareketi gerçekleşmiştir. İlkçağ medeniyetlerinin Anadolu’da ilerlemesi ve Hristiyanlığın ilk zamanlarında bazı Yahudi mültecilerin Anadolu topraklarına sığınıp güven duygusunun oluşması dini seyahatlerin Yahudi sömürgeciler ve putperestler arasında hızla büyümesine ve rağbet görmesine neden oldu. Günümüzde tarihi ve kültürel yerlerin dinlerin ve inançların mensup olduğu bireyler tarafından ziyaret edilmeleri inanç turizmini gelişmesine yol açmaktadır. Türkiye’de inanç turizmi ile ilgili araştırmalar 1995 senesinden itibaren yapılmaya başlamıştır. 1995-1998 seneleri arasında birden çok tur operatörü, inanç turizmi ile ilgili uzmanların katılımıyla “ İnanç Turizmi” turları yapmıştır. Bu turların belirli zamanlara bağlı kalmadan 12 ay boyunca istenilen zamanda yapılabilir olması en büyük özelliğidir.

Bu araştırmada alternatif turizm çeşitleri arasında İnanç turizmi önemli bir yere sahiptir. Araştırmada İnanç turizmi konusu ele alınmıştır. Birden fazla medeniyete ev sahipliği yapmasıyla inanç turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olan Mardin, bu özelliğiyle Türkiye’nin önemli inanç turizmi merkezleri

arasında yer almaktadır. Bu çalışmadan Mardin'in inanç turizmi çerçevesinde Süryanilerin katılım motivasyonları ele alınmıştır.

1. SÜRYANİ ADININ ETİMOLOJİK KÖKENİ VE TARİHİ

1.1. Süryani Adının Etimolojik Kökeni

Süryani adının kökeni üzerine yapılan araştırmalarda farklı görüşlerden söz edilmektedir. Genel olarak kabul edilen Süryani isminin Hz. İsa'dan sonra I. yüzyıldan itibaren kullanılmaya başlandığı düşünülmektedir. Süryani isminin kaynağı; yer, kavim ve kral isimleri gibi kaynaklara dayandırılmaktadır (Zafer, 2012). Bu isimlere göre;

Süryani adı, Yahudileri esaretten kurtaran Pers (İran) kralı Sirius'un (Keyhüsrev) adından gelmektedir. Babil esaretliğinden Kudüs'e gelen Yahudiler, Sirius'un kendilerine karşı gösterdikleri fedakârlıklardan dolayı övgü ile söz ediyorlardı. Kullandıkları Arami lehçesine de Seyrusça ya da Süryanca denilmiştir. Bu görüşe göre, Süryani; Pers kralı Sirius'un serbest bıraktığı esirlerine verilen isim olduğu ayrıca Kudüs'te Hristiyan olan küçük bir Yahudi topluluğuna verilen isim anlamına gelmektedir (Tahincioğlu, 2011). Farklı kaynaklarda ise Keyhüsrev (Sirus) Babil şehrini aldıktan sonra orada bulunan Yahudileri esaretten kurtarıp Filistin'e dönmelerine izin verir. Filistin'e dönen Yahudiler Keyhüsrev'i kurtarıcı olarak görürler. Daha sonra Hz. İsa yeni dini yayarken ona inanan Yahudiler Hz. İsa ile Keyhüsrev'i birbirlerine çok benzetirler. Bu benzetme sayesinde birini esaretin kurtarıcısı diğerini ise günahların kurtarıcısı olarak görüyorlardı. Bundan dolayı Hz. İsa ya inanlara Sorin (Süryani) ve ilk inananların konuştuğu dil olan Aramca 'ya ise Süryanice deniliyordu (Keske, 2010).

Bir başka iddiaya göre, bugünkü Lübnan'ın güney sahilinde bulunan Sur şehrinin isminden gelmektedir. Hz. İsa'nın 12 havarisi de Sur şehri çevresinde olmasından kaynaklı olarak halk dilinde "Suriin" denilmekle birlikte havarilerin yaydıkları inanca da "Suriin denilmeye başlanmıştır (Sarı, 2011). Bir başka deyiş ise ticaretle uğraşan Yunanlıların Sur şehrinde yaşayan halka Süryani dediklerini ve isim

daha sonra tüm bölgede yaşayan insanlar için kullanılmaya başlandığı belirlenmektedir (Çelik, 1996).

Mor Dionosius Yakub Bar Saliba, Mor Mihayel Rabo ve Meşhur Urfa Tarihi'nin yazarlarına göre (Süryani yazarları ve kilise babaları), bölgeyi ele geçiren Kilikos'un (Antakya'da hüküm süren kral) kardeşi Suros'tan gelmektedir. Süryani adının bu sözcükten türetildiği belirtilmektedir. O dönemde krallar hâkim oldukları veya hâkimiyet kurdukları topraklara kendi isimlerini vermektedirler (Tahincioğlu, 2011).

Bir başka varsayım ise Süryani adının Asur kelimesinden kaynaklandığı iddia edilmektedir. Hz. İbrahim'in sülalesinden gelen Dabanoğlu Asur ya da Asuri'nden türetilmiştir (Sarı, 2011). Süryani kelimesi Asurcadan türemiş ve daha sonra Yunancanın etkisiyle bazı değişikliklere uğramıştır. Asurların ülkesine, Yunanlılar tarafından sözcüğün sonuna "y" harfi eklenerek "Asurya" denilmiştir. Zamanla sözcüğün başındaki "a" harfi düşüp Surya'ya dönüştüğü görülmektedir. Daha sonra Surya biçimine geçmiştir. Süryani adı coğrafi bir terim olarak buradan gelmektedir (Tahincioğlu, 2011). Lübnan'ın güneyinde bulunan Sur şehri etrafında yaşamlarını sürdüren Hz. İsa'nın 12 havarisine "Suriin" denilmektedir. Daha sonra Suriin sözcüğü Surin'e dönüşmüştür (Zafer, 2011).

1.1.1. Süryanilerin Etnik Kökeni

Süryanilerin Beth-Nahrin, Arapların El-Cezire dedikleri Mezopotamya bölgesi zaman zaman stratejik önemi azalmış olup, coğrafi önemini her zaman korumuştur. Mezopotamya, Nuh Tufan'ından sonra ilk yerleşim yerinin kurulduğu bölgelerden biridir. Kutsal Kitabı'n "Tekvin" bölümünde ifade edilen Hz. Nuh'un büyük oğlu Sam'dan türeyen kabileler; Sümerler, Keldalılar (Babilliler), Akadalar, Asuriler, Aramiler, Amuriler, Kenanlılar ve Fenikeliler Sami ırkıdan kabul edilmektedirler ve konuştukları diller "Sami Dilleri" denmektedir (Zafer, 2011).

Sami ırkına mensup kabul edilen Süryanilerin kökenlerinin Asurlular ve Aramilere dayandığı ortaya çıkmaktadır. Süryani ismi Hz. İsa'dan sonraki ilk yüzyıllarda kullanılmaya başlanmıştır (Bilge, 1991). Süryanilerin kökeninin

Aramilere dayandığı kanısı Süryanicenin Aramca kaynaklı bir dil olduğunu göstermektedir (Bilge, 1991).

Aramiler, M.Ö. XII. yüzyıldan itibaren yukarı Mezopotamya’da toplumsal yapıları etkilemeye başlamışlar ve Kuzey Mezopotamya’nın dağlarında yaşayan bir halk olarak, Hristiyanlığı kabul ederek Süryaniliğin etnik kaynağını oluşturmuşlardır (Zafer, 2011). Aramca, Hz. İsa’dan önceki yüzyıllarda tüm Sami kavimlerinin konuştukları ortak dil olmuştur (Bilge, 1991). Bu açıklamadan dolayı Süryanilerin kökeninin yalnız dil ortaklığı kanısına varılması çok güvenilir bir kaynak olarak görülmemektedir. Süryaniliği, Aramiliğe dayandıranlar genellikle, Hristiyanlık inancı temelinde, birlik ve beraberliklerinin korunması fikrini benimsemektedirler Süryanilerin, Asuri veya Aramilerin dışında, Orta Asyalı Turani bir kavim oldukları da iddialar arasında bulunmaktadır (Zafer, 2011).

“Süryaniler Aramidir” görüşünün kökeninde dini anlayış yatmaktadır. Konuştukları dilin Aramca olması, Hz. Nuh’un oğlu Sam’ın oğlu Aram’ın soyundandırılar. Aramiler, kutsal kitap yayıldığında Hristiyanlığı Suriyeli müjdecilerden kabul ettiklerinde putperest olan Aramilerden ayrılıp Süryani adı altında mezhep kabul etmişlerdir. Yunanca bir terim olan “Süryaniler” ve “Süryanice” zamanla Aramice olan “Aramlar ve Aramice” terimlerinin yerini aldı. Arami ve Aramice’nin yerine Süryani ve Süryanice’yi kullanmalarının nedeni putperestlik dönemini hatırlatmasıdır (Özcoşar, 2006).

Başka bir ifadeye göre ise Süryanilerin Asur kökenli olduğunun savunulması, Süryanilerin yaşadıkları coğrafi bölgeden kaynaklanmaktadır. Süryaniler aynı coğrafya üzerinde yaşayan halklar Hristiyanlık çatısı altında kaynaşp, Süryaniler adında bir ulus oluşmuştur (Özcoşar, 2006).

Yapılan araştırmalara göre Asurlular Sami kavminden gelmemektedirler. Orta Asyalı kavimlerle Sami kavimlerin karışmasından meydana gelen yeni bir ırk olduğu düşünülmektedir. Akadlar ve Asurlular başta olmak üzere Fenikeliler, Aramiler, İbraniler, Kenanlılar Sami ırkının farklı olduğu görülmektedir. Sami ırkına dâhil edilen Asurluların köken itibariyle Samilerden önce Asur şehrine hâkim ve Asur şehrini kuran Orta Asyalı Subariler’le Samilerin karışmasından kaynaklı melez bir kavim oldukları araştırmalar sonucu ortaya çıkmıştır (Küçük, 2008).

Diğer bir görüşe göre Süryaniler, Hz. İsa'dan önceki Mezopotamya halklarının devamı niteliğindedir. Süryaniler, ne Asurlu, ne Keldani, ne Babilli, ne de Aramidirler. Süryaniler, eski Mezopotamya halklarının kültürel temeline dayanmıştır. Helenistik uygarlığı özümseyerek ortaya çıkmış yeni bir birleşimdir (Küçük, 2008).

1.2. Süryanilerin Dili

Süryani dili, Sami dilleri ailesinden, Arami lehçesindedir. Sami dillerini açıklamak için "Semitic" terimi kullanılmaktadır. "Semitic" kelime anlamı olarak Sami dillerine ait olmayı ifade eder. Süryanice diline verilen önemin artmasının nedeni ise, Meryem Ana, İsa Mesih ve Elçilerin konuştuğu dil olmasından kaynaklıdır. Sami dilleri M.Ö. 3. binyılda doğu ve batı olmak üzere iki ayrı gruba ayrılır. Doğu grubunda Akadca yer alırken batı grubu ise kendi aralarında iki ana kola ayrılır. Kuzey kolu Kenanca ve Aramice iken, güney kolu ise Arapça (kuzey ve güney Arapça) ve Habeşçe'dir (Taşgın, Tanrıverdi ve Seyfe, 2005).

Aramice doğu ve batı olmak üzere iki gruba ayrılır. Doğu grubunda bulunan lehçeler Mandaice, Babil'in Taimud (Tevrat) Aramicesi ve Süryanicedir. Batı grubundaki lehçeler ise Mısır Aramicesi, Samice, Nabati Aramicesi ve Filistin Aramicesi'dir (Akyüz, 2005).

IV. yüzyılda yaşanan teolojik nedenlerden dolayı Süryanilerde lehçe farklılıkları ortaya çıkmıştır. Doğu Süryaniler (Nesturiler) ve Batı Süryaniler (Yakubiler) coğrafyanın etkisiyle lehçe farklılıkları belirginleşmiştir. Doğu Süryanice (Sureyt) özünü korurken Batı Süryanice (Suryoyo) Yunanca ve Arapçanın etkisinde kalarak özünü koruyamamıştır. Batı Süryaniceye Turabdin (Midyat ve çevresini kapsayan bölge) merkezi olduğundan dolayı "Turoyo" da denilmektedir (Akyüz, 2005). Konuşma dili ile yazılı kaynaklarda kullanılan Süryanice dili birbirinden farklıdır (Şimşek, 2003). Süryanicenin diğer lehçesi ise Urhoy lehçesidir (Kthobonoyo). Bu lehçe daha çok Kilise ve ayin dili olarak kullanılmaktadır. Süryani alfabesi Tedmur Aramicesinden alınmıştır ve en eski yazı biçimi Estrangelo'dur (Akyüz, 2005).

Süryani alfabesi, 22 ünsüz harften oluşmaktadır. Sami dil ailesinin çoğunluğunda olduğu gibi Süryanicede sağdan sola doğru yazılır. Ünsüzleri ünlüye dönüştürmek için kullanılan bazı yöntemler vardır. Bunlar; Arap alfabesinden alınan harékeler diğeri ise satırın başına veya sonuna ünsüz harflerin ünlüleşmesi için küçük Yunan harflerinin kullanılmasıdır (Şimşek, 2003). Estrangelo yazısı V. Yüzyılda kullanılmıştır. Doğu batı lehçelerinin gelişmesiyle Estrangelodan türemek üzere doğu lehçesi, “Nesturi” (köşeli); batı lehçesi de “ Yakubi” (serto) yazısı geliştirilmiştir. Yakubilerden ayrılarak Roma’ya bağlanan Melkidlerce kullanılan “Melki” yazı biçimleri geliştirilmiştir. Melki yazı biçimi Yakubi yazı biçimine dayanmaktadır (Taşğın ve Seyfe, 2005).

1.2.1. Aramice

Arami dili sami dillerinin kuzey batı grubuna aittir. İ.Ö. 1. Binyılın başlangıcından beri konuşulmaktadır. Aramice tarihinde beş döneme ayrılmıştır. Bu dönemler aşağıda açıklamasıyla verilmektedir.

Eski Aramice: İ.Ö. 8-10 yüzyıldan kalan yazıtlar olarak bilinmektedir (Öztemiz, 2007).

Resmi Aramice: İmparatorluk Aramicesi olarak bilinmektedir (Brok,1980). Yeni Asur İmparatorluğu ve yeni Babil İmparatorluğunda, Aramice resmi dil olarak kullanılmıştır (Öztemiz, 2007). Bulunan taş yazıtlarda, papirüslerde ve deri parçaları üzerindeki belgeler ve harflerden oluşan feribot arşivinden bilinmektedir (Brok, 1980). Eski Ahit’in birkaç Aramicede yazılan kitaplardan biri olan Ezra kitabı da bu dönemde yazıldığı bilinmektedir (Öztemiz, 2012).

Orta Aramice: Helenistik İmparatorluk ve Roma İmparatorluğu’nun erken döneminden yaklaşık olarak İ.S. 200 yılına kadar lehçeler, Orta Aramice olarak geçmektedir. Kutsal Kitap’ın eski antlaşmasından Daniel Kitabı, bu dönemde yazılmıştır. En eski yazılan Süryanice yazıtlar bu dönemde yazılmıştır.

Geç Aramice: Roma İmparatorluğu’nun son zamanlarında Arap egemenliğinin başlangıcına dek Aramice, batı ve doğu olmak üzere iki lehçeye ayrılmaktadır. Doğu Aramice, Samarit Aramicesi ve çeşitli Filistinli Aramice

lehçelerini içine almaktadır; Mandice ve Babil Yahudi lehçeleri ve Süryanice Aramiceye aittir.

Modern Aramice: Arap fetihleri sonucu konuşma dili olan Aramiceyi zamanla yok olmaya mahkûm etmiştir. Çevrede bulunan dağlık bölgelerde, Aramice konuşan birkaç tane küçük topluluk kalmıştır. Batı Aramice Lübnan'da, ikisi Müslüman köy bir tane de Hristiyan köy olmak üzere toplam üç köyde konuşulmaktadır (Öztemiz, 2007). XVIII ve XIX yüzyıl gezginlerinin yaptığı hesaplamalar sonucu birkaç yüzyıl önce daha çok yaygın olduğu belirtilmiştir (Brock, 1980). Doğu Aramice lehçeleri ise çok daha fazla kişiler tarafından konuşma dili olarak kullanılmaktadır. Kuzey Irakta Zaho'dan gelen Yahudiler, İsrail'de hala Aramice konuşulmaktadır (Öztemiz, 2012). Birkaç Hristiyan lehçeleri ise, Kuzey Batı İran, Kuzey Irak ve Azerbaycan Türkiye'nin doğusu olan güney doğu Anadolu bölgesi Tur Abidin gibi yerel Suryani Ortodoks Hristiyanları Turoyo adı bir lehçe kullanılmaktadır (Brock, 1980).

1.2.2. Süryanice

Süryaniler arasında Ktobonoyo (yazma dili) olarak bilinen Süryani dili, farklı bir Arami lehçesi olarak İ.S. I. yüzyılda oluşmuştur. Pagan dönemden kalma olan yazıt, Süryanicenin ilk kanıtıdır. Şanlıurfa'nın ilçesi Birecik'te bulunmuştur. Edessa Süryani edebiyatının kültür merkezi olarak bilinmektedir. Eski Süryanice Edessece olarak da bilindiğinden kaynaklı Süryanicenin Edessa'da konuşulan Aramice lehçesi olarak başladığının göstergesidir. Edessa'nın lehçesinin bütün Mezopotamya'daki Hristiyanların edebi dili olarak kabul edilmesi, kentte İsa'dan Kral Abgar gönderilen bir mektup bulunduğuna ilişkin iddiadan kaynaklanabilir (Brock, 1980; Öztemiz, 2012; Öztemiz, 2007).

Süryani Hristiyanlığı ve Süryanice konularında uzmanlaşmış Oxford Üniversitesi öğretim üyesi Sebastian Brock'a göre, IV. Yüzyılda fosilleşmiş olan Süryani edebi dili, Süryani Ortodoks din adamları ve diğerleri tarafından bugün dahi kullanılmaktadır. Dil aynı olmasına rağmen Doğu ve Batı olmak üzere iki farklı telaffuz ortaya çıkmıştır. Aslında daha arkaik (eski) olan, Doğu Kilisesinin üyeleri tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Doğu kilisesinin ağırlıklı olduğu yerler ise Irak ve İran'dır. Batı'da ise Türkiye ve Suriye'de aktif olan Süryani Ortodoks ve Marunî

Katolik kilisesinde kullanılmaktadır (Brock, 1980). Her iki telaffuz arasındaki fark, ā sesidir: örneğin, (Tanrı), Doğu telaffuzunda Alāhā, Batı telaffuzunda Alōhō olarak telaffuz edilmektedir (Öztemiz, 2007).

1.2.3. Modern Aramice

Tur Abidinde konuşulan Arami dili, Süryaniler tarafından konuşulduğundan dolayı (klasik) Süryaniceden geldiği düşünüldüğü için (modern) Süryanice denilmektedir. Her iki Arami dilinin, dil bilgisi kısmında bazı noktalarda farklılıklar mevcuttur. Tur Abidin Aramicesi, Turoyo, Surayt veya Seryoyo olarak da bilinmektedir. Batı Avrupa’da yazılan gramerlerde, genel itibariyle “Dağ dili” Turoyo adı kullanılmaktadır (Öztemiz, 2007).

1. 2. SÜRYANİLERİN TARİHİ

1.2.1. Hristiyanlık Öncesi Süryaniler

Hristiyanlık öncesi Süryaniler, putperesttirler ve kökenleri Aramilere dayanır. Aramiler, Süryani adını Hristiyanlığı kabul ettikten sonra kullanmaya başlamışlardır; nedeni ise kendi ırkından olan putperestlerden ayrılmak için kullanmışlardır.

Aramiler, Asurluların zorlamasıyla Fırat’ın batısına geçerek, Suriye ve Filistin sınırlarına sığınmışlardır. Büyük Hitit İmparatorluğu’nun yıkılışından sonra, M.Ö. 1180’de, Ön Asya’ya egemen olan Aramiler, Suriye’nin kuzeyindeki yeni Hitit Krallığı ile Asurluları, Mısırlıları yıpratmışlar ve sonunda kuzey Suriye’den başlayarak Ürdün (Şeria) nehrine kadar uzanan topraklara yerleşmişlerdir.

Aramiler, Hititlerle Mısırlılar arasındaki Kadeş Savaşı sonrasında, iki devlet arasındaki barıştan faydalanarak yerleşik hayata geçmişlerdir. M.Ö. XI. yüzyıldan VII. yüzyıla kadar bölgede küçük prenslikler oluşmuştur. Bu prenslikler Aramiler Şam’da, Hama’da, Tedmur’da, Soba’da, Moab’da, Amman’da ve Edom’da bağımsız prenslikler kurmuşlardır. Askeri ve siyasi bakımdan zayıf olan bu prenslikler Asurlular tarafından kısa sürede yok edilmiştir. Aramiler, Hristiyanlığın doğuşuna kadar sürekli istilalar altında olup yarı göçebe bir hayat yaşamışlardır (Küçük, 2008).

Aramice (Süryanice), Akadça ve İbranice gibi Sami dil grubundandır. Hiçbir dil özünü koruyamadığı gibi 3000 bin yıllık dilin de zamanla değişip farklı biçimleri veya lehçeleri ortaya çıkmıştır. Lehçelerden bazıları, kendilerine özgü, ayrı yazıları olanlar ayrı isimlerle bilinir. Örneğin Antik Palmira'nın dili Palmira dili diye bilir, aslında bu dil Aramicenin bir lehçesidir. Süryanice de aynı özelliği taşır (Tahincioğlu, 2011). Hristiyanlığı seçen Aramilerin edebi dili Süryanice günümüz Urfa'sının Aramice lehçesine verilen isimdir. Süryanice Urfa ve komşu bölgelerde, Hristiyanlığı kabul ettikten sonra "Süryaniler" ismiyle bilinen halkın dilidir. M.Ö. II. yüzyıl ile M.S. III. yüzyıllar arasında ipek yolu üzerinde önemli ticaret merkezlerinden biri olan Urfa'nın II. yüzyıldan itibaren Hristiyanlığın önemli merkezi haline gelmesiyle önem kazanan Süryanice, Hristiyanlık dünyası için Yunancadan sonra en önemli dillerden biri haline gelmiştir ve zamanla bölgenin bilim, kültür ve edebiyat dili haline gelmiştir (Küçük, 2008).

1.2.2. Hristiyanlık Döneminde Süryaniler

Süryaniler, Mezopotamya bölgesinde, M.S. 38 yılında Hristiyan olduklarında Antakya'yı merkez edinmiş bir topluluk halindeydiler. Süryaniler, Hristiyanlığı Havari Petrus (Saint Pere), arkadaşı Thomas, onun kardeşi Aday ve onların şakirtleri (öğrencileri) Agay ve Mara'dan öğrenmişlerdir. Petrus'un arkadaşı Thomas, Thomas'ın kardeşi Aday ve Mara, Süryanilerin yoğun olarak yaşadıkları Mezopotamya bölgesinin Hristiyanlaştırılmasında büyük rol oynamışlardır. Antakya'da Hristiyanlığın yayılmasından sonra Thomas ile Aday şakirleri Mara Urfa'ya gitmişlerdir (Ete, 2010). Urfa'da Putperest Abgar'lar kraliyet ailesi hüküm sürmektedir. Efsaneye göre kral bir cilt hastalığı (cüzzam) yakalanmıştır. Bu esnada Kudüs'ten gelen bilgilere göre yeni bir peygamber gelmiştir. Bu peygamberin kutsal güçleri olduğuna inanılmakta ve hastaları iyileştirmekte, mucizeler göstermektedir. Bunu duyan Kral Abgar, Hz. İsa'yı Urfa'ya çağirtmak için Kudüs'e bir aracı gönderir. Hz. İsa "görevinin İsrail evinin kaybolmuş koyunlarını bulmak olduğunu ve bu yüzden gelemeyeceğini" fakat havarilerinden birini göndereceğini bildirir (Akyüz, 1998). Hz. İsa'nın çarmığa gerilmesi olayından sonra havari Thomas'ın kardeşi Aday Urfa'ya gider, Kral Abgar, Hristiyanlığı kabul eder ve Aday tarafından vaftiz edilir. Urfa'da bulunan bütün Putlar yok edilir yerine kilise inşa edilir (Küçük, 2008). Aday Urfa'daki çalışmalarını bitirince yanına şakirleri olan Agay ve Mara'yı

olarak Mezopotamya'nın diğer bölgelerine gider (Atiya, 1995). Aday, Agay ve Mara ile birlikte Diyarbakır, Nusaybin Dicle'nin doğusu İdil, Erbil, Begermay, Keker, Ahvaz civarında dolaşıp dini yaymaya çalışırlar (Garis, 2001).

1.2.3. İslamiyet Döneminde Süryaniler

Bizans İmparatorları; Mauricus ve Phokas dönemlerinde Süryanilere karşı büyük zulüm uygulanmıştır. Halid Bin Velid komutasındaki İslam ordusu M.S. 636 yılından Bizans'ı yenerek Suriye'yi almasıyla rahat bir nefes almıştır (Ete, 2010). Süryaniler, Abbasiler döneminde XII. Yüzyıl sonları ve XIII. Yüzyıl başlarına kadar Müslümanların yönetimi altında rahat ve zengin bir dönem yaşamışlardır. Selçuklular Anadolu'ya geldikten sonra Süryaniler güvene kavuşmuşlardır. Selçuklu hâkimiyetinden sonra Moğol ve Timur döneminde yaşanan olumsuzluklar Anadolu halkını etkilediği gibi Süryanilerin yaşadığı bölgeyi de olumsuz etkilemiştir (Özcoşar, 2008).

Müslümanların hâkimiyeti altına girdikten sonra Süryaniler, kilise ve patrik merkezleri olan Antakya'ya dönmüşler ve Antakya'da uzun süre inançlarını hoşgörü içinde yaşamışlardır. Politik şartlar yüzünden patriklik merkezi sürekli değişmiştir. Halep, Urfa, Harran, Diyarbakır, Mardin, Malatya, Rakka ve Silvan gibi şehirler patriklik merkezi olarak kullanılmıştır. Mardin'deki Deyrulzafaran Manastırı M.S. 1293 yılından itibaren Patrik Mor İğnatiyos Yusuf Bar Vahip tarafından sürekli olarak patriklik merkezi sayılmıştır. Manastır, 1932 yılına kadar patriklik merkezi kalmıştır. Patriklik merkezi 1932 yılından Suriye'nin Humus şehrine, 1959 yılındaysa başkent olan Şam'a taşınmıştır ve hala Şam'da bulunmaktadır. Şam Süryani Patrikliği'nin adı tekrar "Antakya ve Bütün Doğu Patrikli-Süryani Ortodoks Kilisesi Genel Patriği" olarak değiştirilmiştir. Patriklik makamında Moran Mor İğnatiyos I. Zekka Ayvaz bulunmaktadır (Ete, 2010).

Süryaniler, Osmanlı devleti içerisinde geniş bir alana yayılmışlardır. Güneydoğu Anadolu, Lübnan, Suriye, Filistin ve Irak'ta yoğunlaşmışlardır. Süryanilerin yaşadığı bölgeler, VXI yüzyılda Yavuz Sultan Selim'in Doğu Anadolu ve Mısır seferleri sonucundan Osmanlı devletinin sınırlarına katılmıştır (Ete, 2010).

1.2.4. Türkiye'deki Süryaniler

Süryanilerin yerleşim alanları Mezopotamya, Anadolu ve Suriye sınırlarındadır. Demografik olarak Süryaniler kayıplar yaşamışlardır Ayrıca anayurtlarında fazla kalamamışlardır. Bölgede yaşanan gerginlik, Kuzey Irakta güvenlik sıkıntısının yaşanması Süryaniler başta İstanbul olarak üzere Türkiye'nin çeşitli yerlerine göç başlamıştır. Yurt dışına yaşanan göçlerde ise başta Amerika, Hollanda, Almanya, İsviçre, Fransa, Hindistan gibi ülkeler göç edenler olmuştur. Süryanilerin günümüz nüfusu yaklaşık beş milyon olarak bilinmektedir. Başta Türkiye olmak üzere Lübnan, Suriye, İsrail, Ürdün, Irak ve Hindistan'da yaşamlarını sürdürmektedirler. Türkiye'deki Süryaniler günlük yaşamlarında Türkçe konuşmalar dahi kendi aralarında Süryanice, Kürtçe ve Arapça konuşup iletişim kurmaktadırlar (Küçük, 2008).

Süryaniler, günümüzde Türkiye'de yoğun olarak Mardin il merkezi, ilçeleri ve köylerinde yaşantılarını sürdürmektedirler. Mardin ili haricinde Diyarbakır, Elazığ, Hatay ve Adıyaman'da kiliseler ve birkaç aile bulunmaktadır. Güneydoğu Anadolu bölgesinden göç eden Süryanileri çoğu İstanbul'da yaşamaktadırlar (Küçük, 2008).

1.3. SÜRYANİLERDE İBADET

Süryanilerin ibadet anlayışında kilisenin sırları veya (saklamentleri) gizleri de dâhil edilmektedir. İbadet ritüellerine değinmeden önce kilisenin sırlarına değinmek gerekmektedir. Süryani geleneğinde kilise, cemaat üyelerin dini vazifelerini yerine getirmekle yükümlü bir kurum olmasıyla birlikte, cemaatin sosyal ve kültürel yaşamını düzene koymak, evlilik, boşanma, mali ve hukuki anlaşmazlıklarda tarafların aralarındaki sorunları çözmeye çalışmakla yükümlüdür. Kilisede bu görevleri yerine getirecek olan kişinin hem ruhsal hem fiziksel hem de sosyal açıdan donanımlı olması gerekmektedir. Patrik veya metropolit tarafından, cemaate sorumlu idareci olarak görevlendirilen din adamlarının yetki ve sorumlulukları, kilisenin kuralları belirlemektedir. Ruhban, yalnız cemaatin Mesihî öğretiyi götürmek, onlara İncil'in mesajını ulaştırma, bazı ayin kurallarını uygulamasıyla sınırlandırılan ve bu sınırlar çerçevesinde hareket edememektedir. Ruhban (rahip, papaz) aynı zamanda iyi bir örgütleyici olmak zorundadır. Cemaat toplantılarına

başkanlık etmek, alınan kararları tasdik etme ve gerekçeli bir sebeple engelleme hakkını kullanmak, cemaatin ekonomik anlamda önemli bir yere sahip olan vakıfların kurulmasında özendirici olma, eğitim alanında yararlı kitap, dergi ve gazetelerin çıkarılmasında önderlik etme kültürel aktivitelere yön verme, sportif aktivitelerin yapılmasında özendirme ruhbanların önemli işlevleri arasındadır.

Bütün bu hedeflere ulaşmak için, cemaatin uygulaması gereken sorumlulukları vardır. Bu sorumluluklar, kilisenin etkinlikleri “saklamentleri” (gizleri) olarak kabul edilir (Ayduslu, 2005). Mardin Kırklar Kilisesinde görev yapan Papaz Gabriel Akyüz ile yapılan görüşmede, kilisenin gizlerini;

- Vaftiz (zorunlu),
- Kutsal Murun (zorunlu),
- Kutsal yemek- kutsal kurban (şarap, üzüm veya buğday), (zorunlu),
- Tövbe ve itiraf- günah çıkarma (zorunlu değil),
- Ruhbanlık- Papazlık (zorunlu değil),
- Hasta yağı (zorunlu değil),
- Evlilik (zorunlu değil),

olarak belirtmiştir. Görüldüğü üzere bu gizlerin üçünün yerine getirmek zorunlu, kalan dört gizin ise zorunlu olmadığı anlaşılmıştır.

Vaftiz: Hristiyan olmanın ilk şartıdır. Bütün Hristiyanlar olduğu gibi Süryanilerde vaftiz olmak zorundadırlar. Vaftiz, yunanca “suya batırmak” anlamını taşır ve kilise sıraları arasında ilk sırayı olur. Vaftiz olmayan bir kişi, Hristiyan anne-babadan olsa dahi, Hristiyan kabul edilmez. Nedeni ise vaftiz olunmadan kurtuluşa erme sevinci ve sonsuz mutluluklara ulaşmak imkânsızdır. Bireylerin de kurtuluşa ermeleri, taşıyıcısı oldukları günahtan kurtulmaları, sadece vaftiz olmaları dâhilinde mümkündür. Vaftiz töreni Baba-Oğul ve Kutsal Ruh adına yapılır (Ayduslu, 2005).

Kutsal Murun: Vaftizle birlikte sadece bir kez vücuda sürülen, çeşitli bitlilerden oluşan patriklik tarafından kutsanmış yağdır.

Kutsal Yemek- Kutsal Kurban (Komünyon): Diğer kiliselerde olduğu gibi Süryani kilisesinde de herkesin kutsal kurbanı katılması zorunludur. Küçük yaştaki çocuklar bile vaftizden hemen sonra komün yani kutsal yemek verilir. Kutsanmış

ekmek ve şarabın sunulduğu ayin genellikle Pazar ve bayram günleri uygulanır. Cemaatin yoğun olduğu dönemlerde ise ayin Çarşamba veya Cuma günleri yapılır (Ayduslu, 2005).

Tövbe ve İtiraf- Günah Çıkarma: Her Hristiyan bireyde olduğu gibi Süryanilerde de tövbe ve günah çıkarma oldukça önemlidir. Sercan Paslanmaz ile yapılan görüşmede kendisi “tövbe veya günah çıkarmanın zorunlu olmadığı isteğe bağlı olduğunu sayı ve sınırı olmadığını” açıklamasında bulunmuştur. Hristiyan rahiplerinin görevlerinden biri de, cemaatin kendilerine anlatarak tövbe ettikleri günahı bağışlamaktır. Onların tanrı adına inananların günahlarını bağışlama yetkisi “Kimin günahlarını bağışlarsanız, bağışlanmış olur; kimin günahlarını bağışlamazsanız bağışlanmamış kalır” (Yuhanna 20/23; Matta 18/18) ifadesine dayandırılır. Günah çıkarmanın üç şartı vardır: kişinin işlediği günahlardan pişman olması; tövbe sonrasında günahtan kaçınmaya çalışması ve işlediği günahları bir rahibe itiraf etmiş olmasıdır. Bu itiraflar ya kilisedeki günah çıkarma hüccesinde ya da herhangi bir yerde, kilise dışında olabilir. Rahip bu günahlar için bir kefaret ya da telafi edici bir sevap isteyebilmektedir (Aydın, 2005).

Ruhbanlık (Kehennüt): Bu giz ise din adamların kutsanması demektir. El koyma ve dua ile uygulanır. Hasta Yağı, Hasta olan kişilerin şifa bulması ve günahlarının bağışlanması ve ölmeye önce itiraflarda bulunması amacıyla hasta olan kişilerin vücutlarına sürülen kutsal bir yağdır (Ayduslu, 2005).

Evlilik: Diğer Hristiyan mezheplerinde olduğu gibi Süryanilerde de evlenmenin dini temeli, Kutsal Kitap İncil’de Pavlos’un (Evlilik Konusu) bazı bölümlerde şu sözlere dayanmaktadır: ¹Erkeğin kadınıyla ilişki kurmaması iyidir. ²Ama rastgele cinsel ilişkiden sakınmak için her erkeğin kendi karısı, her kadının kendi kocası olsun. ³Erkek kadına erkeklik görevini uygulamalı, kadında erkeğe kadınlık görevini uygulamalı. ⁴Kadın kendi bedenine egemen değildir, erkek o bedene egemendir. Erkek de kendi bedenine egemen değildir, kadın o bedene egemendir (Korintliler I. Mektubu, 7: 1-4). ²⁵Mesih kiliseyi nasıl sevip onun uğruna kendini feda ettiyse, sizde karılarınızı öyle sevin. ²⁸aynı biçimde kocalar da karılarını kendi bedenleri gibi sevmelidir. Karısını seven kendini sever.²⁹Hiç kimse hiç bir zaman kendi bedeninden nefret etmemiştir. Tersine, onu besler ve kayırır; tıpkı

Mesih'in kiliseyi besleyip kayırdığı gibi...³¹Bunun için adam annesini babasını bırakıp karısına bağlanacak, ikisi tek beden olacak.³²Bu sır büyüktür (Efeslilere Mektup 5: 25-32).

Evlilik, Süryanilerde kutsaldır. Pahipler, Rahibeler, Episkopos, Metropolit, Mafıryan ve Patrikler evlenemezler. Papazlar, papaz mertebesine ulaşmadan önce evlenebilirler. Papazın eşi vefat ettiğinde ikinci bir evlilik yapmasına izin verilmez. Ruhban sınıfına ait olmayanlar ikinci bir evlilik yapabilirler (Kılıç, 2003; Ayduşlu, 2005).

Süryaniler için ibadet etmek çok önemlidir. Süryaniler için ibadet namaz, oruç, dua, kutsal yerleri ziyaret etme, Pazar ayinleri, tövbe ve ölüm gibi ibadet etme ritüelleri vardır. Süryanilerde ibadet Tanrıya özeldir. İbadet sadece tanrı için yapılır. Süryaniler yapmış oldukları ibadetlerde Meryem Ana, Ruhani Babalar, Peygamberler, Evliyalar, dini hocalar şehitler ve ölümlerini saygıyla anmaktadırlar (Akyüz, 2005).

1.3.1. Vaftiz (Hristiyanlığa İlk Adım)

Vaftiz ayini, doğan çocuk daha sekiz günlükken vaftiz edilmek üzere kiliseye getirilir. Süryani Ortodoks Kilisesi'ne göre vaftiz, İsa Mesih'e inanan kişilerin günahlarını siler ve vaftiz olan kişiye yeni bir hayat verilir. Vaftiz olmak isteyen kişi erişkinse önce tövbe etmesi gerekir ve Hristiyanlığın dini inanışlarını benimseyip uygulaması gerekir. Vaftiz edilen kişi aşağıdaki bulunan yemini içmesi gerekir:

“Ben (kendi ismini söyleyerek) şeytani, kuvvetini ve ona tabi olanları inkâr eder, İsa Mesih'e peygamberler, elçi ve gerçek öğretmenlere ve onların ilahi öğretisine iman eder, Baba, Oğul ve Aziz Ruha tabi olup vaftiz olurum”.

Vaftiz edilen çocuk ise, onun yerine 18 yaşını doldurmuş ve Hristiyan dinini öğrenmiş bir kişi yukarıdaki yemini okur. Okuyan kişiye vaftiz babası denir. Vaftiz baba olan kişi, velisi olduğu çocuğa Hristiyanlığı öğretmekle mükelleftir. Vaftiz törenini gerçekleştiren kişilerin unvanı Episkopos veya papazdır. Vaftiz babası aynı zamanda kişinin manevi babasıdır. Bu nedenle taraflar arasında evlilik olmaz nedeni ise manevi akraba sayılmasıdır (Yeşil, 2002).

1.3.2. Namaz Kılmak

Süryanicede namaz (salat) slutho cümlesiyle ifade edilmektedir ayrıca dua anlamına gelmektedir (Kurnaz, 2007). Namaz dinin ilkelerine inanmış bir kişinin Tanrıya taparken; Ona niyaz edip şükranlarını sunması, nimet ve rahmetlerini dilemesidir. İnanan kişinin tanrıya yalvarması ve duasıdır (Küçük, 2008). Bireysel ve cemaatle kılınmak üzere iki türlü kılınır. Kilise kurallarına göre gün akşamdan başlar namaz kılış sıralaması ise akşam, yatsı, gece yarısı, sabah, öğle ve ikindi vakitlerinden oluşmaktadır (Kurnaz, 2007). Süryanilerde kible doğu olduğu için doğuya yönelerek namaz kılınmaktadır. Pazar ve bayram namazları dışındaki namazlar, secde yapılarak kılınır. Namazların dördünün kılınması farz diğer üçünün ise sünnettir. Farz olan namazlar sabah, öğle, akşam ve gece yarısı olan namazlardır ayrıca cemaatle kılınan namazlardır bu namazlar kilisede toplu kılınır. Sünnet olan namazlar ise kuşluk, ikindi ve yatsı olan namazlardır sünnet namazları istenilen yerde kılınabilir. Namaz duaları, vakitlere göre değişir her vaktin namaz kılınışı aynıdır (Yeşil, 2002). Süryanilere göre namaz esnasında secde;

- a) Sade bir şekilde baş eğilerek
- b) Belden itibaren eğilerek
- c) Yere kapanıp alın yere değdirilerek yapılmaktadır (Kurnaz, 2007).

1.3.3. Süryanilerde Oruç

Bedensel arzu ve istekleri zayıflatarak, ruhsal yapıyı güçlendirir. Belli zamanlarda yeme, içme ve cinsellik gibi isteklerin duyguları terk etmesi için ruhsal ve zihinsel yapının güçlenmesini sağlamaktadır. Oruç yeme ve içmeden uzak durmak şeklinde olabileceği gibi et ve hayvansal ürünler gibi belirli yiyecekleri yememek şeklinde de olabilir. Süryanilerde yıl boyunca tutulan beş oruç ve perhiz bulunmaktadır. Bunlar;

Büyük Oruç: Dönüşümlü olarak tutulan bu oruç bazen Şubat, bazen Mart, bazen de Nisan aylarından tutulan 40 günlük oruçtur (Kurnaz, 2007). Elem haftasıyla (Perşembe günü, Mesih'in öğrencilerinin ayaklarının yıkanmasını anma günü) birlikte 48 gün sürer (Küçük, 2008). Bu 48 günlük süre zarfında hafif yiyecekler yenir ve hayvansal ürünlerden uzak durulur. Bu oruç öğleye kadar sürer. Özel durumlar hariç herkes oruç tutmaktadır (Yeşil, 2002).

Havariler Orucu: Haziran ayının başında perhiz orucu olarak 3 gün tutulur (Küçük, 2008: 26). Bu arada Mor Petrus ve Mor Pavlus bayramları kutlanmaktadır (Yeşil, 2007).

Ninova Orucu veya Bereket Duası Orucu: Büyük oruçtan önce üçüncü haftanın pazartesi gününden Perşembe gününe kadar süren üç günlük oruçtur (Yeşil,2007: 77). Büyük oruç gibi hem öğleye kadar sürer hem de perhiz orucunu kapsamaktadır (Küçük, 2008) .

Meryem Ana Orucu: Ağustos ayının 10. gününden 15. gününe kadar olan süre zarfındaki oruçtur. Meryem ana orucu sadece 5 gün tutulur.

Noel Orucu: Hz. İsa'nın doğuş bayramı, Aralık ayının 15'inden itibaren başlar 25'ine kadar sürer 10 günlük oruç tutulur (Kurnaz, 2007).

1.3.4. Kutsal Yerleri Ziyaret (Makedşoyo)

Süryani Ortodoks kilisesinde, zekât tabiri kullanılmadığı gibi hac tabiri de kullanılmaz. Bu tabirin yerine “Makedşoyo” (Kutsal Ziyaret) denir. Hacı olan kişiye de “Makedşoyo” (Kutsanmış) kişi denir (Küçük, 2008: 24). Kutsal ziyaret zorunlu değildir isteğe göre yapılmaktadır. İsteyen herkes Kudüs'ü ziyaret edip “Makedşoyo” olabilir. Kutsal yerleri ziyaret etmek isteyen kişinin Paskalya Bayramından bir hafta önce Elem Haftası'nda ve Paskalya Bayramında Kudüs'te olması gerekmektedir.

Her iki ahitte de kutsal yerlerin ziyaretine dair net bir açıklama bulunmamaktadır. Bir Hristiyan için kutsal yerleri ziyaret etmek Hz. İsa'nın ve havarilerinin izinde gitmektir (Erbaş, 2003). Kutsal yerlerin ziyaret edilmesi manevi yönden huzura yolculuk halini alır. Hz. İsa'nın yaşadığı yerler ile ilk Hristiyan Azizlerinin mezarları Hristiyanlar için haç yerleridir. Hz. İsa'nın doğduğu Beytlehem, Kudüs ve Roma kutsal yerlerdir ve haç yerleri olarak da bilinmektedir (Tümer, Küçük ve Küçük, 2010).

“Azize Helene'nin Hz. İsa'nın doğduğu yeri, çarمیğa geriliği yer, gömüldüğü ve büyük kiliselerin kurulduğu yerleri ziyaret etmesiyle hac ritüelinin başlangıcı olmuştur. Azize Helene'ne ilk hacı olarak kabul edilmektedir (Erbaş, 2003).

1.3.5. Pazar Ayinleri

Pazar ayinleri Süryaniler için kutsal sayılan bir gündür. Bu günü kiliselerde ibadet ederek geçirmektedirler. İslamiyet'teki Cuma namazı ile örtüşmektedir. Yapılan bu ibadetin Süryani cemaatini bir arada tuttuğunu ve birlik ruhunu güçlendirdiğini söyleyebiliriz.

1.3.6. Ondalık

Süryanilerde zekât kavramı kullanılmamaktadır. Zekât sözcüğünün yerine ondalık, sadaka veya sunu kavramları kullanılmaktadır (Küçük, 2008; Koluman, 2002). Ondalık, kilisenin masraflarını karşılamak, Allah'ın ve cemaatin hizmetine kendini adanmış ve müstahdemlerin (hizmetlilerin) geçimini sağlamak üzere gönüllü olarak verilmesi gereken yardım, bağış veya hediyedir (Akdemir, 1972).

Süryanilerde Ondalık verilmesi geleneği vardır ama günümüzde düzenli olarak ödenmemektedir. Bu ödeneğin yerini gönüllülük esas almıştır. Bazı abraşiyelerde (bölge) aidat sistemi uygulanmaktadır. Kilise kurallarına göre ondalığı ödemek isteyenler, yasal olmayan kazançları haricinde, kazançlarının onda birini Ondalık ve bağış olarak verilmelidir. Vermek istemeyene de zorunlu kılmak söz konusu değildir. Kilise yasasına göre her abraşiyenin gelirinin onda birinin patrikliğe gönderilmesi gerekmektedir. Günümüzde abraşiyeler tarafından patrikliğe düzenli olarak gönderilmemektedir (Küçük, 2008).

1.4. SÜRYANİLERDE BAYRAMLAR VE KUTSAL GÜNLER

Tüm semavi dinlerde olduğu gibi Hristiyanlıkta da dini günler ve bayramlar önemsenmekte ve bulunmaktadır (Keşke, 2010). Hz. İsa'nın hayatındaki önemli olayları anmak zamanla dini ritüeller haline gelmiştir (Zafer, 2011). Süryanilerde bayramlar kutsallıkla iç içedir. Bayram öncesi tutulan oruçlar yapılan perhizler, tümüyle kilisenin uyguladığı ve takip ettiği bayram uygulamaları olup hem toplumsal paylaşımı hem de Süryani topluluğunu bir arada tutmayı hedeflemektedir.

Süryani bayramları iki kısma ayrılır. Bunlar Rabbani ve Rabbani olmayan bayramlardır. Rabbani bayramlar Hz. İsa'nın doğumundan göklere çekilişine kadar olan olayları ve Meryem ve Kutsal ruh ile ilgili olayları konu edinmektedir. Rabbani

olmayan bayramlar ise kilise tarihinde önemli olan kişi ve olayları anma günleri olarak kutlanır (Keşke, 2010; Küçük, 2008). Süryaniler, Rabbani bayramlarda günlük hayatta yaptıkları işleri bırakıp kilisede düzenlenen ayinlere katılmak zorundadırlar. Rabbani olmayan bayramlarda ise ayinlere katılma zorunlulukları yoktur olmamakla birlikte bazı bayram tarihlerinin sabit olup bazı bayram tarihleri ise değişebilmektedir.

1.4.1. RABBANİ BAYRAMLAR

1.4.1.1. Paskalya (Hedorabo \ Dakyomt-Direnış) Bayramı

Paskalya Hristiyanlıktaki bilinen en eski ve en önemli bayramdır. Hz. İsa'nın çarmıha gerildikten sonra üçüncü günde diriliş kutlanmaktadır. Doğu batı kiliseleri arasında paskalya bayramının kutlanış tarihi arasında farklılıklar bulunmaktadır. Paskalya dönemi mart ayının sonundan başlayıp nisan ayının sonuna kadar olan dönem olarak bilinmektedir. Süryaniler, birbiriyle bayramlaşırken “Kom Moran Men Kabro” (Rab Mezardan Dirildi) ve karışıklığında, “Sariroyith Kom” (Gerçekten Dirildi derler” (Şimşek, 2006). Süryaniler de Hristiyanlar gibi paskalya bayramında birbirlerine yumurta veya yumurtaya benzeyen hediyeler verirler. Yumurtanın akı beyaz rengi, İsa Mesih'in tanrısallığına, yumurtanın sarısı ise özverisini ifade etmektedir. Büyük Direnişin ertesi günü mezarlık ziyaretleri yapılır, ölülerin ruhları için ayinler düzenlenmektedir (<http://www.cfg.org.au>).

1.4.1.2. Siboro-Suboro (Kırmızı Ve Beyaz İpler Veya Meryem Ana'nın Müjdelenmesi) Bayramı

Hz. Meryem, Galile yöresindeki Nasıra'dayken, Tanrı tarafından gönderilen melek, “Tanrısız gebeliği” ona müjdeledi <http://www.cfg.org.au>¹ kilisesinde bu bayram 25 Mart tarihinde renkli iplerle kutlanmaktadır. Bu renkli ipler iki veya üç renkten oluşmaktadır (üç renkli ipler baba, oğul, kutsal ruh, iki renkli ipler ise Tanrısızlığı ve İnsanlığı) Tanrının insan bedenini almasını simgelemektedir. Suboro bayramında bu ipler kilise tarafından dağıtmaktadır. Bu ipler Paskalya bayramına kadar bilekte veya boyunda taşınmaktadır (Zafer, 2011).

¹<http://www.cfg.org.au>

1.4.1.3. Yaldo-Noel (Doğuş-)Bayramı

Süryanileri kendi dillerinde “Yaldo” Hristiyan dünyası ise “Noel” olarak isimlendirdiği 25 Aralık günü Hz. İsa’nın bedendeki doğuşunun anısına kutlanan gündür (Zafer, 2011). Süryaniler, “Brih Mevlode Dmoran” (Rabbimizin doğuşu kutlu olsun) derler”. İsa Mesih’in çobanların yaktığı ateşi sembolize etmek için kilisenin ortasında bir tepsinin içinde çıralar konulup topluluğun elindeki mumlar ile bu çıraları yakıp daha sonra ateşin etrafında dönüp ilahiler söylenip kutlanmaktadır.

1.4.1.4. Hanokritho Bayramı

Mezopotamya’da yaşayan Süryanilerin gelenekselleşmiş bir şölenidir. Süryaniler, her yıl 50 günlük büyük oruca başlamadan önceki son Pazar günü kutlanmaktadır. Tutulan oruç Hz. İsa’nın dirilişine denk gelen güne kadar tutulur. Tutulan oruç genellikle mart ayının ortalarına denk gelir. Bu gelenek hala Süryaniler arasında devam etmektedir. HanoKritho bir kadın figürüdür bayramlarda bu figürün maketi yapılır. Yapılan bu maket köylerde bulunan Süryani kızlar tarafından hazırlanır. Yapılan maketle köyün geçleri hep birlikte köy evlerini teker teker gezip ev sahipleri tarafından bereketi simgelediği için yağmura benzetmek için üstlerine su serpilerek karşılanırlar. Gençler ziyaret ettikleri evlerden bulgur, kavurma ve yumurta toplayıp, toplanan yiyeceklerle köyün kilisesinde bir araya getirilip köy halkını kilisenin avlusuna gelmesiyle birlikte toplanan yiyeceklerle yemekler yapılır. Bu yemek kavurmalı ve yumurtalı bulgurdur. Yemekler yenir, oyunlar oynanır, bir tabak yumurtalı ve kıymalı bulgur HanoKritho için ayrılır ve taşların arasına saklanır. Daha sonra gençler tabağı bulmaya çalışır tabağı bulan kişi yemeği yer. Gençler tarafından yapılan maket HanoKritho’yu daha sonra parçalarlar. Yapılan yemeklerin bir kısmı ihtiyacı olan kişilere dağıtılıp son bulur (İris, 2003).

1.4.1.5. Yumurta Bayramı

Süryanilerin paskalya bayramında birbirlerine hediye olarak sundukları yumurtalardır. Yumurta, İsa Mesih’in ölüyken dirilişinin sembolü olarak görülmektedir. Yumurtanın sahip olduğu özelliklere hiçbir canlı sahip değildir. Yumurta hücreleri dışarıdan herhangi bir uyarıcının etkisi altında kalmadan belirli bir sıcaklık derecesine ulaştıktan sonra kendi kendine büyür gelişir olgunluğa erişince ise kabuğu kırılarak yeryüzüne gelen bir canlı haline gelir. Yumurta benzetmesini

aynı şekilde İsa Mesih içinde geçerlidir. İsa Mesih'in de hiçbir dış etken olmadan kendine özgü bir güçle mezardan dirilmiştir. Paskalya bayramından yumurtanın haşlanıp boyanması gelenekselleşmiştir. Özellikle paskalya bayramında misafirlere haşlanmış yumurta sunulmaktadır. Yumurtaya kırmızı rengini veren madde ise soğan kabuklarıdır Yumurta ve soğan kabuğunu aynı anda haşlanması yumurtaya kırmızı rengini vermesini sağlamaktadır. Kırmızı rengi, İsa Mesih'in çarمیğa gerilişindeki kanı temsil etmektedir. Yumurtanın sarısı kısmı ise güneşi, aydınlığı temsil eder, yumurtanın akı ise İsa Mesih'in bedeninin, temizliği ve barışı sembolize etmektedir. Halen uygulanan yumurta boyama geleneğinde yumurtanın dış kısmı kimyasal boyalarla boyanmaktadır. Paskalya bayramında her Süryani'nin evinde boyanmış yumurta ve çörek bulunmaktadır (İris, 2003).

1.4.1.6. Pentikost (Kutsal Ruhun Gelişi) Bayramı

İsa Mesih'in, öğrencilerine kutsal ruhu verdiği gün olarak bilinmekte ve 2001 yılından beri 3 Haziranda kutlanmaya başlanmıştır. Bir diğer ismi de Pantikuti bayramı olarak da bilinmektedir. Büyük kıyam yani paskalya bayramından 50 gün sonra kutlanmaktadır. Kiliselerde düzenlenen törenlerde topluluk, kutsanmış suya ceviz yapraklarını batırarak birbirlerine su serperler. Su, Kutsal Ruh sembolize eder (<http://www.cfg.org.au>). Kutsal Kitap İncil'de Pentikost (Kutsal Ruhun Gelişi) bazı bölümlerde açıklanmaktadır.

Kutsal ruhun gelişi, 1Petikost günü geldiğinde bütün imanlılar bir arada bulunuyordu. 2ansızın gökten, güçlü bir rüzgârın esişini andıran bir ses geldi ve buldukları evi tümüyle doldurdu. 3ateşten diller benzer bir şeylerin dağılıp her birinin üzerine indiğini gördüler. 4İmanlıların hepsi Kutsal Ruhla doldular, Ruhun onları konuşturduğu başka dillerle konuşmaya başladılar. 5O sırada Yerusâlim'de, dünyanın her ülkesinden gelmiş dindar Yahudiler bulunuyordu. 6Sesin duyulması üzerine büyük bir kalabalık toplandı. Herkes kendi dillinin konuşulduğunu duyunca şaşakaldı. 7Hayret ve şaşkınlık içinde, “ Bakın, bu konuşulanların hepsi Celileli değil mi?” diye sordular. 8”Nasıl olur da her birimiz kendi ana dilini işitiyor? 9-10 Aramızda Partlar, Medler, Elamlılar var. Mezopotamya'da Yahudi'ye ve Kapadokya'da, Potus ve Asya İlinde, Frikyâ ve Pamfilya'da, Mısır ve Libya'nın Kirene'ye yakın bölgelerinde yaşayanlar var. Hem Yahudi hem de Yahudiliğe dönen Romalı

konuklar, Giritliler ve Araplar var aramızda. Ama her birimiz Tanrı'nın büyük işlerinin kendi dilimizde konuşulduğunu işitiyoruz.”¹²Hepsi hayret ve şaşkınlık içinde birbirlerine, “Bunun anlamı ne?” diye sordular.¹³ Bunlar taze şarabı fazla kaçırmış” diye alay ettiler (Elçilerin İşleri 2: 1-13).

Yahya'nın ve Mesih'in de vaat ettiği ateşten ruh vaftizdi. Orda bulunan herkes kutsal ruhla dolarak vaftiz oldu. Bundan böyle Mesih'e iman eden herkes kutsal ruhla vaftiz olacaktı. Bu tanrının çocukları olduğumuzun göstergesidir. Kutsal Ruh, kurtuluşumuzun güvencesidir (Efesliler 1: 13-14).

1.4.1.7. Şahro Meryem Ana İntikali Bayramı (15 Ağustos) Bayramı

Süryanice Şahro bayramı, Meryem Ana'nın ölümü yıl dönümüdür ve çeşitli etkinliklerle anılmaktadır. Meryem Ana'nın bu dünyadan diğer dünyaya intikal ettiği gün olarak bilinir. 15 Ağustos'ta ayinler düzenlenir, İncil'den okunan ayetlerle başlayan anma töreni, ilahiler ve dualar okunur. Kıddas ismini verdikleri törenle son ayinle Meryem Ana'nın ölüm yıl dönümü anma törenini bitirirler. Anma töreninden önce 5 gün boyunca oruç tutulur, tutulan oruç süresince hiç hayvansal ürün tüketilmeyip törenin sonlanmasıyla, oruçlu iken yenilmeyen hayvansal ürünler öğle yemeğinde etli bir yemekle törene son verilir. Ayinin sonunda üzüm ve incir üzerine bereket duası okunur (<http://www.suryaniler.com>).

1.4.1.8. Yeni Yıl ve Mesih'in Sünneti (1 Ocak)

Hz. İsa'nın sünnet bayramı olarak da bilinmektedir. Yahudi dini geleneklerine göre erkek çocuklar, doğumunun 8'ci Gününde sünnet ettirildiği için, Hz. İsa'nın da doğumundan sonraki 8'ci güne denk gelen 1 Ocak tarihinde sünnet ettirildiği belirtilmektedir. Yeni yılın ilk gününe denk geldiği için kilise, Hz. İsa'nın sünnet kutlamalarına özel bir önem vermiş ve bu bayram aracılığıyla halkı pagan uygulamalarından uzak tutmaya çalışmıştır. 1 Ocak'ı takip eden ilk Pazar günüyse, “İsa'nın Kutsal Adı Bayramı” kutlanmaktadır. İlk Pazar, ayın 6'sı veya 7'si gibi daha geç bir tarihe denk gelirse, Epifani kutlamalarına denk geldiği için, bayram Pazar gününden önceye, İsa'nın sünneti kutlamalarından sonraki gün yani 2 Ocak gününe alınmaktadır (Katar, 2001).

1.4.1.9. Vaftiz Bayramı (6 Ocak)

Hz. İsa'nın doğum dönemi içerisinde yapılan kutlamalardan biri de Epifani Bayramıdır. Grekçe bir kelime olan Epifani, “görünüş, zuhur” anlamları taşımaktadır. Kiliseler arasında farklı anlamlandırılrsa da Hz. İsa'nın ortaya çıkışını, görünmesini ifade etmektedir. III. Yüzyılda, doğu kiliselerinde Hz. İsa'nın vaftiz oluşunu kutlamak için başlatılmış, daha sonra IV. Yüzyılda Batı kilisesine geçmiştir. Doğu Kiliselerinde bu bayram vaftiz olarak ortaya çıkışı ve Kana'daki bir davette suyu şaraba dönüştürerek ilk mucizesini göstermesi anısına kutlanmaktadır. Batı Kilisesinde ise doğulu üç müneccimin, bebek İsa'yı ziyaret etmesini anmak amacıyla kutlanmaktadır (Katar, 2001).

1.4.2. RABBANİ OLMAYAN BAYRAMLAR (AZİZLERİ ANMA GÜNLERİ)

Hristiyanlıkta “aziz” kelimesinin iki manası vardır. İlk anlamı geniş kapsamlıdır ve bütün Hristiyanlara hitaben kullanılan bir kelimedir. Diğer bir anlamı ise dünyevi zevklerden arınmış ve İsa Mesih'le beraber yürüyen yaşayan imanlı kimse demektir (Madrigal, 2014).

Rabbani olmayan bayramlar, din ve kilisenin varlığında korunmasında etkin olan önemli kişiler ve olayları anma şeklinde de değerlendirilir. Bu tür bayramlarda ayine katılma zorunluyken dünyevi işlerle uğraşmak, günlük işleriyle meşgul olmaları herhangi engel taşımamaktadır (Ete, 2010). Hristiyanlıkta olduğu gibi Süryanilerde de aziz, kutsallığından dolayı, Tanrı'ya yakın olan ve kişinin duasına aracı olan kişidir (Yeşil, 2002).

Süryani Ortodokslar 'da azizlere çok önem verilir. Süryanilerde azizlerin kemiklerinin saklanması için kilise ve manastırlarda, mağaraya benzeyen özel bölmeler oluşturulmuştur. Örneğin Süryani Ortodoks Deyrul Zafaran Manastır'ında bulunan özel bölmelerde Süryani azizlerin kemikleri saklanmaktadır (Koluman, 2002).

Tablo: 1 Rabbani Olmayan (Azizleri Anma Günleri)

Yuhannanın şehit edilmesi	7 Ocak
Mor Stefanos	8 Ocak
Kartminli Mor Şemun	19 Ocak
Mor Barsavmo	3 Şubat
Patrik Mor Severius	8 Şubat
Petrik Mor III. İlyas	13 Şubat
Aziz Mor Efrem	3 Mart
Sebastiyanın Kırk Şehidi	9 mart
Mor Evgin	20 Nisan
Mor Gevergis	23 Nisan
Nusaybinli Mor Yakup	11 Mayıs
Mor İzozel	12mayıs
Mor Samuel	15 Mayıs
Mor ŞemunDzeyte	1 Haziran
Elçi Mor Petrus Ve Mor Pavlos	29 Haziran
Elçi Mor Tuma	3 Temmuz
Mor Kiryakos Ve Annesi Yuliti	15 Temmuz
Mor Yakup Burud'ano	31 Temmuz
Mor Simuni Ve Yedi Oğlu	1 Ağustos
Mor Gabriye'in Elinin Kesilişi	31 Ağustos
Mor Melke	1 Eylül
Mor Abay	1 Ekim
Mor Serkis Ve Mor Bakos	7 Ekim
Suruçlu Mor Yakup	29 Kasım
Mort Barbara Ve Mort Yulyana	4 Aralık
Mor Behnam ve Kardeşi Sara	10 Aralık
Mor Gabriel	23 Aralık

Rabbani olmayan bayramlarda yapılan uygulamalar şu şekilde açıklayabiliriz. Süryanilerde ismi anılacak olan Aziz'in kilisesi yıl içerisinde değilse de, azizin

anıldığı gün resmi bir ayin o kilisede yapılır. Bu sebeple kullanılmayan bütün kiliseler yılda bir kez dahi olsa kullanılması, kilisenin yerinin unutulmaması ve kilisenin harabeye dönüşmemesi hedeflenmektedir. Unutulmaya yüz tutulmuş kiliseler böylece aktif haline gelmektedir. Azizi anma gününde gelen topluluğa azizin hayatı anlatılır. Ayine katılan topluluğa ikramlarda bulunur (Ete, 2010).

1.5. SÜRYANİLERDE ÖLÜMÜN ANLAMI VE ÖLÜM MERASİMLERİ

Hristiyan geleneğinde ölüm insanoğluna verilmiş en büyük ceza olarak görülür; çünkü Hz. Âdem ve Hz. Havva cennette yaşamlarını sürdürürken ölümsüz olmalarına rağmen, şeytanın hilelerine kanıp ilk günahı işlemeleri sebebiyle cennetten konulup ölümsüzlüklerini kaybetmişlerdir. Bu sebeple ölüm insanoğlunun en büyük düşmanı olarak görülmektedir (Özmen, 2006).

Süryanilere göre insan öldükten sonra, topraktan oluştuğu için beden tekrar toprağa dönecek; ruh ise, Tanrı'nın nefesinden alındığı için diri kalacaktır. Ruh eğer vaftizden alındığı kutsiyeti koruyup günahsız yaşamışsa cennette huzurlu olacak, tersi bir durumda hep ıstırap içinde olacak.

İnsan öldükten sonra tanrının kudretiyle dirilip ruhani bir varlık niteliğine bürünmesi nedeniyle, Süryaniler için ölüm, ebedi hayata uzanan bir köprü ve dünyevi acıların son bulduğuna dünya yaşamlarında Hz. İsa'ya iman edenler ölümden sonra esenlik ve güven içinde kalırlar (Ete, 2010).

Süryaniler, ölümü sonsuz yaşama uzanan bir köprünün başlangıcı olarak kabul etmektedirler. Ölüm sonsuz yaşamın başlangıcı olduğu gibi dünyevi acıların bitişi olarak görülmektedir. Bu dünyanın geçici olduğuna ve yaşamın zorluklar, acılar ve özlemlerle olduğuna, İsa'ya iman eden ve inançlı bir hayat sürdürenler için ölümden sonra esenlik ve güven içinde olacaklarına inanırlar (Şimşek, 2003).

1.5.1. Kandilo (Hasta Yağı)

Hasta yağına Süryanice “meshi denilmektedir. Hasta yağı kutsanan yağın hem şifa vereceğine hem de günahlardan arındırılmasına, hem de huzura kavuşması için vücuda sürülen kutsal yağdır (Yeşil, 2002). Hasta yağı ile ilgili bir inanç ise hastaları

teselli etmek, hastaları ölüme hazırlamak için Hz. İsa'nın tanrı tarafından gönderildiği düşünülmektedir (Ete, 2010).

Ayinin uygulanması için öncelikler kişinin tövbe etmesi ve işlediği tüm günahları itiraf etmesi gerekmektedir. Ayini “hasta yağı” denilen bitkilerle karıştırılmış, Episkopos tarafından kutsanmış saf zeytinyağıyla hasta olan kişiye sürülmektedir (Küçük, 2008). Üzerine gerekli duaları okur, okuduktan sonra hastanın alınına, gözlerine, kulaklarına, ağızına, burnuna, el ve ayaklarına sürerek; iç ve dış duygularıyla işlediğin bütün insani hatalar; Baba, Oğul ve Ruhulkuddus adıyla sana bağışlasın” der ve hastayı takdis etmiş olur (Yeşil, 2002).

Hasta yağı kâsesi üzerinde 5 tane mum bulunur. Bu mumlar duyu organları temsil eder. Mumların duası okunduktan sonra yakılır. Önce doğu yönünde (baş) bulunan, sonra ortada (göğüs), en son da ise sol ve sağdaki mumlar yakılır. Mumların yakılışında üç kez “KadişatAlaho, KadişatHayelthonö, KadişatLomoyutho, Destlebt Hlotfayn..” (Kutsalsın Ey Allah! Kutsalsın Ey Güçlü! Kutsalsın Ey Ölmeyen! Bizim İçin Haça Gerildin! Bize Merhamet Etle) duasını takiben, “Abun Dbaşmayo Nethkadaş Şışmoh Tethe Malkutoh Nehve Sebyonoh...” (Ey Göklerdeki Babamız Adın Kutsal Olsun) duası okunur. Hazır bulunan biri duaya başlayıp, masanın üzerinde haç sembolünü çizer.

Birinci mum yakılırken ruhani kişi duaları okurken sırasıyla her duada masaya haç çizer. Hasta olan kişinin alınına haç işaretini çizer bunu sağ başparmağıyla kâsenin içine batırıp parmağını hastalanan kişinin alınına değdirip haç sembolü yapar. Bu işlemi üç kez tekrar eder. İkinci mum yakılırken de ruhani kişi duaları mırıldanarak üç kere tekrar alın ve üç kez göğse yağ sürülür. Üçüncü mum yakılırken dualar tekrar okunur. Yağ önce sağ sonra sol diz kapaklara sürülür. Sağ dize iki sol dize bir defa haç işareti çizilir. Daha sonra tekrar masanın üstüne haç çizilir. Dördüncü mum yakılarak dua okunur. Alına, göğse, sağ ve sol diz kapaklara yağ sürülür. Dördüncü aşamada üç defa sağ elin üç kez sol elin dış yüzeyine haç çizilerek yağ sürülür. Hemen ardından üç defa sağ ve üç defa sol göze, üç defa buruna, üç defa ağız ve bir defa da dil üzerine, iki defa sağ kulağa, bir defa da sol kulağa ve böbrekler hizasında haç işareti çizilerek yağ sürülür. En sonunda ise tüm vücut ve bir kez yüz ve göğüs üzerine yağ sürülür.

Ruhani kişi (Kâhin mertebesine ulaşanlar) sağ elini hasta olan kişinin başına koyarak dua eder. En sonunda ise masada bulunan haç ve İncil yardımlarının yardımıyla hastanın başı ²hizasında tutularak dua edilir (Şimşek, 2003). Kutsal Kitap İncil’de Hasta yağı ile ilgili ayette şöyle der:

Rab Mesih on iki öğrencisini göreve gönderdiğinde “Hastaları sağlığına kavuşturun, ölüleri diriltin, cüzzamlıları pak kılın, cinleri çıkarın. Karşılık vermeden aldınız, karşılık almadan veriniz” (Matta 10: 8).

1.5.2. Cenaze ve Ölülerin Gömülmesi

Süryanilerde ölüm ritüeli Hristiyanlığın kurallarına göre özen gösterilip yapılır. Ölen kişinin (erkek, kadın, çocuk) ölümü sırasında “fankithö” isimli cenaze merasimi kitabının dualar okunur.

Kişi öldüğünde, ilk önce din adamı daha sonra vaftiz ailesi çağrılır. Ölüm haberini alan kilise görevlileri, kilise çanını üç kez kısa aralıklarla çalmaya başlar. Ölen kişiyi doğuya doğru çevrilir ve başucuna İncil konur ve mum yakılır. Ölen kişinin kolları çapraz bir şekilde göğsünün üzerinde birleştirilir. Din görevlisi cenazenin bulunduğu yere gelir ve dualar okur tütsü yakılır. Ölen kişinin yakın akrabaları uzakta ise özellikle erkek çocuk ve kardeşleri ise onlar için cenaze bekletilir (Keşke, 2010).

Ölüm anının hemen sonrasında yapılan ölünün gömülmesine kadar geçen süre zarfında ölen kişiye bir sürü ritüel uygulanır. Bu ritüeller dinsel, geleneksel; adet ve inanmalardan oluşur ve belirli bir sıraya göre yapılır. İlk ritüel ölüyü dinsel ve geleneksel kurallar dahilinde yıkanmasıdır (Başçetinçelik, 2009).

Süryani din adamları, kâhin rütbesini almış olanlar (Papaz, Horepiskopos, Rahip, Metropolitan, Mafıryan ve Patrik) ölünün yıkanmasına, kefenlenmesine dâhil olmazlar. Daha çok Diyakoslar veya cenaze gömülme ve kefenlenme işinde tecrübesi olan cemaat üyeleri cenaze yıkama işlerini yerine getirirler. Ölü yıkama kilise veya bu amaçla yapılmış bir mekânda yapılmalıdır (Ete, 2010). Ölen kişi kadın ise saçları ölü örgüsü denilen bir şekilde örülür iki veya üç örgü yapılır ve desenli bir başörtüsü ile örtülür (Ete, 2010; Keşke, 2009).

Cenaze yıkandıktan sonra iç çamaşır giydirilir. Cinsiyetine göre uygun temiz ve beyaz elbiseler giydirilir en sonunda ise ayağına çorap giydirilerek kefenlenir ve tabuta konulur. Ayak başparmakları ip ile birbirlerine bağlanır (Özmen, 2006; Ete, 2010; Keşke, 2009).

Ölen kişinin yüzü açıkta kalacak şekilde tabuta konulup omuzlara alınır, cenaze töreni için kilisenin iç kısma veya mihrabın önüne getirilerek hazırlanan yüksekliğin üzerine yerleştirilir. Kilisede cenaze töreni bittikten sonra, başta din adamı olmak üzere cenaze alayı mezarlığa doğru yol alır. Kadınlar, tabutun taşınmasında yer almazlar (Şimşek, 2003). İlahiler işliğinde cenaze taşınıp mezarlığa götürülür. Cenazenin başı batıya dönük olmasına önem verilir. Din adamı, bir avuç toprak alıp, cenazenin üzerine haç işareti şeklinde serper ve şu sözleri söyler Rabb'in atamız Âdem'e buyurduğu gibi "Topraktansın ve tekrar toprağa döneceksin. Tekrar kıyamette yeni beden alıncaya kadar işte ya Rab, senin isteğın tamam oldu" der. (İris, 2003).

Süryani mezarlıkları genellikle manastır ve kilise bahçelerinde bulunur. Ölen çocukların cenazeleri, mezarlığın bir köşesinde hazırlanmış bir odanın içine, üstlerine toprak örtünmeden bırakılır. Bu mekâna Süryanice "Neus" denilmektedir. Süryaniler intihara teşebbüs edenler için hiçbir dini tören yapmamaktadırlar. Vaftiz olmadan ölen çocuklar için ise resmi kilise ayini yapılmamaktadır (Ete, 2010).

1.6. MARDİN VE ÇEVRESİNDEKİ SÜRYANİLERİN MABETLERİ

1.6.1. Hristiyanlıkta Mabetle İlgili Kavramlar

1.6.1.1. Kilise

TDK'a sözlüğünde Hristiyanlıkla ilgili dinî kuruluş veya Hristiyanlığın öğretilmesi, dinî işlerin yönetimi ile ilgili ilgilenen papaz ve piskoposlar topluluğu olarak ifade edilmektedir.

Kilise, Hz. İsa'ya iman eden insanların oluşturduğu topluluğa verilen isimdir (www.kutsalkitap.nl). Kilise sözcüğü, "topluluk" ya da "çağrılmış olanlar" olarak açıklanan Grekçe "ekklesia" sözcüğünden gelmektedir. Kilisenin anlamı bina değil insan topluluğudur. "onların evindeki inanlılar topluluğuna da selam söyleyin "der.

Pavlus, inanlılar topluluğundan kast edilen bina değil, inanlılardan oluşan topluluktan söz edilmektedir (Romalılar 16: 5). Kilise bir bina ya da mezhep değildir. İncil'e göre, kilise Mesih'in bedenidir; kurtuluş için İsa Mesih'e iman edenlerin hepsidir (Yuhanna 3: 16; Korintliler 12: 13).

1.6.1.2. Manastır

Manastır kelimesi, "tek, yalnız" anlamına gelmektedir. Grekçe monostan sözcüğünden türetilmiş tek başına yaşamayı seven, benimseyenlerin (monachos) yaşadığı yerleri ifade eder. Manastırlar, bir bina veya birkaç binadan oluşmuş yapılardır. Bu binalar dünyevi hayattan uzaklaşmak için toplu halde yaşamayı isteyen kişiler için düzenlenmiştir. Manastırlarda yaşayan kişiler kendilerini Tanrı için çalışıp, dua edip kendilerini tanrıya adanmaktadır (Polat, 2004). Manastırların Hristiyan cemaatinde önemli bir yere sahiptir. Orta Bizans toplumunda manastırların önemli kullanım alanlarından biri, hastaların tedavisi ve bakımındı (Küçük, 2008).

20. yüzyılda manastırlar daha çok önem kazanmıştır. Çünkü bu yapılar yok olan geleneği yaşatmaya çalışmaktadır. Mardin ve çevresindeki manastırlar il ve ilçe merkezlerinin dışında bulunmaktadır. Avrupa'da yaşayan cemaatin yaptığı bağışlarla manastırın gelir sağlanmaktadır. Manastırların meyve, sebze, asma yetiştirdikleri büyük bahçeleri vardır. Yetiştirilen ürünler manastırda yaşayan kişiler içindir, dışarıya satış yapılmaz. Mor Gabriel (Deyr El Umur) ve Deyrul Zafaran manastırlarında, yapılan törenlerde içmek için şarap üretilir.

Süryani manastırları, Süryani kültürünü yaşatmak için kale görevi görmektedir. Papazlar, rahipler ve diyakoslar manastırda eğitim alırlar. Çocuklarını okula yollayamayan Süryani aileleri çocuklarını okutmak için çocuklarını manastıra bırakırlar. Kışın eğitim gören çocukları yazın manastırdan ayrılırlar. Onların yerine Avrupa'dan, İstanbul'dan gelen misafirleri ağırlarlar. Vaftiz törenleri de manastırda yapılır (Keser, 2002).

1.6.2. Mardin'deki Kilise ve Manastırlar

Mardin, uzun yıllardır Hristiyanlığı kabul emiş ve birçok Süryani din adamının yetiştiği merkezdir. Yetiştirilen din adamları metropolit, mafiryen, patrik unvanına sahip kişiler yetiştirmiştir. Mardin Süryani patriğinin mezun ettiği başpapazların etkisi nedeniyle Hristiyan dünyasında önemli bir yer edinmiştir (Küçük, 2008).

1.6.2.1.Faal Durumdaki Manastırlar

1.6.2.1.1. Deyrul-Zafaran Manastırı

Deyrul-Zafaran manastırı, Mardin ili merkezinin 4 kilometre doğusunda, dağ yamacında, Mardin ovasına hâkim bir noktadadır. Üç kattan oluşmaktadır. Manastır 5. Yüzyıldan başlayarak farklı zamanlarda yapılan bölümlerle günümüz haline 18. yüzyıl gelmiştir. Farklı zamanlarda yapılan bölümlere rağmen tek bir zamandan inşa edilmiş gibi durmaktadır (<http://deyrulzafaran.org>).

Deyrul-Zafaran manastırı, Süryani Ortodoks cemaatine aittir. Manastırın ilk yapılış tarihi net olarak bilinmemektedir. Süryani kaynakları Deyrul-Zafaran manastırının tarihini Hz. İsa'dan önceki dönemlere kadar gittiğini göstermektedir. Farklı kaynaklara göre Mor Şeymun, roma kalesi olarak bilinen yapıyı 400 yılında manastıra çevirip, bazı azizlerin kemiklerini buraya getirmiştir. Bu nedenle ilk olarak "Mor Şeymun Manastırı" olarak bilinmektedir (Küçük, 2008). Mardin ve Kefertüth Metropolit Aziz Hananyo'nun 793 yılında başlayarak büyük bir tadilat yapmasıyla manastır, Mor Hananyo Manastırı olarak bilinir. XV. Yüzyıldan Manastır'ın etrafında yetişen Zafaran (Safran) bitkisinden dolayı manastır, "Deyrul-Zafaran (Safran Manastırı)" adıyla bilinmektedir (<http://deyrulzafaran.org>).

Deyrul-Zafaran manastırı çok kez Süryani Ortodoks patrikliğine ev sahipliği yaptığı için bölgenin en önemli manastırdan birisidir. Manastırda 80 kişiye yakın din adamı yetişmiştir. 860 yılında vefat eden ve birçok eser bırakan Dara Metropolit Yuhanna manastırda yetişen rahiplerdendir.

Manastırının en büyük özelliği Türkiye ve Suriye'de hizmet vermiş 52 metropolit ve patriğin mezarları manastırda özel yapılmış odalarda (mezarlarda) gömülü bulunmaktadır (Koluman, 2002). Manastır tarih boyunca Süryani patriklik

merkezi olmakla beraber rahip, keşiş (papaz) ve diyakosların yetiştirilme yeri, din adamlarının namaz kılma, ibadet etme ve inananların tövbe yeri haline gelmiştir. Ayrıca öksüz yoksul ve kimsesiz Süryani çocukların evi, düşkünlerin ise sığınak yeri olarak kullanılmıştır (Küçük, 2008).

Manastır, tarihi boyunca Süryani Kilisesinin dini eğitim merkezlerinden biri haline gelmiştir. Bölgeye matbaayı ilk getiren kişi manastırda patriklik yapan ve 1895 yılında vefat eden IV. Petrus'tur. 1874 yılından İngiltere'ye yaptığı ziyareti esnasında satın aldığı matbaayı 1876 yılında manastıra getirmiştir. Matbaada 1969 yılına kadar Süryanice, Arapça, Osmanlıca, Türkçe kitaplar basılmıştır. Matbaandan geriye kalan parçaların bir kısmı manastırda bir kısmı da Kırklar Kilisesi'nde sergilenmektedir (Barsavm, 2006).

Deyrul-Zafaran manastırı hala etkin bir şekilde ibadete açıktır. Manastır içinde mor Hanonyo Kilisesi, Azizler Evi (BethKadişe), Meryem Ana Kilisesi Ve Güneş Tapınaklarını içinde bulundurur (<http://deyrulzafaran.org>).

1.6.2.1.2. Mihael Manastırları (Burç Manastırı)

Süryani kadim Ortodokslara ait bir manastırdır. Manastırın diğer bir ismi ise Burç Manastırıdır. Burç denilmesinin sebebi; kilisenin temeli atılmadan önce rahiplere ait burç olup Mor Mihayel'in öğretmeni olan Aziz Mor Yusuf içinde yaşayıp inzivaya çekilmiştir. Burç günümüze kadar gelip üzerinde bir çan kilisesi vardır. Bu nedenle kiliseye burç manastırı denilmiştir (Akyüz, 1998).

Mor Mihayel Kilisesi'nin Süryani kaynaklarında M.S. 185 yılında yapıldığı belirtilmiş olup Mardin'in en eski kilisesi olduğu yazılmaktadır. VX. Yüzyılda yazılan ve Aziz Mor Mihayel ile kız kardeşi Siras'ın yaşamlarına anlatan iki tane el yazma kitaplarında kilisenin tarihi ispat etmektedir. Metropolit Hanna Dolabani öyküyü bir kitabında yazmıştır (Akyüz, 1998).

1.6.2.1.3. Mor Petrus ve Pavlus Kilisesi

Mor Petrus ve Pavlus Kilisesi, Mardin'in Gül mahallesinde bulunmaktadır (<http://mardinkulturturizm.gov.tr>). Süryani Ortodoks cemaatine aittir (Küçük, 2008). Kilise 1914 yılında patrik II. Abdullah döneminde ve Papaz Abdulmesih'in çabalarıyla ve Süryani Kadim Cemaatinin katkılarıyla inşa edilmiştir (Akyüz, 1998).

Kilisenin dış cephesi kesme taşlarla yapılmış kilise dikdörtgen planlı olup üzeri çatı ile örtülüdür. Kilisenin en büyük özelliği kök boyalarla el işinden yapılmış olan baskı perdeleridir (<http://mardinlife.com>). Kilisenin içyapısı yıldızlı tonoz olup yüksek ince ve yuvarlak kemerli sütunlar üzerinde oturtulmuştur. Bu tür stil Süryani kilisesinin V. Mimari şeklindedir. VI. Yüzyıldan itibaren bölgede kullanılmaya başlanmıştır (<http://deyrulzafaran.org>).

Kilisenin dış yapısı güzel motiflerle süslenmiş olup içi yüksek kemerli sütunlarla yapılmıştır. Mezbahın kapısı oyma nakışlarla süslüdür. 1921 yılında yapılmış iki tane Kduşkuşini (sunak) vardır. Kilisenin ana Kduşkuşini kilisenin güney cephesinde yer alır. XX. Yüzyılda yapılan diğer Kduşkuşinlerden daha farklı bir tarzda yapılmıştır. Kutsal sofra etrafı açık 4 adet sütunla çevrilmiş olup üzeri küçük bir kubbe ile örtülüdür. Kilisede tarihi nitelik taşıyan gümüş kandiller, azizlere ait tablola, kalıp basmalı resimli perdeler bulunmaktadır (Akyüz,1998; Küçük, 2008).

1.6.2.1.4. Mort Şimuni Kilisesi veya Manastırı

Mort Şimun Kilisesi, Süryani Kadim-Ortodoks kilisesidir (Akyüz, 1998). Kilise 2005 yılından restore edildikten sonra ibadete açılmıştır (Soydan ve Şarman, 2013). Kilise şehrin ortasında kalmıştır çünkü şehir merkezi surun dışında yayılınca ve surun harap olması nedeniyle kilise şehrin ortasında kalmıştır. Kilisenin yapılış tarihi bilinmemektedir. Kilise Kırklar Kilisesinin yapısına benzediği için ve sancak kemerli sütunlarla aynı olması VI. yüzyıldan kalma bir eser olduğu düşünülmektedir. Kilise, adını Tanrı'ya olan inancından vazgeçmediği için yedi çocuğuyla birlikte öldürülen ve azize ilan edilen Mort Şimuniden almıştır. M.S. 1125 yılından Mardin Metropolit Yuhanna tarafından yenilenmiştir (Küçük, 2008). Kilise yakın çağda iki defa onarım görmüştür. Kilise üç kapıdan oluşmaktadır. Kilise ek binalar ve sancak kemerli sütunlu revaklarla çevrilidir. Yapıların arasında M.S. 1796 yılında kilisenin batısında medrese olarak inşa edilen uzun bir bölüm kilise de daha önce mevcuttur. Dini eğitimin ve genel eğitim de verilmiştir (Akyüz,1998).

1.6.2.1.5. Kırklar Kilisesi (Mor Behnam ve Kız Kardeşi Saro Kilisesi)

Kırklar kilisesi, Süryani kaynakları, Süryani tarihçi Harrin R. İsa'ya dayanarak 539 (6.y.y) tarihine dayandığını belirtir (Akyüz, 1998). Süryani tarihçi, Yunan Kralı Arsus bu bölgede hüküm sürdüğü tarihlerde Mardin kalesinin onarımı yapar. 569 yılında Mardin'de yedi tane kilise inşa ettirir. Kiliselerin isimleri belirtmeden iki tane kilise Rumlara, bir kilise Keldanilere, iki kilise Ermeniler ve bir kilise ise Süryaniler için olduğu belirtilmektedir. Mor Behram ve Kız Kardeşi Saro kilisesinin bu kiliselerden biri olduğu düşünülmektedir.

Mor Behnam ve kız kardeşi Saro adına yapılan ve şu anda kırklar kilisesi olarak bilinen kilise VI. yüzyılın ortalarında ait bir yapıdır. Kilise doğu batı yönünde 12 masif sütun üzerine yapılmış kemerlerle taşınan tavan bölümü kesme taşlarla örülüdür (<http://kulturportali.gov.tr>).

Kiliseye adına veren Mor Behnam ve Kız Kardeşi Saro'nun öyküsü anlatılmaktadır Pers imparatorluğu döneminde Asur vilayetinin kralı olan Senharip'in Behnam ve Saro adında iki çocuğu vardır. Cüzzam hastası olan Saro'yu hiçbir doktor ve hiçbir hekim iyileştiremez. Behnam babasından habersiz onu Mar Martay'a götürür ve kısa bir zaman sonra Saro iyileşir. Gerçekleşen mucize karşısında Behnam ve Saro Hristiyan olurlar. Behnam olan bitenleri babasına anlatır, Hristiyanlık inancına karşı bir putperest olan babası olanları kimseye anlatmamasını tembihler ve kendi çocuklarını inançları yüzünden öldürmeye karar verir. Babasının planını öğrenen Behnam, kız kardeşini alıp Mar Martay'ın yanına sığınmak için yola koyulur ama yolda babasının askerleri onları bulur ve öldürür. Senharip yaptığına çok pişman olur ve akıl sağlığını yitirir. Karısı onu iyileştirmesi için Mar Martay'a götürür. Mucize bir kere daha tekrar eder ve Senharip iyileşir. Şükranlarını sunmak için Mar Martay'ın adına bir manastır yaptırır (Akyüz, 1998).

Kilisede kemikleri gömülü olan Kırk Şehidin öyküsü ise şöyledir; M.S. 240'ta roma imparatoru Hristiyanların dinlerinden vazgeçirilmelerini emreder. Kapadokya Valisi, inançlarını inkâr etmeyen Hristiyanları öldürmeye başlar. Kırk kişi bir araya gelir inançlarını savunurlar ve inançlarını savundukları için yedi gün boyunca işkence görürler. İmparator isyanı duyunca Kapadokya'ya gelir ve onları Sivas'a kadar sürükleyerek götürür. İnançlarını inkâr etmeleri için onları buz göletine

atar ve göletin karşısına hamam yaptırır. Kırık kişiden biri hamama kaçar ve hamamda öldürürler. Hamamda nöbet tutan Roma askerleri gökten kırk halenin göldekilere doğru geldiğini görür, bu olaydan çok etkilenir ve kendisini gölete atar. İnançlı kırık kişi donarak ölür ve kırık şehitler olarak anılır (Akyüz,1998).

Kilisede, kırık şehit ve şehit Mor Benam ile kız kardeşi Sahro'nun şehitlik macerasını belirten tarihi büyük bir tablo vardır. Eni 2 metre boyu 2 m.'dir. Tablonun yapılış tarihi tablonun sağ alt köşesinde Süryani alfabesiyle yazılıp Arapça diliyle okunan yazıtta şöyle yazılmaktadır. "Musul Patrik II. Gevargis döneminde ve Metropolit Abdullahat'ın riyasetindeki (başkanlık) günlerinde yapılmıştır." Patrik II. Gevargis M.S. 1687-1708 yılları arasında patriklik makamında görev yapmaktaydı. Metropolit Abdullahat da M.S. 1731 yılında vefat edip Kırklar Kilisesi'nin içinde mevcut olan ve metropolitlere özel mezarda defnedilmiştir (Akyüz, 1998).

1.6.3. Mardin Çevresindeki Kilise Ve Manastırlar

1.6.3.1. Faal Durumdaki Mabetler

1.6.3.1.1. Mor Gabriyel Manastırı (Deyrul-Umur)

Manastır Midyat'ın 18 km doğusunda yer alır. Süryani kadim cemaatine aittir. Hristiyan dünyasının günümüze de kullanılan en eski manastırlardan biridir. 397 yılından Bizans imparatoru Anastasios'un yolladığı bağışlarla yapılmış ve farklı tarihlerde eklemeler yapılmıştır. Ana kilisenin apsis bölümünün zemin ve tavanındaki mozaikler, doğu bölgelerindeki Bizans sanatının günümüze ulaşmış en güzel örneğidir. Thedora kubbesi olarak bilenen kısım, manastırı ziyaret eden I. Justinianus'un eşi Thedora'nın katkısı ve bağışıyla, sekizgen biçiminde yapılmıştır. V. Yüzyılın ilk yarısına tarihlenen kubbenin vaftizhane için yapıldığı düşünülür. Ana kilise haricinde Kutsal Bakire'ye, Kırk Şehitler'e ve manastırın kurucusu Mar Simeon'a adanmış üç kilise daha bulunmaktadır. Mar Simeon kilisesinde Mısırlı keşişlerin mezarı olarak bilinen sekizgen anıt mezar ve üç mezar odası bulunmaktadır (Aydın, 1971).

Manastır, 397 yılında Savurlu Mor Şmuel ve Mor Şemun tarafından kurulmuştur. Deyr-El Umur denilmesi ise, Umro-Omer anlamına gelen Süryanice de, sakinlerin barınma yeri demektedir (Dolapönü, 1971). Manastır'ın V. ve VI.

yüzyıldan kalan yapı Bizans dönemine ait mozaikleri, kubbeleri, çan kuleleri, terasları, kapıları, kesme taşlarından yapılan kapı ve süsleriyle Süryani Kilisesinin en önemli dini merkezlerinden biridir. Kilise tarafından “İkinci Kudüs” olarak ilan edilmiştir. Manastır Yunanistan’daki Athos Dağı’nda Kurulu herhangi bir manastırdan en az 400 yıl daha eskidir. Manastırın kuruluşu, Filistin’deki Mor Saba Manastırından yaklaşık 80 yıl; Mısır, Sinai bölgesindeki Mort Katherina Manastırından da bir buçuk asır önce yapılmıştır. Dolayısıyla dünyanın en eski ve faal Hristiyan manastırlarından biri olma özelliğini taşır (<http://morgabriel.org>).

Manastır, tarihsel süreci boyunca sürekli isim değiştirmiştir. İlk dönemlerinde, kurucularının anısına Mor Şmuel ve Mor Şemun manastırı olarak tanınmıştır. “Rahiplerin Meskeni” anlamına gelen ve Süryanice’de “DayroD’umro” isminden türetilen Deyr-El Umur veya Türkçeye geçiş hali ise Deyrulumur adıyla bilinmektedir. Ayrıca Kartmin (bugünkü Yayvan tepe) Köyü’ne olan yakınlığı nedeniyle Kartmin manastırı olarak da bilinmektedir.

Mor Gabriel VII. Yüzyılda yaşamış ve dört tane ölüyü dirilttiği birçok mucize gerçekleştiren, azizlik mertebesine yükselen, manastırın gelişmesinde büyük katkısı olan Tur Abidin Metropoliti Mor Gabriel (634-668) isminden gelmektedir (<http://morgabriel.org>).

Manastırda eğitim ve öğretim faaliyetleri de görülmektedir. Manastırda bulunan okul dört bölümden oluşmaktadır. Okul, ilk, orta ve liseye eşit bir de kolejden oluşmaktadır. Bu bölümler haricinde bir de teoloji bölümü vardır. Tur Abidin kanununda on yaşını bitiren erkek çocuk ilköğretimini manastır okulunun birinci bölümünde eğitim alması zorunlu kılınmıştır (Dolapönü, 1971). Öğrenci, ruhaniliğine yönelmek isterse orta ve lise bölümlerini bitirmesi, başpapazlık ve kolej öğretmenliği yapabilmek için ise Teoloji bölümünü bitirmesi gerekmektedir (Küçük, 2008).

Süryani geleneğinde azizlerin naaş vemerkadleri (mezarları) buldukları yerlerin maneviliğini ve kutsallığını arttırmaktadır. Mor Gabriel (Deyrul Umur) manastırı bu maneviliğe kutsallığa ev sahipliği yapmaktadır. Birçok azizin mezarı ve kemikleri burada bulunmaktadır. Mar Filiksinos, arkadaşı EpiskoposStriyos’a yazdığı mesajında “melekler tarafından temeli atılmış Deyr-el Umur Manastırını yedi

defa imanla ziyaret eden Kudüs'ü şerifi ziyaret etmiş farizasını (Tanrının buyruğunu) yerine getirmiş sayılır” demektedir (Dolapönü, 1971).

1.6.3.1.2. Mor Yakup Manastırı

Manastır M.S. 419'da Aziz (Mor) Yakup adına yapılmıştır. Mor Yakup M.S. 330 yılında Mısır'da doğmuş ve İskenderiye'de rahip oluşmuştur. Mısır'da deniz yoluyla Tarsus'a daha sonra oradan da Diyarbakır'a gelir. Tur Abidin bölgesindeki Şiluh (Salih) köyüne yerleşir. Hayatı boyunca hastalara şifa vermek, sakat ve topal insanları iyileştirmek, bir haftalık bebeği konuşturmak gibi mucizeleri vardır. Mor Yakub mucizeler gerçekleştirmesi azizlik mertebesine ulaşmasını sağlamıştır (<http://kulturportali.gov.tr>).

Manastırın bulunduğu yerde Pers döneminden kalma mabet olduğu belirtilmektedir. M.S. 4. Yüzyılın sonlarında Pers komutanı mabede tanrılar sunmak için gelir. Mabette Mor Bar Şabo ve 11 öğrencisini şehit eder. Mor Yakub ise buraya yerleşir ve hastalara şifa dağıtır. Mor Yakub M.S. 421 tarihinde ölür. Öğrencisi mor Daniel burada tek başına kalır ve yaşamaya devam eder. Zamanla manastıra bir sürü rahip yerleşir ve manastırı olduğundan daha büyük inşa etmeye çalışırlar. V. yüzyılın sonlarında mor Daniel ölür ve VI. Yüzyılın başlarında, 508-510 yıllarında mor Yakub adına büyük bir kilise yapımı başlar. Manastır yapımına Baş Rahip Teofil başkanlığında yapılır. VII. Yüzyılın başlarına kadar manastır ayakta kalır.

Mezbah kapısının üstündeki kitabede manastıra bağış yapanların ve yaptıkları bağışların listeleri bulunmaktadır. Kitabelerde 770-1364 yılları arasında bu manastırda ölen rahip, keşiş, patriklerin ve diğer din adamlarının isimleri bulunmaktadır.

Mor Yakub manastırı 8. Yüzyılda Metropolitlik merkezi, 1364-1839 yılları arasında da Tur Abidin bölgesi için Patriklik makamı olmuştur. 1965 yılından rahip Yakup Tekin Episkopos Mor Iyawennis Efrem bilgiç tarafından manastıra atanır. Bugün manastır da 3 rahip 2 rahibe hizmet vermektedir (<http://suryaniler.com>).

1.6.3.1.3. Meryem Ana Manastırı (Hah-Anıtlı Köyü)

Anıtlı köyün güneyinde yer alan bu kilise günümüzde eşine az rastlanan kilise örneklerinden biridir. Kilise Süryanice'de “YoldathAloha” Arapça da ise “El Hadra”

(bakire) olarak bilinir. Kilisenin planı kare şeklindedir. Merkezi kubbesiyle Mardin’de bulunan Deyrul-Zafaran Manastırının büyük kilisesi ile karşılaştırabilir. Her iki kilise de VI. yüzyıllardan kalma olduğu tahmin edilmektedir. Kubbenin dıştan yapısı çan kulesi XX. Yüzyılda eklenmiştir (<http://mider.net>).

Bir rivayete göre, 2005 yıl önce Hz. İsa’nın doğacağını önceden öğrenen ve doğudan gelen on iki kral Tur Abidin bölgesindeki Hah şehrinde (Anıtlı) çadırlarını kurarlar. Aralarından seçtikleri üç kralı, doğuda görmüş oldukları yıldızın rehberliğinde, Yahudilerin kralı olarak doğacak çocuğa hediyelerini sunmak ve O’na tapınmak üzere yola çıkarlar. Üç kral Beytlehem’e, Hz. İsa’nın doğduğu yere gelirler ve ona getirdikleri hediyeleri sunarlar. Krallara hediye edilen örüntüyü alıp geride kalan dokuz kralın yanına Hah’a dönerler. Krallara verilen örtüyü, her kralda bir parça kalsın diye on iki parçaya bölmeye çalışırlar ama parçalama işlemi sonuçsuz kalır. Parçalamak yerine örtüyü yakıp küllerini aralarında pay etmeye karar verirler. Örtüyü ateşe attıktan sonra üzerine her bir kralın resmi ve ismi kazınmış on iki altın belirir. Gerçekleşen bu mucize üzerine, Hz. Meryem’in anısına, sonsuza dek ayakta kalacak bir anıt inşa etmeye karar verirler ve Meryem Ana Manastırı’nın temellerini atmaya başlarlar(suryaniler.com). Rivayete göre mucizenin gerçekleştiği Hah göletinin yanı başında olan tarla, Süryaniler arasında parpusso (paramparça) olarak anılır (Küçük, 2008).

1.7. SÜRYANİLERİN METROPOLİT MERKEZİ TURABİNDİN BÖLGESİ

Turabidin cümlesinin nereden çoğaldığı ve ne anlama geldiği konusunda farklı görüşler vardır. Bu görüşler şu şekilde açıklayabiliriz:

Turabidin Bölgesi, ‘Tur’ (dağ) ve ‘Abidin’ (kul, köle, hizmetkâr) kelimelerinden dolayı, ‘hizmetkârlar dağı’, ‘kullar dağı’, ‘köleler dağı’ ve ‘esirler dağı’ anlamını taşımaktadır (Hollerweger, 1999).

Akyüz’e göre (1998), bölgeye köleler dağı denilmesinin nedeni ise Aziz Yuhanna’nın hayatından çevirdiği öyküde şöyle anlatılır: “ Persler bölgeyi işgal ettiklerinde Romalıları Dara, Nusaybin ve civar yerlerden kovdular. Tur Abidin bölgesi Hristiyanlarının bir kısmı Romalılarla beraber Fırat’ın batısına Rumaneye denilen bir şehirde barındılar. Bir süre sonra, İmparator Jüstinyen döneminde Romalılar Persler ’den intikamlarını alarak Asur, Ninve (Musul), Beth- Nuhadre (Zaho ve Duhok), Beth- Garmay (Erbil), Beth-Sluğ (Kerkük) gibi yerleri istila ederek, o bölgenin putperest insanlarından büyük bir bölümünü esir aldılar. Onları İzlo (Nusaybin ve Midyat Arasındaki Dağlık Bölge), Arzun (Siirt’in Kuzeybatısı, Fenik (Botan Bölgesi), Savur Kalesi ve Mardin dağları arasına yerleştirdiler. Bölgeye yerleştirilen putperest esirler yüzünden Tur Abidin “Esirler Dağı”ndan gelmektedir. Klasik çağlardaki Strabon ve Ptolemeus’un coğrafyasında ‘MonsMasius Dağı’ Teofilakt’a göre “İzala Dağı”, Süryani literatüründe ise “BethGewgel ve İzlo Dağı Turabidin (Esirler-Kullar) dağı adını almıştır (<http://mardin.pol.tr>).

Dini ve coğrafi merkez olarak bilinen Tur Abidin bölgesinin sınırları tam olarak bilinmemektedir. Çeşitli kaynaklarda şu şekilde sınırlar belirlenmiştir;

- Midyat merkez olarak alındığında Kuzeyde Hasankeyf, Kuzeydoğuda Siirt, Doğuda Cizre, Güneyde Nusaybin, Batıda Mardin ve Kuzeybatıda Savur olarak sınırlar belirlenmiştir. Coğrafi olarak Midyat, Hasankeyf, İdil, Savur, Ömerli ve Nusaybin’in büyük bir bölümü, kültürel olarak ise Midyat, Gercüş ve Dargeçit ilçelerini içine almaktadır (Keser, 2002).
- Bazı kaynaklarda ise Mardin’in Tur Abidin bölgesi içinde yer almadığı yazılır (Akyüz,1998). Coğrafi bir konum olan bölgenin kesin sınırlarını çizmek çok zor olduğundan kaynaklı Mardin’in bu sınırların dışında kaldığı belirtilmektedir (Özmen, 2006).

- Ne Mardin ne Batman ne de İzla Dağı Tur Abidin'e dâhildir. İslamiyet'ten önce, Mezopotamya'nın bir kısmı Romalılara bir kısmı persler imparatorluklarına aitti. Bu iki imparatorluğun mülklerini koruyan yöneticiler mevcuttu. Şenyurt ve arka kısmında bulunan Fırat nehrine kadar uzanan topraklar Romalıların; Nusaybin ve arka kısmında bulunan Dicle nehrine kadar uzanan bölge perslere aitti. Sincan dağına uzanan Mardin ve Dara ovasıyla çöl Perslerin, Mardin ve Daranın bulunduğu dağlar ve Tur Abidin Romalılara aitti. İki halkın arasındaki sınır ise Dara ve Nusaybin arasındaki Sarja kalesi olarak belirlenmişti (Palmer, 1990).

Tur Abidin adlandırılması halen Süryaniler tarafından kullanılmaktadır. Kürtler ise bölgeye 'tor' bölgede yaşayan halka ise 'tori' demektedir (Ete, 2010).

Süryani dinsel hayatında önemli yere sahip olan monastisizm (manastır sistemi) ilk yeri olmasından dolayı Süryaniler için kutsal sayılan Tur Abidin, büyük nüfus değişikliklerine uğramasına rağmen, günümüzde Türkiye'de en çok Süryani nüfusunu barındıran bölge durumundadır. Ayrıca Süryaniler için önemli olan manastır ve kiliseler Tur Abidin bölgesinde bulunmaktadır (Ete, 2010; Özmen, 2006).

2. MOTİVASYON KAVRAMI

Literatürde motivasyon konusunda, fazla çalışma bulunmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın temel çerçevesini teşkil eden motivasyon kavramı ve motivasyon teorileri de alan yazındaki söz konusu çalışmalardan hareketle ele alınmış ve irdelenmiştir. Motivasyon kavramının kökenine bakıldığında Latince’de “hareket ettirme, hareketlendirme” anlamını taşıyan “movere” kelimesinden türetilmiştir (Poter, Bigley ve Steers, 2003; Yılmaz, 2016; Aslantürk, 2014). Türkçe karşılığı ise saik, güdü veya harekete geçirici olarak tanımlanabilir. Motivasyon, harekete geçirici, harekete devamlılık sağlama ve olumlu yönde yöneltmesi şeklinde ifade edilir. “Motive” kavramından türetilmiş olan güdüleme ise, bir veya birden fazla bireyi, belirli bir amaca doğru devamlı şekilde harekete geçirmek için yapılan çabaların bütünü olarak ifade edilebilir (Eren, 2016; Altunay, 2015). Motivasyon “bireylerin belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere kendi arzu ve istekleri ile davranmaları ve çaba göstermeleri” şeklinde açıklamak mümkündür (Koçel, 2015).

- Başka bir ifadeyle motivasyon, insanı harekete geçirmeyi sağlayan, yönlerini belirleyen, inançları, düşünceleri, arzuları, ihtiyaç ve korkuları olarak ifade edilmektedir. Yapılan tanımlara bakıldığında motivasyonun üç önemli özelliği aşağıdaki gibi sıralanabilir (Tutar, Yılmaz ve Erdönmez, 2006).
- Bireyin bir eylemde bulunmasına yardımcı olma,
- Eylemi manipüle etme (yönlendirme), sürdürme,
- Eylemi yapmaktan kaynaklı mutluluk duyma olarak art arda sıralanabilir.

Yapılan açıklamalarda motivasyonu yaygın olarak ifade edebilecek üç ortak özellik bulunmaktadır. Bunlar; insan davranışlarını yönlendiren ve bu davranışı belirleyen bir enerjinin olduğu, insanı belirli bir yönde davranmaya ve bu davranışın neye yöneldiği, ne tür yollarla yaptığı, son olarak bu davranışın nasıl sürdürüldüğü, nasıl yaşatıldığıdır (Porter vd., 2003; Kılıç ve Keklik, 2012; Çakıcı, 2014).

Motivasyon, dürtüler, ihtiyaçlar arzu ve istekler gibi birçok olguyu içinde barınmasını sağlamak için kullanılan evrensel bir kavramdır (Yılmaz, 2016).

Dürtüler, insanın fizyolojik özelliğinden kaynaklı en temel ihtiyacı olarak bölümlere ayırabilir. Bu fizyolojik özellikler susuzluk, açlık, barın vs. olarak sıralanabilir. Başarı, kişinin kendini kanıtlamaya çalışması bir üst seviyeye çıkmaya çalışması daha yüksek dürtüler ise ihtiyaçları meydana getirir. Motivasyon sürecini anlamada ve açıklamada dürtüler, ihtiyaçlar ve gelişen olay ve hareket dizisi boyunca etki eden faktör uyarıcılar arasındaki bağ ve bu bağların anlamları önem teşkil etmektedir (Yılmaz, 2016).

Motivasyon “hedefe yöneltilen gönüllü eylemlerin uyarılma, yön ve sürekliliğine neden olan psikolojik süreçler” olarak tanımlanmıştır. Bireyler davranışlarını, ilk gerginlik veya uyarılma hakkında ortaya çıkaran itici güçleri (ihtiyaçları) karşılayacak olan nesnelere edinilmesine doğru yönlendirir. (Wilson ve Madsen, 2008). Bu bağlamda motivasyon, bireyi harekete geçiren faktörlerin kendisinin içsel olduğunu arkasında yatan neden olarak değerlendirilmektedir. Bireyi harekete geçiren itici güç (iç enerji) olarak açıklanabilir. Motivasyon, bireyin amaçlarını arayan kişinin yoğunluğunu, yönünü ve kalıcılığını tanımlayan içsel bir süreçtir (Pinto, 2011).

Yapılan tanımlamalar göz önünde bulundurulduğunda motivasyon psikolojik, zihinsel, davranışsal kapsamı olan ve sosyal alanlardaki yığılmaları içinde barındıran karmaşık bir kavram olarak nitelendirilebilir. Bir yandan bireylerin en sıradan günlük ihtiyaçlarını baz alırken, diğer yandan ise bireyi bilinçli olarak, amaçlanan işlerde bulunmaya manipülasyona iten dürtüler grubu olarak açıklanabilir (Yılmaz,2016).

2.1. MOTİVASYONUN ÖNEMİ

Kişilerin birbirlerinde farklı ikna ve güdüleme metotları kullanması eski dönemlere dayanmaktadır. Eski dönemlerden beri ön plana çıkmak isteyen, yönetmeye çalışan, lider olmak isteyip de aday olan bireyler başta olmak üzere, toplumun bireyleri farklı öğeler çerçevesinde motivasyon kavramına değinilmiştir (Karacelil, 2013).

Bireyi harekete geçiren ve bireyin hangi yöne yönelmesi gerektiğini belirleyen özellikler düşününce, inanç, arzu, ihtiyaç ve korku gibi özelliklerdir. Bu nedenle beşeri faaliyetler (davranışlar), kişinin inancını, arzusunu, ihtiyaçlarını ve korkularına

göre şekillenmektedir. İfade edilen güç ve kuvvetler bütünü, bireyin psikolojik çabalarını bir amaca ulaşmak üzere organize eder, kişinin beşeri faaliyetlerinde devamlılık ve dinamiklik kazandırır (Karaceli,2013; Eren, 2016).

Motivasyon, fizyolojik özelliklerin eksik olma durumu, dürtüleri harekete geçirmede, davranışların izleyeceği yolu göstermek için kullanılan bir yöntemdir. Motivasyon birbirine bağlı üç öğeden oluşmuştur.

- a) İhtiyaçlar, fizyolojik dengesiz olma durumlarında ortaya çıkar. Örneğin, bireyin sürekli başarıma isteği duyma en güzel örneklerden biridir (Gün, 2008).
- b) Güdü (motive), bir davranışın başlamasına neden olan ve bu davranışın yönünü ayrıca sürekliliğini belirleyen içsel (bireye ait) bir hareket olarak açıklanmaktadır. Güdüler, öğrenilmemiş (kalıtsal) ya da öğrenilmiş (edinilmiş) olabilirler (Aydın, 2003). Güdüler, ihtiyaçları ortaya çıkarır. Fiziksel dürtülerdeki eksiklik kolaylıkla açıklanabilir. Fizyolojik dürtüler hareket odaklıdır. Bireydeki enerjiyi harekete geçirmek için itme gücüne sahiptir. Yiyecek ve içecek gibi fizyolojik ihtiyaçları açlık ve susuzluk güdülerine dönüşmektedir. Sosyal ihtiyaçlar için harekete geçiricidir.
- c) İsteklerin, elde edilmesi fizyolojik dengenin düzelmesine, güdülerini harekete geçirmede önemli bir olgudur. Bir şeyler yemek veya içmek, arkadaşlık kurma vs. bu dengeyi düzenlemesine yardımcı olmaktadır (Gün, 2008).

2.2. MOTİVASYON TEORİLERİ

Motivasyon alanında yapılan incelemeler, barınma, beslenme, sosyal ilişki ve güvenlik vs. kişinin çeşitli ihtiyaçları üzerinde yoğunlaşmaktadır. Yapılan incelemeler, doyurulmamış bir ihtiyacın kişiye verdiği gergin olma durumu motivasyona yol açtığına göstergesidir. Daha sonraki incelemeler, dikkati “istek” üzerine derlemektedir.

Motivasyon, çoğunlukla bir hedefe yönelmiş olan davranışlarla ilgili bir süreçtir. Yani kişinin bir hedefe yönelmiş olması ya da harekete geçirilmesi anlamını taşımaktadır. Her bireyin aralıksız olarak doyuma ulaştırmaya çalıştığı birtakım

ihtiyaçları bulunmaktadır. Bireyde bu gereksinimlerin ortaya çıkmasıyla motivasyon sürecinin adımlarını atmaktadır. Kişi bu ihtiyaçları ortadan kaldırmak için belirli bir davranışta yer alacaktır. Bu davranış ihtiyacı giderecek bir amaç veya istek yönünde olacaktır (Şahin, 2004; Dibeci, 2014).

Motivasyon (güdülenme) sırasında istekleri, arzu ve talepleri, ihtiyaç ve gereksinimleri, dürtüleri içine alan genel bir kavramdır (Dibeci, 2014; Cüceloğlu, 2006). Kişileri harekete geçiren itici bir güçtür. İtici güç, itici güç doyurulmamış gereksinimler sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bazı insan davranışları motivasyon olmadan gerçekleşmektedir ve tüm bilinçli devinme (hareket) motivasyonla oluşmaktadır. Bununla birlikte ihtiyaçlar, istek ve arzular ortaya koyan davranışları arkasından yatan sebepleri art arda sayabiliriz. Bazı durumlarda bu terimler fizyolojik gereklilikleri (yemek, su vs.) ve öbür tarafta insanların onlar olmadan da yaşayabildikleri durumları (güç ve başarı gibi) anlatmaktadır. Başka bir ifade ile; motivasyon, kişilerin davranışlarına yön vermek psikoloji\biyolojik gereksinim ve istekler olarak açıklanmaktadır (Dibeci, 2014).

Motivasyon teorilerinin tarihçesinin 1900'lü yıllarda Taylor tarafından isteklendirici ücret sisteminin kullanımı ile başladığı kabul edilmektedir. Taylor, insanların yaygın bir şekilde ekonomik faktörlerle güdülendiklerini ortaya koymaktadır. Taylor'un önderliğini yaptığı bilimsel yöntem anlayışına göre insanların istenen işi tam anlamıyla yapabilmeleri için güdülenmeleri, ücret artışıyla sağlanmaktadır. İlk motivasyon teorisinin hemen ardından motivasyon konusunda çeşitli teori ve modeller geliştirilmiştir (Dibeci, 2014).

Kimi teoriler, bireyin gereksinimlerinin anlatımı olan güdülere, dolaylı bir biçimde kişinin içinde bulunan etkenlere ağırlık verirken, bazıları ise özendirmelere yani bireyin dışında olan, bireye dışarıdan verilen etkenlere ağırlık vermektedir. Alan yazında, ihtiyaçlar hiyerarşisi, çift faktör teorisi, başarı teorisi, ERG (Existence-varoluşu, relatedness-aidiyet, growth gelişme) teorisi, eşitlik teorisi, beklenti teorisi ve bireysel amaçlar teorisi sık sık kullanılan motivasyon teorileridir.

2.2.1. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi

Maslow, 1954 yılında içerisinde ihtiyaçlar hiyerarşisinin yer aldığı "Motivasyon ve Kişilik" adlı kitabını yayınladığından beri psikoloji, eğitim, işletme ve diğer sosyal bilimciler tarafından özen gösterilmiştir. Maslow'a göre insanların yaratılıştan beri gelen bazı ihtiyaçları vardır. Bu ihtiyaçlar belirli bir sıralamaya göre hiyerarşik bir şekilde kendini göstermektedir (Göller, 2015).

"İnsanları belli bir davranışa yön veren temel faktör onun ihtiyaçları olduğuna göre, bu ihtiyaçları belirli bir duruma getirmek ve ortadan kaldıracabilecek çeşitli örgütsel araçları saptamak gerekir. İşte Abraham Maslow, insan ihtiyaçlarının önem sırasına göre bir hiyerarşi (basamak) içine koymaya ve bunları giderecek örgütsel araçları belirlemeye çalışır" (Can, Kavuncu ve Yıldırım, 2016).

Maslow birçok bilim adamı aracılığıyla motivasyon teorilerinin en önemlisi olarak kabul edilen ihtiyaçlar hiyerarşi teorisini gelişmesini sağlamaktadır. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşi teorisi yedi aşamadan oluşmaktadır ve en alt derecede bulunan etkenleri gerçekleştiremeyen kişinin bir üst derecedeki etkenlere geçemeyeceğini öne sürmektedir (Karakuzu, 2013).

Şekil 1 : Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi



Fizyolojik Gereksinimler; "Fizyolojik ihtiyaçlar, güdülenmenin başladığı yerdir ve fizyolojik dürtüler niteliğindedir" (Çetinkanat, 2000). Yemek, su, cinsellik,

barınma vs. insani gereksinimlerdir. Fizyolojik gereksinimlerin ortak özellikleri mevcuttur ve bu özellikler şöyledir:

- Fizyolojik gereksinimlerin birbirinden bağıntılı olarak bağlantısız olmaları,
- Refah seviyesi gelişmiş ülkelerde bu ihtiyaçların motive ediciliği düşüktür,
- Bu ihtiyaçların sürekli olarak karşılanması gerekmektedir (Çakıcı, 2014).

Güvenlik Gereksinimleri; güvenli bir fiziksel ve duygusal çevre ve başka bir değiş ile tehditlerden uzak bir hayatlarını sürdürme arzusudur (Göller, 2015; Dibeci, 2014). “Bireylerin fizyolojik ihtiyaçlarının karşılanması sonrasında, korunma korkularının giderilmesi ve kaydı\kaostan uzak durmak için gerekli olan kurallar ve yasaları ifade etmektedir.” (Çakıcı, 2014).

Sosyal Gereksinimler; bireyin ait olmak, topluca bulunduğu kişiler aracılığıyla kabul görme istediği ve sosyal ihtiyaçlar içerisinde sevmek, sevilme, arkadaş edinme ile ilgilidir (Mahmutoğulları, 2015; Çakıcı, 2014; Dibeci,2014).

Saygınlık Gereksinimleri; Olumlu bir imge oluşturma, ilgi toplamak, başkaları tarafından tanınma, beğenilmek, değerlendirilmek ve takdir edilme gibi gereksinimlerdir (Dibeci, 2014). Kendine güven duymak, rekabetçilik ve özgür olmak bu alanda değerlendirilmektedir. Saygınlık ihtiyaçları, bir alt derecedeki ihtiyaçların sürekli doyurulmasıyla daha yüksek bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır. Saygı ve takdir görme ihtiyacı iki bölüme ayrılmaktadır. Birincisi; başarılı olmak, zorluklara göğüs germek, çeliştiği işletmede faydalı iş yapabilmek, toplumdaki insanların saygı ve güven duymasına ait ihtiyaçlardır. İkincisi ise bilgi, maharet, takdir görme isteği gibi başkaları tarafından saygınlık görme gereksinimleridir (Çakıcı, 2014).

Kendini Gerçekleştirme Gereksinimleri; bireyin gizil yeteneklerini anlaması, yaratıcı olabilmek için kendini aralıksız bir gelişmeye bağımlı tutması ile ilgili ihtiyaçlardır (Mahmutoğulları, 2015; Dibeci, 2014).

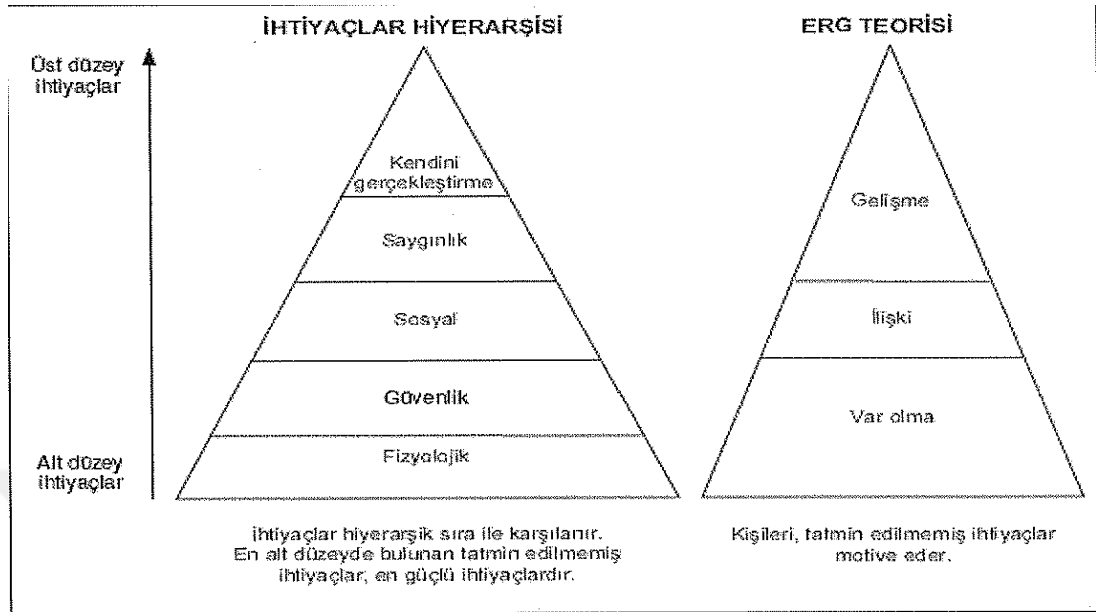
Bilme ve Anlama Gereksinimi; bu gereksinim insana anlam katma gereksinimiyle bağlantılandırılabilir. Bireyin çevresinde olan biten her şeyi bilmek ister. Bu bilme isteği de merak duygusunu oluşturur. Ayrıca merak bu gereksinimde temel hareket noktasıdır (Erçoşkun ve Nalçacı 2005).

Estetik ve Entelektüel Eriş Gereksinimi; insanlar güzel olan her şeyi sever, temel gereksinimlerinden sonra güzelliğe değer vermeye başlar. Birey anlama ihtiyacı ve araştırma ihtiyacı duymaktadır. Objeye ve olgulardan zevk alma gereksinimi duymak ister. Birey kendisini ve çevresini anlamaya çalıştıkça, soyut özellikte olan estetik alanlara yönelmeye başlar ve yaratıcılığı hızlı bir şekilde gelişir (Ulusoy, 2004; Erçoşkun ve Nalçacı 2005).

2.2.2. Clayton Alderfer'in Existence, Relatedness, Growth (Varoluş, İlişki Kurma, Gelişme) Teorisi

Clayton Alderfer (1972), Maslow'un gereksinimlerini farklı bir şekilde anlatmaktadır. Maslow'un modeli özel olarak çalışma yaşamı için geliştirilmemiş, Alderfer teorisinde örgütlerdeki insan gereksinimlerine yönelmiş olan adaptasyon süreci uygulanmıştır (Poter vd., 2003). Clayton Alderfer de Maslow gibi bireylerin gereksinimlerini hiyerarşik bir düzene koymuştur. Alderfer bu teorileri Maslow'un teorilerini yalınlaştırarak açıklamayı hedeflemiştir. Her iki teori arasından benzerlikler oluşmakta, ERG teorisinde hiyerarşik bir yapılanmadan daha çok gereksinimlerin sırasının kişiden kişiye farklı olabileceği ileride olması gerekeni göstermek ve önceden kararlaştırmaktır (Çakıcı, 2014). Bu teoride ihtiyaçları varoluş (Existence), ilişki kurma (Relatedness) ve gelişme (Growth) gereksinimleri olarak üç öbek olarak açıklamaya çalışmaktadır (Dibeci, 2014).

Şekil 2 :Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi İle Erg Teorilerinin Karşılaştırılması (Aslantürk, 2014).



Varoluş Gereksinim (Existence); insanın var olmasını sürdürmesini, varoluşunu devamlı hale getirmesini sağlamak için madde ile ilgili olan özelliğe sahip fizyolojik ve güvenlik gereksinimlerini içermektedir (Mullins, 2002 Akt., Dibeci, 2014). Varoluş gereksinimi, insanın var olmasıyla ilgili olan ve Maslow'un teorisindeki ilk iki bölümde yer alan fizyolojik ve güvenlik gereksinimlerini karşılamaktadır (Poter vd., 2003). Fiziksel olarak istenilen nitelikleri taşıyan ve bütün maddeler ile ilgili fizyolojik gereksinimleri anlatmaktadır (Mahmutoğulları, 2015).

İlişki Gereksinimi (Relatedness); farklı bireylerle tatmin edici karşılıklı bağ kurma gereksinimidir. Duyguların ve düşüncelerin karşılıklı paylaşma bölüşme içinde bulunduğu durum tatmin olunmasını içermektedir (Mahmutoğulları, 2015). Maslow'un teorisinde yer alan sevgi ve ait olma gereksinimiyle farklı kişilerden gelen geri dönüşümler iletileri içine alan saygı gereksinimine karşılık vermektedir. Alderfer, ilişki kurma gereksinimini eleştirisiz içtenlikten daha çok açık, doğru ve dürüst birbirini karşılıklı olarak etkileyerek tatmin edilmek olarak vurgulanmıştır (Johns ve Saks, 2001).

Gelişme Gereksinim (Growth); kişinin kendisiyle ilgili kendini geliştirme, kişinin bir şeyi anlama, yapabilme yeterliliğine sahip olma ve o gücü kendinde bulma gereksinimidir (Altunay, 2015). İnsana değin (beşeri) gizilini (potansiyelini)

geliştirme, kapasitesini, kimliğini artırma kişisel gelişme gereksinimlerine yardımcı olmaya ilişkindir (Karakuzu, 2013; Mahmutoğulları, 2015).

2.2.3. Frederick Herzberg'in Çift Faktör Teorisi

Motivasyon çok karmaşık bir terim olmasından dolayı, bütün yönleriyle motivasyonu inceleyen tek bir kuram bulunmamaktadır (Ataman, 2009). Frederick Herzberg'in yaptığı çalışmalar içerisinde motivasyon konusu ele alınmıştır. Güdülenme konusunda yaptığı çalışmalarla konu ile ilgili önemli katkı sağlamıştır. Yönetim alanında yoğunlaşmış dikkatleri üzerine alan "çift faktör kavramı" olarak bilinen motivasyon teorisini oluşturmaktadır. Herzberg'in yapmış olduğu çalışmalar sonucu, insan davranışlarını tutumlarını belirli bir duruma getiren iki temel etkenin var oluşunu saptamaktadır (Çakıcı, 2014).

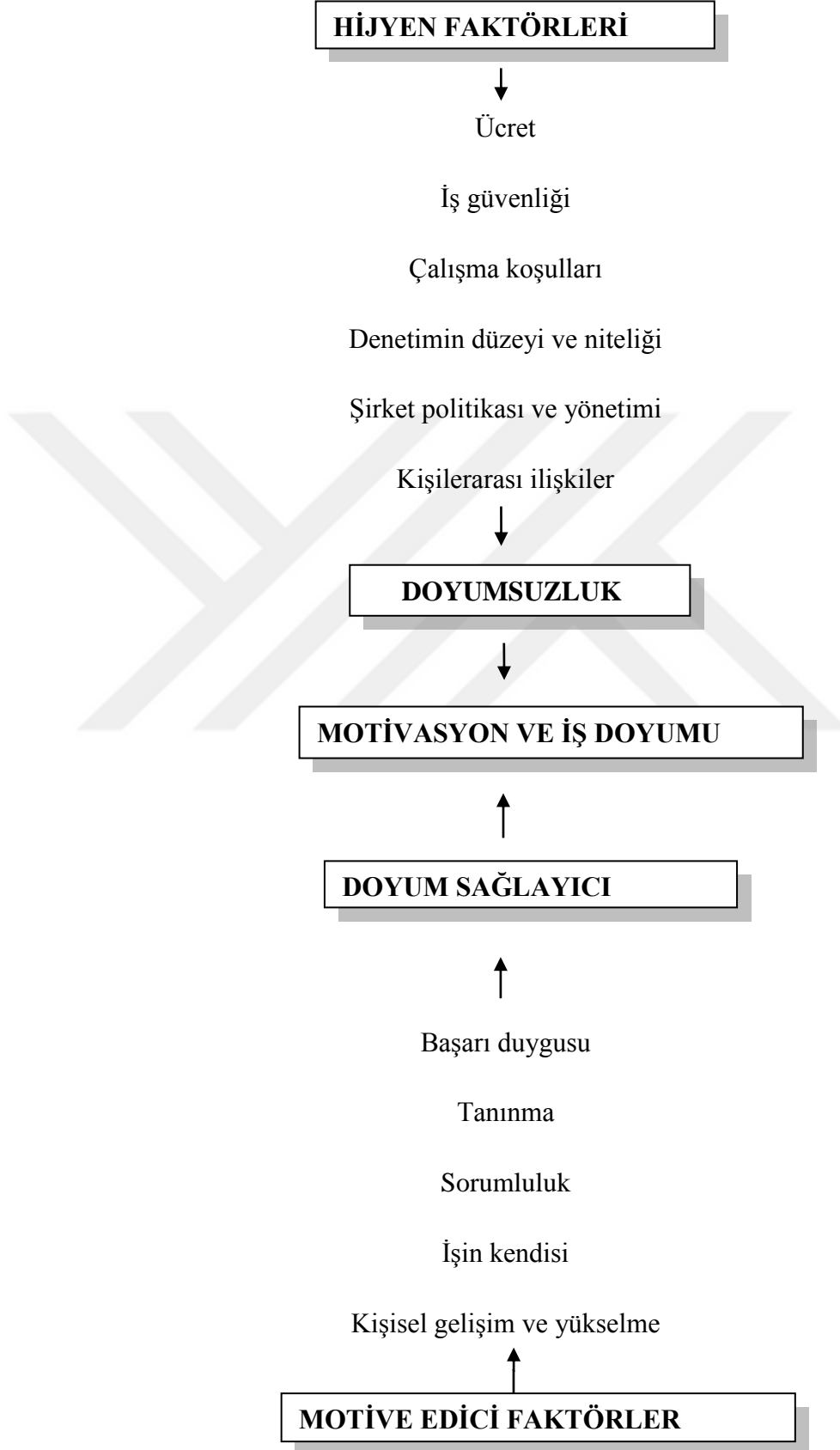
Çift etkenli motivasyon kuramı kurucusu olan, 1923-2000 yıllarında işletme yönetiminde etkili isimlerden bir psikologdur. Çift etmenli kuram ya da motivasyon kuramı Herzberg aracılığıyla '*İnsanlar işinden ne ister?*' sorusuna yanıt ararken ortaya atılmıştır (Güzel, 2010). Frederic Herzberg çift etmen kuramını 1950'li yıllarının sonlarında ve 1960'ların başlarına doğru geliştirmiştir. Herzberg ve arkadaşları, Pittsburgh'da bulunan aşağı yukarı 200 mühendis ve muhasebeciden oluşan bir grupta söyleşerek, bu gruptan iş yerinde kendilerini özel olarak tatmin ve motive olmuş hissettikleri ve aksi durumda hissettikleri durumları hatırlamalarını gerekli görmüştür. İleri zamandan katılacak olan katılımcılardan hissettikleri iyi ve kötü hislerin neler olduğunu anlaşılır duruma getirmelerini istemiştir. Alınan yanıtlar kayıt altına alınmış ve içerik çözümlemesine, (içerik analizinde kelimeler, ifadeler ve bu ifadeler tarafından kullanılan cümleler analize edildi ve kategori sırasına göre ayrıldı) bağlı tutulmaktadır. Sonuç olarak, çalışanların iş tatmini ve tatminsizliğiyle ilişkisi bulunan verdikleri yanıtlardan iki farklı içeriğin olduğu yerinde tespit edilmiştir (Griffin ve Moordead, 2014).

Yapılan araştırmanın sonuçlarına göre "koruyucu (hijyen) etkenler" ve "motive edici etkenler" olmak üzere iki türlü etken grubunun varlığını ve bunların işyerlerindeki insanları türlü biçimlerde etkilendiği belirlenmiştir (Tosi, Rizzo ve Carrol, 1990). Başka bir görüşe göre ise Herzberg, ortaya koyduğu iki terimle; çalışanları tatmin eden ve işin kendisi ile ilgili olan etkenleri " motive edici

etkenler”, işin çalışma koşulları ile ilgili etkenleri de “ hijyen etkenleri” olarak nitelemektedir (Baysal ve Tekarslan 1996)



Şekil 3: Motivasyon ve İş Doyumu



Hijyen Etkenleri; iş görenlerin var olanla yetinmeme, her zaman daha çoğunu isteme durumu ve motivasyon eksikliğinin sebepleri konusunda verdikleri cevapların sonucunda elde edilmiştir. İş güvenliği, şirket politikası ve yönetimi, ücret, çalışma koşulları, denetim düzeyi ve niteliği, kişilerarası ilişkilerdir (Tosı vd., 1990; Özer ve Topaloğlu, 2008; Dibeci, 2014).

Motive Edici Etkenleri; iş görenlerin tatmin ve motive olma nedenleri konusunda sorulan sorulara verilen cevaplardan elde edilmiştir. Yapılan araştırmalar sonucunda elde edilen bulgular sayesinde başarı duygusu, tanınma, sorumluluk, işin kendisi, kişisel gelişim ve yükselme gibi faktörler bu grup içine alınmıştır (Topaloğlu, 2008). İş görenlerin iş yerinde bu etkenleri açık açık görmesi ve sezmesi onları doyurması ve motive olmalarına sebep olmaktadır (Dibeci, 2014).

Herzberg, Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi ve Alderfer'in ERG Teorisi'nin tersine gereksinimleri bir nizam içerisinde göstermemiş, iki ayrımlı etkenlerde gruplandırarak açıklamıştır. Buna göre hijyen etkenleri içerisinde yer alan gereksinimlerin karşılanması kişide doyumsuzluk yaratmazken karşılanmaması doyumsuzluk hissi oluşmasını sağlamaktadır. Motive edici etkenler karşılanmadığında kişi doyumsuz davranacaktır, doyumsuz olarak da kendini duyumsamaktadır (Özer ve Topaloğlu, 2008).

2.2.4. David McClelland'ın Başarı İhtiyacı Teorisi

David C. McClelland'ın "Başarı İhtiyaç Teorisi", Henry A. Murray'ın 1955 yılında öne sürdüğü ve insan davranışlarının sebeplerini ortaya çıkardığını ifade ettiği 20'nin üzerinde art arda dizilmiş ihtiyaçtan sadece başarı, güç ve yakın ilişki gereksinimlerini kapsayan bir kuramdır (McClelland, 1961; Akt. Dibeci, 2014).

McClelland'ın başarı ihtiyacı (güdüsü) teorisi, öğrenilen, başka bir ifade ile sonradan edinilen hayat tecrübeleri ile öğrenmektir (Ertürk, 2000). Daha sonra eğitimle değiştirilebilecek olan güdülerin üzerinde durmuş, ihtiyaçların doyuma ulaşmasından çok verimli olmaya uygun güdülerin ortaya çıkmasına ve gelişmesini sağlamaktadır (Sabuncuoğlu, 2009). Başarı ihtiyaç kuramı, daha önce söz edilen Maslow ve Alderfer'in kuramlarına ortak yönler, özellikler ve niteliklerle birlikte her iki kuramın ihtiyaçlar arasında hiyerarşi gözetmemesi ve bu güdüler arasında ileri

veya geri devinmeye (hareketliliğe) ele alıp üzerinde birkaç söz söyleyip bu açılarından ayrılmaktadır. McClelland aracılığıyla gelişmesini sağlayan, çalışma hayatında etkili olan üç temel ihtiyaçtan söz edilmektedir (Budak ve Budak, 2004).

“Bu ihtiyaçları şu şekilde sıralayabiliriz;

- Başarma ihtiyacı,
- Bağlanma ihtiyacı (ilişki kurma)
- Güç kazanma ihtiyacı” (Can,1992).

Bu kuram bazı yazarlar aracılığıyla başarı ihtiyacını ön safhalara çıkardığı için “başarı ihtiyacı teorisi” bazı fikir insanları aracılığıyla bazı güdülerin yaradılıştan oluşması yerine insanların hayat tecrübesi edinip kazandığına vurgulanması nedeniyle “kazanılmış ihtiyaçlar” olarak ifade edilmiştir (Çakıcı,2014).

Başarma ihtiyacı; Murray (1955) başarı ihtiyacını “zorlukların üstesinden gelme, gücü kullanma, zor olan şeyleri mümkün olduğunca hızlı ve iyi bir şekilde yapmak çabasına” duyulan istek ya da yönelme olarak açıklamak, anlaşılır duruma getirmektir. McClelland (1976) ise başarı ihtiyacını; “iyi iş yapma ya da kusursuzluk standardıyla rekabet etmenin önemli olduğu eylemlere yönelme” olarak açıklamaktadır. Bu yaklaşıma göre, başarı ihtiyacı, zor bir işin üstlenilmesi yüklenilmesi, belirsizlikle karşı karşıya gelmek ve kişinin elde ettiği sonuçları için kişisel sorumluluk alması gibi tutum ve eylemlerini dışa vurulmaktadır (Dibeci, 2014; Topaloğlu, 2008; Akt. Sagia ve Elizur, 1999).

Başarı gösterme ihtiyacı bireyin kendisinden beklenen eylem ile yerine gelmesini sağlamak, uygulamaktır (Aslantürk, 2014). Başarı güdüsü, çalışanların ulaşılması güç çalışma gerektiren anlamı olan hedefler belirlemesine ve bunları ortaya koymak veya uygulamak için gerekli bilgi, yetenek ve güçleri elde edip orantılı davranışlar göstermesini açıklamaktadır (Mahmutoğulları, 2015; Gün 2008).

Yapılan araştırmalar büyük başarı güdüsüne sahip olan kişilerin sınırlı biçimde hareket etme eğiliminde olduklarını göstermektedir. Buna göre bu kişiler şu gibi özellikler göstermektedir.

- Yüksek başarı ihtiyaçlarına sahip kişiler, büyük veya küçük riskler almayarak, başarılarını hesaplanan riskleri ortaya çıkararak ihtiyaçlarını sezmektedirler.
- Bu kişiler, hedefledikleri amaca doğru hangi düzeyde ulaştıklarını anlamak için hızlı ve kesin şekilde bir geri bildirim alma ihtiyacı duymaktadırlar.
- Bu bireylerin başarıyla motive olmaları ve başarıdan büyük haz duymaları sıklıkla görülmektedir.
- Bu kişiler zihinlerini sürekli şekilde hedeflerindeki işle meşgul etmektedirler.
- Başarıya hedeflenen kişiler olarak kişisel sorumluluk almakta ve son derece kararlıdırlar (McClland, 1961).

Bağlanma Gereksinimi (ilişki kurma isteği); ilişki kurma isteği farklı insanlarla ilişki kurma, ortak özellikleri olan topluluğa girme gibi gereksinimlerdir (Mahmutoğlu, 2015). İlişki kurma gereksinimi güçlü olan birey, kişiler arası ilişkiler kurmaya ve geliştirmeye özen gösterecektir (Aslantürk, 2014; Gün, 2008). Buna göre insanlara bağlılık, grup veya topluluğa girme ve sosyal ilişkiler geliştirmek gibi ihtiyaçlar olan ve insanın toplumsal niteliğe sahip olduğundan dolayı hayatını tek başına sürdüremeyeceğini ifade eder. Başka kişilerle yakın ilişkiler kurma, çatışmadan tartışmadan sakınma ve sosyal ilişkiler geliştirmektedirler (Aslantürk, 2014).

İlişki kurma isteğindeki birey, sosyal yaşamdaki ilişkilerini daha fazla vakit geçirmekte, gruplara topluluklara girmek, sevmeyi ve benimsenmeyi yeğleyerek (tercih etmek) ihtiyacını ortadan kaldırmaktadır (Kreitner ve Kinicki, 2004:). Buna benzer ihtiyaca kuvvetli bir şekilde sahip olan kişi, ötekilerle istenildiği gibi olan duygusal ilişkiler arama yolundadır. Bu ilişki “arkadaşlık” kelimesiyle açıklanabilir. Başkalarını sevme, başkaları tarafından benimsenme ve sevilme veyahut affetme ve affedilmeye içten yönelmeye, kişilerarası ilişkilerin bozulmasına davranış veya söz eylemlerinde bulunma, bozulan ilişkileri tekrardan sağlamaya güçlendirmeye çalışma, yakın ilişki ihtiyaçlarının belirtileri olarak gösterebilmektedir (Özer ve Topaloğlu, 2008; Dibeci, 2014).

İlişki kurma ihtiyacının dört temel belirtisini şöyle belirtmektedir (Apospori vd., 2004).

- Diğer insanlara karşı, pozitif, arkadaşça veyahut yakın hisler yaşamak
- Yakın ilişkiye dayalı tavırlar ortaya çıkarmak,
- Yardım etmek, yardımcı olmak gibi geliştirici tavırlarda ve cana yakın sokulgan sevimli karakterli olup ilgide bulunmak.
- Arkadaşça bir ilişkinin gecikmesi ya da arkadaşlığın bozulması konusunda negatif hisler hissetmek, ya da yine ilişkiyi güçlendirmek istemesi

McClelland, yakın ilişki, güç ve başarı ihtiyaçlarının öğrenilebilir olması sebebiyle, devinimi olmayan, durağan bir hiyerarşik düzende elverişli olmayacağını (Örn, Maslow'daki) iddia etmiştir. Bunun sebebi ise değişik kişilerin değişik düzeylerde farklı ihtiyaçlara duyumsamaktan dolayı öne çıkmaktadır. Bu yüzden, ihtiyaçlar arasında “tatmin-dizisi” veyahut “engelleme-gerileme” ilişkileri bulunmamaktadır (Northcraft ve Neale 1990). Maslow ve diğer araştırmacılar ihtiyaçların içgüdüsel olduğunu ortaya atarken, McClelland'ın bu teorisi güdü ve ihtiyaçların gelişmesinde iş dışındaki sosyal hayat bağlamının önemini dile getirip vurgu yapmıştır (Brooks, 2003). McClelland tarafından düşünceyi uygun bir anlatım biçimi vererek başarı güdüsü teorisi zaman içinde iki farklı incelemeye uğramıştır. “İlk Atikson (1958) tarafından gelişmesine yol açan risk alma örneğidir. Bu örneğe göre başarı durumundaki meydan okuma düzeyini belirlemede, “güdünün kuvveti”, başarı ya da başarısızlık (beklenti) olasılığı” ve başarı ya da başarısızlığın (valance) özendirici değeri”, çarpılarak bir birleşim oluşturmaktadır” (Dibeci 2014; Özer ve Topaloğlu 2008, Akt. Thrash ve Eliot, 2001). İkinci ve daha açık olan değişiklik ise Bernard Wener tarafından yapılmıştır. Weiner'de ihtiyaçları, başarı ve başarısızlık durumlarına yönelik neden niteliğini taşıyan yüklemeler yapma eğilimleri olarak yeniden düzenlemiştir. (Dibeci 2014; Özer ve Topaloğlu 2008).

Güç Kazanma Gereksinimi; güç (erk) gereksinimi; “... *Başkalarını etkileme araçlarını denetleme yoluyla kişinin doyumuna ulaşma eğilimi*” olarak tanımlanabilir (McClelland, 1969). Yüksek güç gereksinimi içindeki kişiler, çevresini, parasal ve mali işlerini, bilgiyi ve diğer insanları denetimi altına alma eğilimi göstermektedir. (McClelland ve Burnham, 1976).

Alfred Adler, uzun zaman önce “güç” gereksiniminin, tüm insan etkinliklerinin büyük bir gayesi olduğundan bahsetmiştir. Adler insan doğasının, bir bireyin kendi üzerinde sahip olduğu güçleri denetim altına tutarak öğrenmiş olduğu ve bir kişinin tatminini, önünde sonunda kişinin çevresi üzerinde düşünce, yön, eğilim vb. değiştirmeye yol açan nedenleri bulunabilme yeteneğine dayandırmaktadır (Birch ve Veroff, 1996). Winter (1991), güç gereksiniminin altı tane belli başlı ana maddelere ayırmaktadır (Apospori, Papalexandris ve Galanaki, 2005).

1. Başka bireyleri etkilemek
2. Başkalarının devinmelerine (hareketlerine) güçlü hisli tepkiler göstermek.
3. Öneri istenmese bile öneride bulunmaya çalışmak, yardım etmek ve destekçi davranmak.
4. Tesir etmeye yeltenmek, bir konuyu inandırmaya, kabul ettirmeye veyahut doğruluğunu kanıtlamaya çalışmak, güç harcamak.
5. Başka insanlar üzerinde tesiri olabilecek güçlü davranışlar sergilemek.
6. Özel olarak bilgi toplayarak ya da diğer insanları gözetleyerek izleyerek, kontrol veyahut deneti altında tutmaya çalışmak.

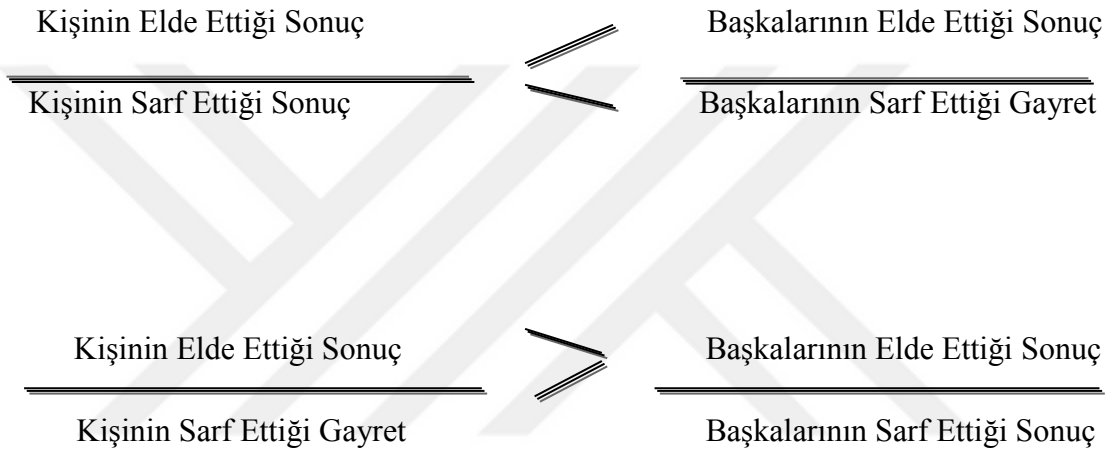
İnsanlar, etrafındakilere üzerinde egemen olmak ve bu egemenliği sürdürebilir kılmak istemektedirler. Bu nedenle buldukları koşullarda etkinliklerini ileriye götürmek, seslerini duyurmaya, içten gelen çağrılarını duyurmaya çalışmakta çabalamaktadırlar. Teoriye göre bireyi ve toplumu etkisi altına almak, bireyi işinde başarılı olmaya güç kazanmaya, baskı kurmaya çalışıp zorlamaktadır (Keser, 2006). Başka bir ifadeye göre; insanları etki altında tutarak güç ve yetkiye (otorite) dış etkenlerden uzak tutup korumaya çalışmak ve insanlar üzerindeki yetkiyi elinde bulundurmaktır isteğidir (Sherman ve Bohlander,1992).

2.2.5. J. Stacey Adams’ın Eşitlik Teorisi

Adams ve Weick aracılığıyla geliştirilen “eşitlik teorisi” motivasyon ile ilgili “sosyal karşılaştırma teorileri” arasında ünü en çok yaygın olan kuramdır (Argon ve Eren, 2004). Bireyin güdülenmesinin ana unsurunda, iş ortamında kendilerine eşit davranılma arzusu benimsenmesini sağlayıp kabul ettirmeye yönelmektedir (Altunay, 2015).

Eşitlik kuramının ana düşüncesi, çalışanın iş ilişkilerinde, eşit bir şekilde davranılması isteğinde oldukları ve bu isteklerinin motivasyonu etkilediği yönündedir. “Adams’a göre, birey kendisinin sarf ettiği gayret karşılığında elde ettiği sonucu, aynı iş ortamında başkalarının sarf ettiği gayret ve elde ettikleri sonuç ile karşılaştırır. Bu karşılaştırma yaygın olarak kişinin kendisinin sarf ettiği gayret ile elde ettiği sonucu içeren oranın, aynı ortamda çalışan başka bir çalışanın oranını karşılaştırması biçiminde olur. Bu karşılaştırma eşitlik veya eşitsizliğin olduğu algısıyla sonuçlanır”(Koçel, 2015).

Şekil 4 : Eşitsizlik Oranı (Koçel, 2015).



Adams 1965 yılında ABD'nin General Electric işletmesinde güdülenme konusunda bazı araştırmalar yapmış ve ödül adaletinin çalışanları aralıksız bir şekilde motive ettiği kanısına varmıştır (Altunay, 2015; Dibeci, 2014). Adams araştırmalarında kişilerin kendilerine verilen ödülleri ile başka kişilere verilen ödülleri sürekli olarak karşılaştırdıkları ve kendilerine uygun görüp verilen ödüllerin benzer başarıda bulunan kişilerle ne oranda eşit olduğunu kesinleştirmeye çalıştıklarını belirlemiştir. Yapılan karşılaştırma sonucu kişilerin örgüte ilettikleri, gösterdikleri girdiler veya değerler olarak, zekâları, bilgi, yetenekleri, emekleriyle buna bağlı olarak ortaya koydukları başarıların görünmesine yol açmaktadır. Buna karşılık olarak, sağladıkları ödülleri primler, ikramiyeler, ücret ve statü artışı, iş güvenliği ve iş yeri koşullarının iyileştirilmesi vb. özelliklerin örgütten sağladıkları ödülleri değerlendirilmektedir (Dibeci, 2014: 25; Eren, 2016; Aslantürk, 2014).

Adams'ın teorisine göre bireyler başarmak için uğraşmak, güç harcamaları ve bu uğraşlarına karşılık elde ettikleri ödülleri ve benzer işler yapan başarmak için çaba

gösteren diğer bireylerin çabaları ve aldıkları ödüller karşılaştırılır. İnsan güdülenmesinde, eyleme geçmesinin temelinde kişilerin yaptıkları işlerde kendilerine adaletli ve adil davranılması isteğidir (Şenel, 2011). Özetlemek gerekirse eşitlik teorisi isminde de anlaşılacağı gibi eşit bir çalışma alanı, eşit bir çabalama, eşit bir şekilde çalışma sağlanmanın sonucu eşit bir şekilde ödüllendirilmesi gerekmektedir. Teori dört ana kavrama dayanır;

- Birey: Eşitliği veya eşitsizliği algılayan kişi
- Karşılaştırma: Yapılan işlere karşılık verilen ödüller anlamında bireyin karşılaştırma yaptığı diğer bireyler veya gruplar.
- Girdiler: Bireyin işine taşıdığı kişisel özellikler. Yaş, cinsiyet, mesai, tecrübe, yetenek, deneyim vb.
- Çıktılar: Bireyin işten elde ettiği; ücret ve tanınma gibi ödüller (Can, Azizoğlu ve Aydın, 2011; Gün, 2008; Şenel, 2011).

Eşitlik hissi, bireyin statüsünü ya da çalışma pozisyonunun koruması ve sürdürmeye çalışması bireye yön vermektedir. Birey örgüte aynı girdi düzeyini sabitleyip aynı ölçüde sürdürmeye devam edecektir. Örgütün çıktılarıyla benzerlik olduğu müddetçe değişmeyecektir. Eşitsizlik duyan bir kişi eşitsizliği azaltmak ve etkisini yitirmesini sağlamak için güdülenmektedir. Eşitsizliğin fazla olması veya artması durumundan güdüleme oranı çok yüksek olmasına neden olmaktadır (Dibeci, 2014).

2.2.6. Vroom'un Beklenti Teorisi

Beklenti, belirlenmiş veya kararlaştırılmış bir eylemin belli bir hedef ile sonuçlanacağı olay veya durum olarak açıklanır. Vroom tarafından 1960'lı yıllarda ortaya atılan bu teori, "insan davranışlarını bireyin hedef ve tercihleri ile bu hedefleri gerçekleştirmek için gösterilen çaba ve istekleriyle istenilen başarıyı, elde edilen sonucun yükseleceğini önceden kararlaştırmaktadır. Birey, yaptığı her davranışın sonucunu belirleyen karşılaştırmalar olduğunu düşünür. Örneğin kişi yaptığı davranışlarının sonucunda bazı çıktılara (ödülleri veya cezalar) sahip olma beklentisi içindedir. Kişinin davranışlarının altında yatan nedenin beklentilerin yer alması kuramın gelişine uygun ortam yaratmıştır. Kuramın temelinde, tercihlerin davranışla

birlikte oluşan psikolojik nedenlerle ilişkili olmasından kaynaklanmaktadır (Aslantürk, 2014).

Motivasyonda beklenti kuramının kaynağı, Kurt Lewin ve Edward Tolman'ın kavramsal anlayışına dayanır. Ancak iş motivasyonunu hedefleyen beklenti teorisini öneren, düşünceye uygun bir anlatım biçimi atfeden kişi Victor Vroom'dur (Luthans, 2005). Söylenenlerin aksine Vroom, beklenti teorisini, iş motivasyonu ile ilgili verilen bilgilerde eksik bulduğu kapsam kuramlarına bir seçenek olarak öne sürmüştür (Şenel, 2011).

Vroom önemli gördüğü bazı terimler üzerinde dikkat çekmiştir. Bunlar; birincisi (verimlilik, devamsızlık, iş gücü devri ve verimliliğin niteliği) ve ikinci (ödül ve cezalar: maaş artışı, işinde yükselme terfi alma, çalışma ortamında topluluk tarafından kabul görme veya istenmeme gibi) aşamadaki sonuçlar, araçsallık (algılamalar), çekicilik ya da valens (sonuçların değeri ve bireyin tercihi), son olarak beklenti (bireyin inancı)'dir (Karakuzu, 2013; Can vd. 2016). Vroom'un 1964'de geliştirdiği beklenti motivasyon teorisi, bireylerin çeşitli davranışsal alternatifler hakkında karar vermek için kullandıkları süreci açıklayan bir teoridir. Beklenti teorisi aşağıdaki gibi sunulmuştur (Karakuzu, 2013; Can vd. 2016).

$$\text{Motivasyon Gücü} = \text{Beklenti} \times \text{Araçsallık} \times \text{Amaç Değeri}$$

Motivasyon kuvveti, çeşitli davranış seçenekleri bireyler tarafından seçildiğinde önerilen belirli davranışsal alternatifler yönlendiren bir güçtür. Teori, seçeneği en büyük motivasyon güçleriyle seçecekleri iddia etmektedir. Bir davranış, eylem veya görev için motivasyon gücü, beklenti, araçsallık ve değerli olmak üzere üç farklı algının bir işlevidir.

Beklenti (Expectancy): Çabaların iyi performansa yol açacağı algılanan olasılıktır; bireyin beklenti algısını etkileyen değişkenler, öz-yeterlilik, amaç zorluğu ve algılanan kontrolü içerir. Bir kişinin arzulan performansa yol açacağı beklentisi ise; geçmiş deneyim, özgüvene ve performans hedefinin algılanan zorunluluğuna dayanmaktadır.

Araçsallık (Instrumentality): İyi olanın algılanan olasılığıdır. Performans istenen sonuçlara yol açacaktır; güven, kontrol ve politikalar, bireyin araçsallık

algısını etkileyen değişkenlerdir. Dolayısıyla, araçsallık bireyin performans beklentisini karşılaması durumunda daha büyük bir ödöl alacağı inancıdır.

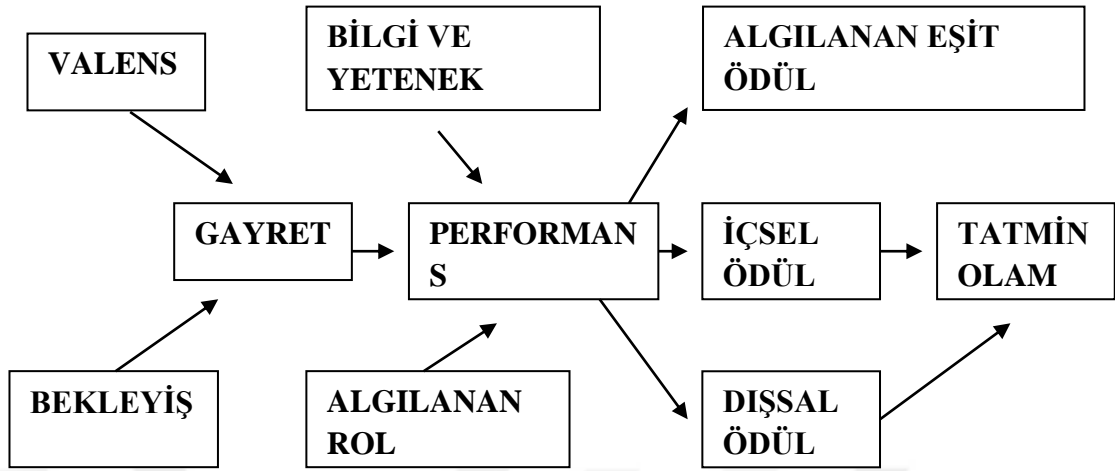
Amaç Değer (Valance): Kişinin kişisel olarak ödüller üzerindeki değerini ifade eder. İhtiyaçların, amaçların, değerlerin ve tercihlerin işlevi, beklenti teorisi ampirik kanıtlarla desteklenmektedir. İş yerlerinde en çok tercih edilen ve kullanılan teorilerden biridir (Chiang ve Jan, 2008).

2.2.7. Lyman W. Porter ve Edward D. Lawler'in Bekleyiş Teorisi

Vroom'un beklenti teorisinin devamı niteliğinde olan Porter ve Lawler modeli, birden fazla değişken üzerinden oluşturulmuştur (Eroğlu, 2013). Vroom'un (VIE Theory) kuramından kalan ve birden fazla yanıt bekleyen kavramsal sorulardan değer verilenleri; (the origins of valence) değerin kaynağı, (instrumentality) araçsallık (expectancy beliefs) beklenti inancı ve eğer üzerinde konuşulan ya da konuşulmakta olan iş performansı ve çalışan kişilerin iş ile ilgili davranışları arasındaki (the nature of the relationship) ilişkinin doğası anlam yükünü gerçekleştirmiştir (Altunay, 2015). Porter ve Lawler 1968 yılında geliştirdikleri kuramda iş görenlerin çabalarını belirleyen iki temel etken olduğunu vurgulamaktadır. Birey aracılığıyla her yönüyle bilinen çıktılar (sonuçlar) üzerine oluşturulmuş değerler ve bireyin çabalarının bu ödüllere erişmesine ilişkin inanma aşamasıdır (Altunay, 2015).

Porter ve Lawler örneği Vroom'un kuramının 'çekicilik', 'araçsallık' ve 'beklenti' kavramlarının belli başlı bir kuram olup kavramların yeterli gelmeyeceğini, bireyin yeterli 'bilgi ve yeteneği' de elinde bulundurması gerektiğini haklı göstermeye çalışmaktadır. İnsan başarıya ulaşmak için ne kadar çaba sarf ederse etsin, ne kadar istek duyumsayan biri olursa olsun, olması gereken bilgi ve yeteneğe sahip değilse başarılı olması güçtür. Bunun yanı sıra kuramda daha sonra eklenen diğer bir terim de 'algılanan' rol kavramıdır. Birey başarıya ulaşma olanağı ya da olasılığının bulunması için içinde bulunduğu örgütün kendisine mal ettiği role uygun bir rol anlayışını sahip çıkıp, kendinden bir parça saymasıdır. Aksi düşünöldüğünde uygun olmayan rol çatışmaları oluşacak ve başarı gerçekleşmeyecektir (Yüksel, 2007).

Şekil 5: Lawler ve Porter Motivasyon Modeli (Koçel, 2015).



Gayret (Çaba): Herhangi bir kişinin bir iş için sarf ettiği enerji miktarıdır. Yapılan tanımla birlikte çaba, Porter ve Lawler örneğinde performansa karşılık değildir. Çabanın miktarı, şahsın ödüle vereceği kıymet ile o şahsın harcayacağı gayret sonucu varmaya beklediği ödülün olabilme durumu arasındaki birbiriyle ilgili olarak etkileşime dayanır. Söz edilen değer, ödülün cazibesi ve istek aşamasına göre değişir. Bunun gibi olunca, ödülün kıymeti ile kullanıp tüketme çabası sonucu ortaya çıkabilecek ödül olabilme durumu arasındaki birbiriyle ilgili olarak, ögenin ortaya koyacağı çaba miktarı oluşturur.

Performans: Nesnel olarak ölçülebilir. Çaba sonucu ortaya çıkar, ama çabayla eşit bir durumda değildir. Yetenek ve nitelik nedeniyle çaba ve performans arasında farklar olabilir. Performans yalnızca kullanıp tüketilen çabanın miktarına değil, kişinin yetenekleri (iş bilgisi, beceri vb.) kendisinden beklenen iş hakkındaki fikir ve inançlarına da bağlı olan bir şeydir.

Ödüller: Porter ve Lawler başlangıçta modellerinde yalnızca bir ödülün yer almasına olanak tanımışlardır. Daha sonra yaptıkları araştırmalar sonucunda dışsal ve içsel olmak üzere iki başlık altında toplanmaları gerektiğini ortaya atmışlardır (Taşpınar, 2006).

- **Dışsal ödüller:** Maaş artışı, mevkiinin değişmesi, terfi alma gibi iş görenin dışında olan şirket tarafından verilen ödüllerdir. Ücret, maaş

artışı, güvenlik, uygun çalışma ortamı, tatil vs. gibi ödüller dışsal ödül grubuna girmektedir.

- **İçsel ödüller:** Başarılı bir performans göstermek gibi kişinin kendini geliştirip yaptığı davranış sonucunda elde ettiği ödüllerdir. Sorumluluk almak, başarılı olma hissi içsel ödül grubuna girmektedir.

Tatmin: Elde edip sahip olunan ürünler ile idrak edilen ödüller arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Elde edip sahip olunan ödüller, idrak edilen ödülün fazla ise, kişi tatmin olacak tam tersine az ise tatminsiz olacaktır. Yüksek düzeydeki tatminin yüksek düzeyde performans göstereceği düşünülse de, Porter ve Lawler'e göre yüksek performansın fazla tatmine yol açtığını önemle belirtmişlerdir (Tunçez, 2007).

Yetenekler ve Bilgi: Kişinin başarısının etkileyen kişisel özelliklerdir. Kişinin bir işi yapabilmesi sadece o işi yapmak istemesine bağlı olmamakla birlikte kişi aynı zamanda o işi yapmak için gerekli olan yeteneğe sahip olması gerekmektedir.

İş gören başarılı olmak için işlerini nasıl yapması veya ne şekilde yapması gerektiği konusundaki subjektif görüşlerini içermektedir. Eğer kişi işin nasıl yapıldığını biliyorsa bilgiye sahipse, o işi gerçekleştirmek için gösterilen gayret ve çabası yüksek performansa neden olur.

Bekleyiş: Kişinin gayretlerinin ödülle sonuçlanıp sonuçlanmayacağı konusundaki beklentisini içermektedir. Bu teori bir bireyde farklı sonuçlar gösterip diğer bireyde çok farklı sonuçlar gösterebilmektedir. Kısacası kişiden kişiye değişebilir. Örneğin ödülün değeri ve ödüle ulaşma olasılığı büyükse, gösterilen gayret de o derece de büyük olacaktır (Tunçez, 2007).

Valens: Kişinin belli bir sonucu yeğleme aşamasını başka bir değişle sonuca ulaşmaya değinip değmeyeceği konuyla ilgili yaptığı yeğlemeyi ifade eder. Yalnız kişiler sonuçları farklı şekillerde değerlendirebilirler. (Şenel, 2011).

2.2.8. Edwin Locke'nin Bireysel Amaçlar Teorisi

Amaç, bireylerin veya örgütlerin özlemini çektiği, dilediği veya gerçekleştirmeyi düşündüğü ve bunun için çalışıp çabaladığı bir durumdur. Amaç;

gelecekte ulaşılması istenen maddi ve manevi, sosyal ve psikolojik nitelikler gibi öğeler olabilir (Aslantürk, 2014). Edwin Locke 1689 yılında teoriyi geliştirip yeni bir teori ortaya atmıştır (Satt, 2004; Dibeci, 2014; Aslantürk, 2014; Taşpınar, 2006). Ortaya atılan teoriye göre, bireylerin belirli bir duruma getirdiği amaçlar, motivasyon aşamalarını da ortaya çıkaracaktır. Ulaşılması güç olan ve büyük hedefler belirleyip belirli bir duruma getiren bir kişi, elde edilmesi kolaylıkla olan gayeler belirleyen bir kişiye göre daha yüksek performans gösterecek ve daha çok motive gerçekte olacaktır (Aslantürk, 2014).

Kurama göre, birey, çevresini algılamaya çalışır sonrasında algıladığını yorumlamaya çalışır çevresini tanıdıktan sonra isimlendirir. İsimlendirdikten sonra da oluşan algılarını kendi değer yargılarına göre şekillendirip değerlendirirler. Kısacası tüm insanlar kendi “değer anahtarına” göre neyin doğru ya da neyin yanlış, neyin iyi veya kötü, kendine zararlı olabilecek veya zararlı olabileceğine ikna olup karar verir. Buna göre de kendine bazı amaçlar belirler; ilerideki davranışlarını bu amaçlara göre yönlendirir (Dibeci, 2014; Mahmutoğlu, 2015; Onaran, 1981).

“Bireysel amaçlar teorisinin en önemli iki teorisi bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, bir insanın kendisi için koyduğu hedefler büyük ölçüde onun davranışlarını yönlendirir. Birey hem zihinsel, hem de fiziksel enerjisini keskinleştirdiği hedefe yöneltir”. Dolayısıyla olan iş başarımını etki altına alan değer verilen en önemli güdü özelliğini taşıyan faktör bireyin amaçları ve niyetleridir (Dibeci, 2014; Onaran, 1981). Kurama göre amaçların bazı temel özellikleri bulunmaktadır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir;

- Amaçların belirginliği: “Hedeflenen başarının gözlemlenebilmesi ve ölçülebilir olmasını ifade eder” (Altunay, 2015). Yapılan deneylerde açık hedefler ne kadar açıksa iş başarımının da o oranda artacağı ve performansın da bir o kadar daha artmakta ve güçlenmektedir. Ayrıca genel anlatımdan uzak durulmalıdır (Taşpınar, 2006; Gün, 2008).
- Amaçların güçlüğü: İstenen başarı seviyesinin anlatımıdır (Altunay, 2015). Hedef güçleştikçe başarı oranı ve performans artar. Başarılı kişiler hedeflere

çok önem verir ve bu hedeflere ulaşmak için daha çok gayret etmektedir (Taşpınar, 2006).

- Amaçların kabulü: Hedeflerin insanlar tarafından kendine mal etmek, kendinden bir parça saymak olarak anlatılmaktadır (Ataman, 2009). Hedeflerin iş başarımını etki etmesi için bu hedeflerin iş gören tarafından kabul edilmesi gerekmektedir. Burada “kabul” kavramını, yalnızca boyun eğme, isteyerek veya istemeyerek uymak, katlanmak, razı göstermek anlamında değil, bu hedeflere karşı yapıcı tutum davranış sergileyip besleme, hedefleri benimseyip kendine mal etmek, kendinden bir parça olarak saymak gerekir (Onaran, 1981).
- Amaçların saptamasına katılma: Çalışanlar amaçların saptanmasına belirginleştirmesine benimsediklerinde veya katıldıklarında iş başarımları daha yukarda olacaktır. Çalışanlar çalıştıkları alanlarda, kararlara katılabilmeleri her hangi bir başarıyı arttırmaktadır (Dibeci, 2014; Tunçez, 2007).
- Amaçlara ilişkin bilgi verilmesi (geri bildirim): Kurama göre geri bildirim, amaca erişmek için gösterilen gayret ve çaba iş başarımını arttıracaktır. Çünkü; (1) iş başarımına ait bilgiler alan bir çalışan aldığı bu bilgilere dayanarak kendisi için hedefler saptamaya yönelecektir, (2) bir önceki hedefine amacına ulaştığını bilen gören bir çalışan gayesini daha da yükseltmeye yönelecektir, (3) hedefine ulaşmak için gerektiği kadar gayret göstermediği kendisine söylenen bir çalışan daha fazla çaba göstermeye yönelebilir, (4) bir çalışana bir işi yapma yöntemlerini geliştirmesine yol açmak için de bilgilendirilebilir (Dibeci, 2014; Onaran, 1981).

2.3. TURİZME KATILIM MOTİVASYONLARI

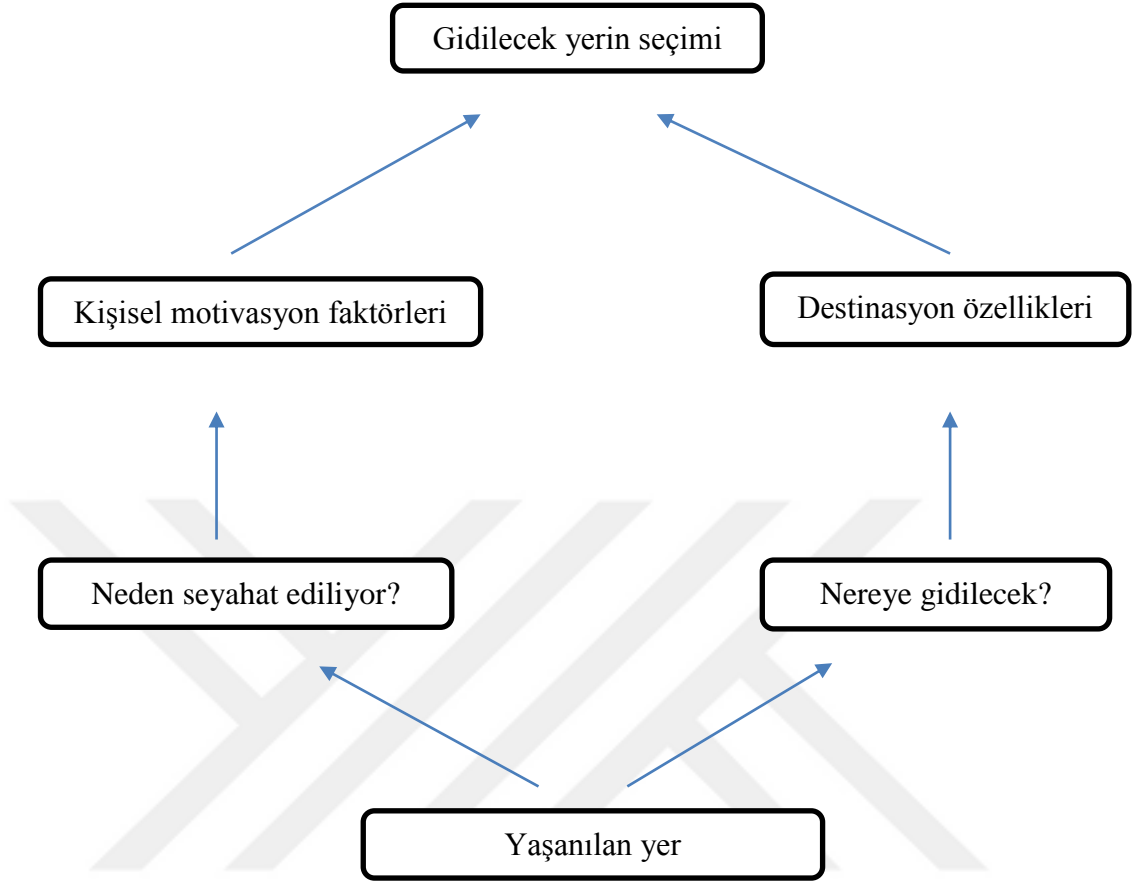
Yapılan çalışmada alan yazın taraması yapılarak motivasyon teorileri haricinde literatürdeki katılım motivasyonları teorileri incelenip çalışmada fayda sağlayacak teorilere değinilmiştir. Ayrıca alan yazında bulunan katılım motivasyonları teorileri ile bağdaştırılmıştır. İtme ve çekme faktörleri baz alınıp katılımcıların katılım motivasyonlarını etkileyip etkilememeleri göz önünde bulundurulup literatüre katkı sağlanmıştır.

Turizm, sürekli olarak insan faktörü ile ilgilidir ve insanların neden seyahat ettikleri ve neleri beğendikleri neyi sevdikleri, turizm alan yazınına sürekli olarak konu olmuştur. Kişilerin farklı istek ve gereksinimlerinin olması, farklı beklentilere sahip olmaları ve bu arzuların sürekli olarak değişmesi, turizm sektöründe farklı istek ve taleplerin oluşmasına neden olmaktadır. Turizm alan yazındaki motivasyon temeli çalışmalar da söz konusu gereksinimlerin neler olduğunun irdelenmesiyle ortaya çıkmaktadır. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi sosyal bilimlerin diğer alanlarında da olduğu gibi turizm alan yazınında da kullanılan en eski motivasyon teorilerindedir. (Pearce, 1982).

Bireyleri turizm faaliyetlerine katılmaya yönelten, başka bir deyişle onları turizme motive eden etmenlerin itici ve çekici olmak üzere iki başlık altında değerlendirildiğini söyleyebiliriz. Seyahati güdüleyen seyahat yapmaya iten birçok farklı gereksinim olmasına karşın yapılan etkinlikler seyahat etmeyi gerçekleştirmeye yetecek ölçüde değildir. Bireylerin neden seyahat etmek isteklerini taleplerini anlamamanın yanı sıra gidilen yerin neler sunduğunu ve tercih edilme sebeplerini de öğrenmek gerekmektedir. İnsanların neden seyahat etmek istediklerini anlamamanın yanı sıra gidilen yerin neler gösterdiği ve yeğlenme (tercih edilme) nedenlerini de öğrenmek gerekmektedir. Bu hususta iki özellik ortaya çıkmaktadır:

- Seyahat edecek kişinin gereksinimleri, istekleri,
- Destinasyonun bu isteğe karşı sunduğu kaynaklar (Dibeci, 2014).

Şekil 6: Gidilecek Yerin Alt Evreleri (Yoon ve Uysal, 2005: 46).



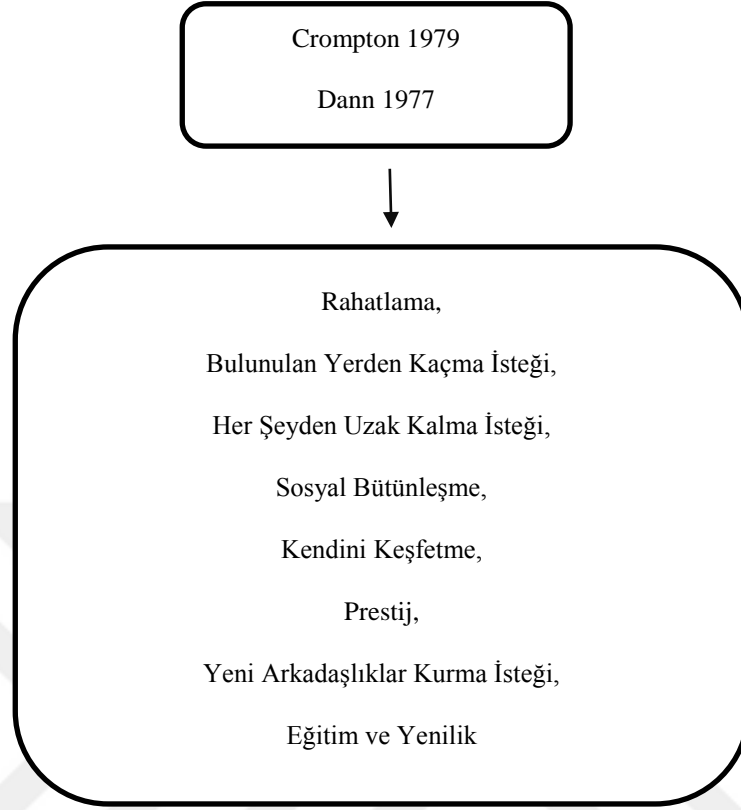
Turizme katılım noktasında tüketicilerin değişik istek ve gereksinimlerinin olması gidilecek yerin seçimini ön plana çıkartmaktadır. Kişisel motivasyon faktörleri ile gidilecek yer yani destinasyonun özelliklerine veya koşullarına bağlıdır. Bu iki faktörü etkileyen neden ise seyahat etme nedeni ve nereye seyahat edilmesi gerektiğidir (Yoon ve Uysal, 2005).

İtici ve çekici motivasyonlarla ilgili yapılan çalışmalar elde edilen sonuçlar, insanların kendi içlerinden gelen hisler arzular aracılığıyla bir bölgeden başka bir bölgeye gitme eylemlerinde bulunup o bölgeye itildiği ve o bölgenin özellikleri ve nitelikleri aracılığıyla çekildiği için seyahate çıktıklarını belirtmektedir. İtici etmenler, sosyo-psikolojik etmenlerdir olup kişide seyahat etme isteği uyandırmakta ve doğurmaktadır. Çekici etmenler ise kişinin nereye, ne zaman, nasıl seyahat edeceğini belirleyen ve seyahat edilecek bölgenin veya mekânın kalitesi, özellikleri, nitelikleri ve çekici olup olmaması ile ilgilidir (Albayrak, 2013; Crompton, 2004). Sonuç itibariyle itici ve çekici etmenler turist davranışlarını etkileyen motivasyonları

idrak etmekte önemli bir paya sahiptir (Muhammad ve Mat Som, 2010). İtici ve çekici motivasyonlar etkin kavramlardır, kişiden kişiye, bir bölgeden diğer bölgeye, bir pazardan diğer bir pazara farklılık gösterebilmekte ve pazarlama faaliyetlerinin içeriğinin oluşmasını etkilemektedir (Albayrak, 2013).

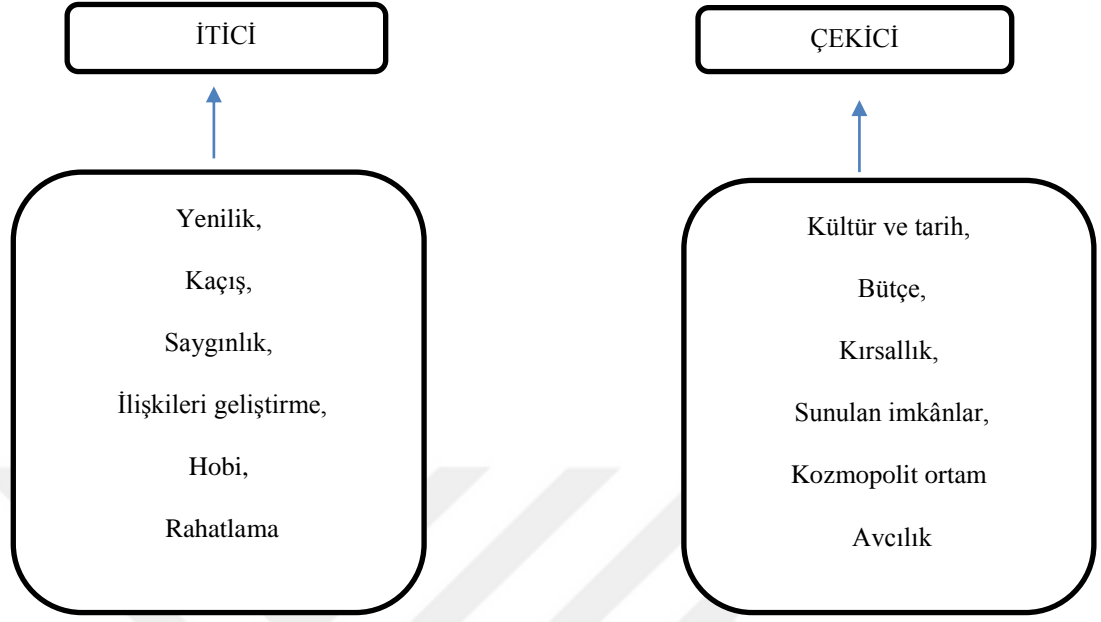
Dann, Yoon ve Uysal'ın (1977) ortaya attıkları gidilecek yerin seçimini etkileyen etmenlere benzer biçimde kişileri seyahate yönelten “itici” (push) ve “çekici” (pull) etmenler bulunduğuna dikkat çekmektedirler. Buna göre itici etmenler, kişileri seyahat etmeye yönelten nedenlerken, çekici etmenler kişilerin gereksinim ve arzularına hitap eden yönelten gidilecek olan yerin yani destinasyonun özellikleridir. Başka bir anlatımla itici etmenler kişileri seyahate önceden hazırlayan, uygulayan ve gerçekleştiren, çekici etmenlerse gizil (potansiyel) turistleri gidilecek olan yere çeken etmenlerdir. İtici ve çekici etmenler yaygın bir biçimde iki farklı madde ile açıklanmaktadır. İlk madde seyahate çıkılıp çıkılmayacağıyla ilgili olması, ikinci madde ise hangi destinasyona gidip gidilmeyeceği ile ilgilidir. Bu nedenle destinasyon özellikleri turisti iyi etkilediği kanısına varılmaktadır (Dibeci, 2014). İnsanları seyahate yönelten dokuz tane hem itici hem de çekici etmen ortaya atılmıştır. Bunları şu şekilde sıralayabiliriz: rahatlama, bulunulan yerden kaçma isteği, her şeyden uzak kalma isteği, sosyal bütünleşme, kendini keşfetme, saygınlık, yeni arkadaşlıklar kurma isteği, eğitim ve yeniliktir (Pizam ve Mansfeld, 1999).

Şekil 7: Crompton ve Dann' In Ortaya Attığı Dokuz Motivasyon Maddesi



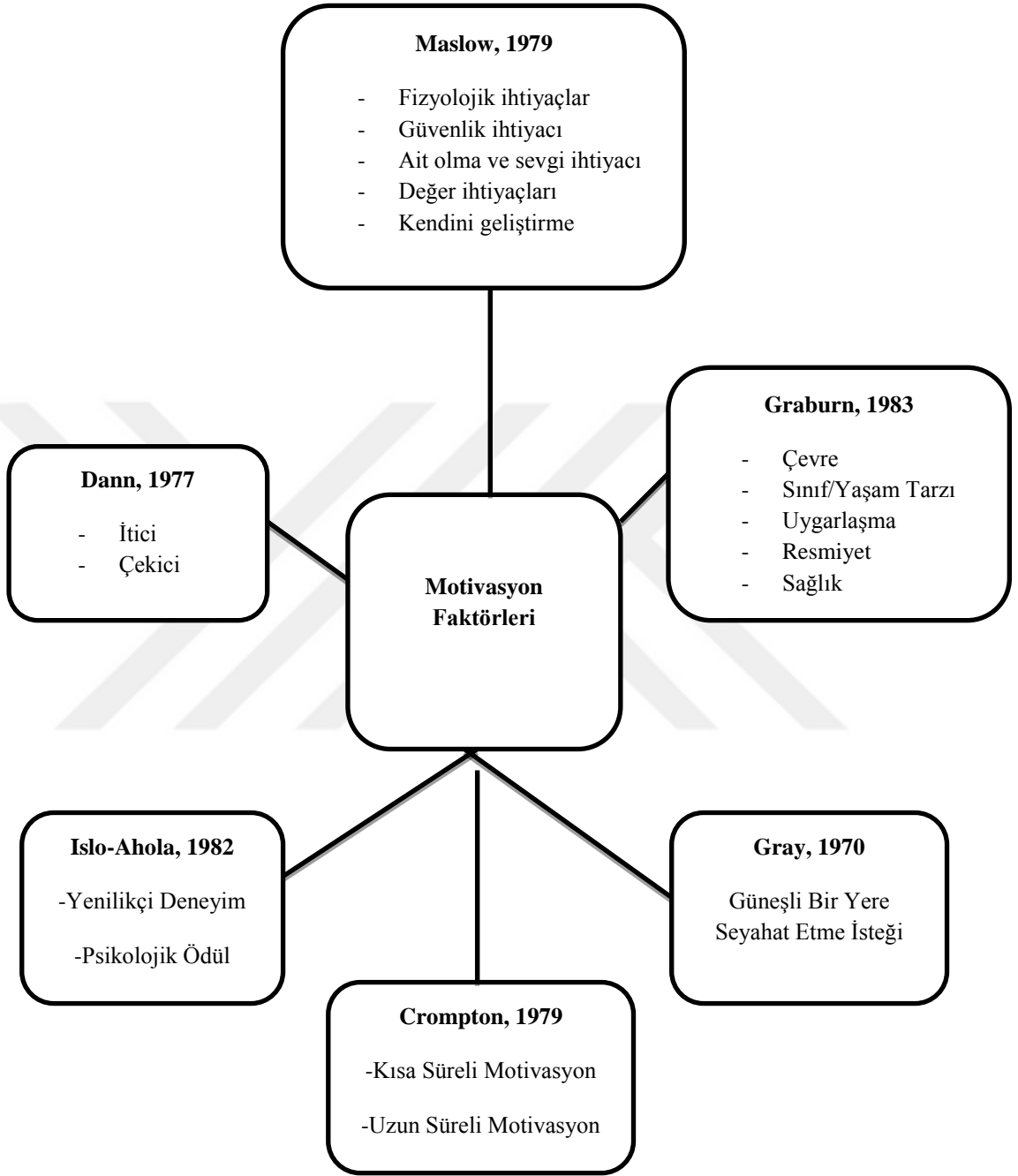
Yapılan çalışmalarında altı itici ve altı çekici etmen belirli bir duruma getirmişlerdir (Yuan ve McDonal 1990). İtici etmenler; yenilik, kaçış, prestij, ilişkileri geliştirme, hobi ve rahatlama olarak belirlenirken; çekici etmenler ise kültür ve tarih bütçe, kırsallık, sunulan imkanlar, kozmopolit ortam, ve son olarak avcılık olarak ifade edilmektedir.

Şekil 8: Yuan ve Mcdonld'ın İtici Ve Çekici Faktörleri



İtici ve çekici etmenlerin haricinde seyahate iten motivasyon çeşitleri incelendiğinde; Crompton'a göre seyahate iten iki etmen mevcuttur. Bunlardan ilki; kısa zamanlı motivasyonda tatil kararı çabuk verilir ve en önemlisi ise seyahat etmeye sürükleyen alt bölümler alışkanlık durumuna gelen durumdan uzaklaşma ve yalın bir yapıdaki destinasyona kısa süreliğine gitme arzusudur. İkincisi ise uzun zamanlı motivasyon bireysel bir kararla oluşması ve birden çok destinasyon ürününü içine almaktadır. Crompton'a göre kısa zamanlı motivasyon alışılmışın dışına çıkma ya da uzaklaşma adına mola olarak algılanabilir fakat daha özgül daha spesifik ve karmaşık tatil alternatifleri için uzun zamanlı motivasyon gerekmektedir.

Şekil 9: Turizmde Motivasyon Teorileri (Dibeci, 2014).



“Dann 1977, itme ve çekme faktörleri kuramını anomik (toplumun bireyelerine az kültürel ve ahlaki rehberlik durumu) ve egosunu artırmak isteyenler olarak iki tipolojide bölümlendirmiştir. Anomik turistler amacı olmayan ve umutsuz olarak nitelendirilen, günlük yaşamdan sıkılıp içinde bulunduğu durumdan kendini uzak tutan ve bu nedenle kendisini seyahate iten kişilerdir. Egosunu arttırmak yükselmek

isteyen kişiler ise seyahat etmeyi bir ihtiyaç olarak gören algılayan ve kendini kanıtlamak tanıtmak gayesiyle seyahate çıkan kişilerdir (Göller, 2015).

İtici ve çekici etmenlerin sınırları, turist davranışlarına sebep olan motivasyonların ne olduğunu kavramak için yalın ve sezgiye dayanan sezgisel yöntemlerdir; çekici etmenler ise, bir destinasyonu başka bir destinasyona yeğlemeyi sağlayan somut nedenlerdir. Çekici etmenler destinasyonun sahip olduğu nitelikler, eğlendirici ilgi çekici gösteri yerleri, özyapılar olarak açıklanabilmektedir. Son yıllarda, destinasyonun çekici etmenleri ile turistleri motive eden itici etmenler arasındaki ilişki, çeşitli araştırma yöntemleri kullanılarak incelenmiştir (Kılıç, Kurnaz ve Sop, 2011).



Çekici ve İtici Faktörler İle İlgili Yapılan Analitik Çalışmalar

Araştırmacılar	İtici Faktörler	Çekici Faktörler
Dann 1977	Dışlanmışlık- ego artışı	
Crompton 1979	Kaçış, iç dünyasının keşfi, rahatlama, prestij, sosyal etkileşim	Eğitim ve yenilik
Yuan ve McDonald 1990	Rahatlama, kaçış, hobiler, prestij, yenilik	Kültür ve tarih, bütçe, avlanma, kolay ulaşılabilirlik, kozmopolit çevre, yabancı hayat,
Uysal ve McDonald 1994	Spor, kaçış, aile ile vakit geçirmek, kültürel deneyim	Doğal ve kültürel, kırsal hayat, ucuzluk, eğlence, açık alan aktiviteleri
Oh, uysal ve Weaver 1995	Macera, eğlenmek, spor, bilgi, yenilikçilik, sosyal etkileşim, kaçış ve dinlenme	Spor ve aktiviteler, doğa ve açık hava, tarihi ve kültürel, ucuzluk ve bütçe, güvenlik ve kalite
Baloğlu ve Uysal 1996		Spor- faaliyet arayanlar Yenilik arayanlar Sahil hayat arayanlar Kırsal hayat arayanlar
Hangin ve Lam 1999	Prastij, bilgi, rahatlama, yenilik, insan ilişkilerinin gelişimi	İleri teknoloji, kolay ulaşım, tüketim, hizmet kalitesi ve tutum, çeşitli geziler, kültürel bağlantılar
Jang ve Cai 2002	Kaçış, bilgi arayışı, heyecan ve eğlence, aile beraberliği, yeni deneyimler, dinlenme ve rahatlama	Temizlik ve güvenlik, açık hava aktiviteleri, doğal ve tarihi çevre, ulaşım kolaylığı ve ekonomik alışveriş, güneş ve egzotik atmosfer
Kim vd. 2003	Doğal kaynaklar ve sağlık, aile, macera ve arkadaşlık, akraba ziyareti, monotonluktan kaçış	İmkânlardaki çeşitlilikler, milli parklara kolay ulaşım, çeşitli turizm kaynakları ve bilgi
Bogari vd. 2003	Faydacılık, kültürel değerler, ekonomik, sosyal, bilgi, ilgi, rahatlama imkân çeşitliliği	Güvenlik, etkinlikler, plaj sporları ve aktiviteleri, doğa\açık hava, tarihi\kültürel, dini, bütçe, lüks ve boş zaman

Tablo 2: Çekici ve İtici Faktörler İle İlgili Yapılan Analitik Çalışmalar (Uysal, Li, ve Sirakaya-Turk, 2008; Klenosky, 2002).

2.3.1. İtme ve Çekme Faktörleri Arasındaki İlişki

İtme ve çekme etmenleri genellikle zaman içinde iki ayrı noktada alınan iki ayrı kararla ilişkili olarak tanımlanmıştır. Biri, gidip gitmeyeceğine, diğer ise nereye gideceği üzerine odaklanır (Klenosky, 2002). Dann 1981, “seyahat kararlaştırıldıktan sonra nereye gidileceğini, nereleri göreceğini ya da ne yapılacağını (belirli varış yerleri ile ilgili) ele alabileceğinizi belirtmiştir.

Bu nedenle perspektiften farklı olarak, diğer araştırmacılar, itme ve çekme faktörlerinin almaması gerektiğini öne sürmektedir. Birbirinden tamamen bağımsız olduğu, ancak birbiriyle temel olarak ilişkili olduğu göz önünde bulundurulur (Kenosky, 2002). Özellikle, iç kuvvetlerin insanları seyahat etmeye zorlarken, hedefin kendi dış kuvvetlerinin aynı anda bu belirli hedefi seçmeleri için onları aldıkları belirtilmiştir (Kim, Lee ve Klenosky, 2002).

Benzer şekilde, Dann (1981), “nereye gideceğine” karar vermeyen “potansiyel turistlerin”, motive edici itici gücüne yeterince uyan değişken faktörler de dikkate alabileceğine işaret etmiştir.

2.3.2. Literatürde İnanç Turizmi İle İlgili Yapılan Çalışmalar

Literatür de yer alan inanç turizmi ve dini motivasyonla ilgili benzer çalışmalara katkı sağlayabilecek bulgular elde edilmiştir. Örneğin; Dikici ve Sağır'ın (2012) çalışmasında Dindar turistler: inanç turizmi ve oluşan etkilerine sosyolojik bakışı, demre-myra örneğinde dindar turistler ve yerel halk etkileşimi incelenmiş sonuç olarak yerel halk, turizm ile kurdukları ilişki ekonomik tabanlı olarak tanımlanmıştır. Yerel halkın, gelen turistlerin çoğunluğunun günü birlik geldikleri için bölgeye belirgin bir sosyo-ekonomik katkısının olmadığı belirtilmiştir. Çalışmada yerel halkın bir kısmının turistleri ahlaki olarak toplumu olumsuz etkilediği ortaya çıkmıştır. Ayrıca turistlere karşı hoşgörülü bir ortam ve Türk toplumunun misafirperverliği çalışmada ortaya konulmuştur.

Şaman (2009) ise “Mersin ili inanç turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi: Mersin’de inanç turizmine katılanların profili üzerine araştırma” yapılmıştır. Mersin ilinin inanç turizmi kapsamında gelen turist profilini ve seyahatleri sırasındaki tatmin ve memnuniyet düzeylerini belirlemeye yönelik bir çalışma olmuştur.

Taş (2015) inanç turizmi kapsamında “Umre organizasyonlarına katılan müşterilerin memnuniyet düzeylerini çeşitli açılardan ölçmek ve seyahat acentelerin, müşteri memnuniyetine verdikleri önem düzeyinin saptamaktadır. Diğer bir hedef olarak da umre organizasyonu yapan acentelerin verdikleri hizmetlerden, organizasyona katılan umrecilerin memnuniyetlerini etkileyen etmenlerin anlaşılması” üzerine çalışma yapıp literatüre katkı sağlamıştır.

Güzel (2010) ise “turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında inanç turizmi kavramı, önemi ve ekonomik getirileri üzerinde durmak amacıyla yapılmış” ve bu turizm çeşidini incelemiştir.

Wickens (2002) Turist tipolojisine değişik bir bakış açısıyla bakılmasına olanak sağlamış çalışmadan yola çıkarak bir destinasyonu ziyaret eden turistlerin aşırı dindarlıktan laik dindar olmaya çalışan turist tiplerini ele alıp incelemiştir.

Usta (2005) “İzmit’in inanç turizm potansiyelinin değerlendirilmesi yapılmıştır. İnanç turizmi bakımından uluslararası turizm hareketliliğini sağlayacak yeterli turizm arzına sahip olup olmaması varsayımı” üzerine araştırma yapılmıştır.

Varsayımlar incelendiğinde yerel halkın yabancı turistlerin kutsal mekânlarda ibadet etmelerinde rahatsız olmadıkları ortaya çıkmıştır. Ayrıca yabancı turistlerin yerel halkın hoşgörülü davranışlarından memnun kaldığı ortaya çıkmaktadır. Yerel halkın yabancı turistler hakkında pozitif düşüncelere sahip oldukları ortaya çıkmıştır” inanç turizmi potansiyeli değerlendirilip incelenmiştir.

Tüm bu çalışmalardan hareketle inanç turizminin önemli bir potansiyele sahip olduğu ve söz konusu potansiyelin ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi için de geçerli olduğu söylenebilir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi özellikle Ortodoks Hristiyanlar için kutsal mekân, ziyaret yerlerine sahip olması ve çok sayıda dini ayinin gerçekleştirilmesi bakımından geçmişte Güneydoğu Anadolu Bölgesini terk etmek zorunda kalan Süryaniler için de önemli bir inanç turizmi merkezi konumundadır.

3. SÜRYANİLERİN İNANÇ TURİZMİNE KATILIM MOTİVASYONLARI: MARDİN İLİ ÖRNEĞİ

3. 1. Çalışmanın Amacı

İnanç turizmi gerek ulusal gerekse uluslararası düzeyde taşıdığı anlam bakımından alternatif bir turizm türü olarak büyük bir öneme sahiptir. Günümüzde zaman ve mekân olarak turistik yoğunlaşmanın azaltılabilmesi alternatif turizm türlerinin ön plana çıkarılabilmesi ile doğru orantılı olduğundan, inanç turizminin bu konudaki rolü yadsınamaz. İnsanların inançları gereği kutsal mekânları ziyaret edip dini ritüellerini yerine getirme, ruhsal bir doygunluğa, ruhevi bir huzura ulaşma ve inancını yaşayabilme gereksinimleri bulunduğundan inanç turizmi de bu motivasyonlar temelinde gerçekleşmektedir. İnsanlar inançlarının gerekliliklerini yerine getirmek amacıyla inanç turizmine yönelmekte ve kendi inançları için kutsal olan mekânları ziyaret etmektedirler.

İnanç turizmi, Türkiye’de ve özellikle çalışmanın yapılacağı bölge olan Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde bulunan Mardin ilinde turizm potansiyeli oldukça yüksektir. Mardin, Türkiye’de birçok ilin sahip olamadığı değerlere, kültürlere ve inançlara ev sahipliği yapmaktadır. Mardin ilinin inanç turizmi açısından ön planda olmasının en önemli nedeni diğer dinlere mensup kişilerin birlikte var oluşundan hareketle ortaya çıkan dini ve kültürel zenginlik ile çalışmanın konusunu teşkil eden Süryanilerin geçmişten bu yana Mardin’de oluşturmuş oldukları dini mekânlardır. Süryani yerel halkının inanç turizmine ilişkin pozitif yönlü algısı Mardin’de inanç turizminin gelişmesinin en önemli nedenlerinden birisi olduğu söylenebilir. Süryani yerel halkının bu algısı ve tutumu, inanç turizmi kapsamında hem yerli hem de yabancı Süryani ziyaretçilerin Mardin’e gelmesine katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda, Anadolu coğrafyasında geçmişten günümüze farklı inançlara sahip toplulukların bir arada yaşaması ve dolayısıyla kutsal mekânların çeşitliliğinden kaynaklı olarak inanç turizmi ülkemizde ön plana çıkan bir alternatif turizm türüdür. Söz konusu zenginlikten hareketle, bu çalışmada Anadolu coğrafyasında yaşamış ve halen yaşamakta olan, bunun yanı sıra farklı nedenlerden dolayı yurt dışına göç etmiş Süryanilerin inanç turizmine katılım motivasyonlarının belirlenmesi amaçlanmaktadır.

3.2. Çalışmanın Kısıtlılıkları

Çalışmada, belirlenen ölçekten hareketle oluşturulan anket formunu yerli Süryani ziyaretçiler haricinde yurt dışında yaşayan yabancı Süryani ziyaretçiler de doldurmuştur. Dolayısıyla yabancı katılımcılar çoğunlukla Almanca diline hâkim olduğu için söz anket formu Almancaya da çevrilmiştir. Bu noktada verilerin toplanma sürecinde bir rehberden yardım alınmış ve iletişim kurma gücüğü yaşanmıştır. Bununla birlikte anket formu Süryanilerin asıl dili olan Süryaniceye çevrilmek istense de, katılımcıların konuşma diline hâkim oldukları fakat okuma-yazma diline hâkim olmamalarından dolayı anket formu Süryani diline çevrilmemiştir. Özetle, araştırmanın birincil kısıtı yaşanan dil gücüğü ve iletişim sorunu olmuştur.

Araştırmanın bir diğerkısıtı ise katılımcı sayısının hedeflenenden az olmasıdır (252 katılımcı). Bunun temel sebebi ise katılımcıların anket formunu doldurma konusunda çekingen davranmalarıdır. Nitekim tarihsel süreç içerisinde yaşanmış pek çok olay kişilerde bütünleşik tehdit teorisi bağlamında ortaya çıkan olumsuz kalıp yargılar oluşmasına ve dolayısıyla iletişimde isteksizlik/çekingenlik/dışa kapalı olma gibi durumların yaşanmasına neden olmaktadır. Çalışmanın bir diğerkısıtı ise zaman ve maliyet açısından dini törenlere katılanlara rahat bir şekilde ulaşılammış olmasıdır. Yine bu kısıt da katılımcı sayısının daha fazla olması yönünde bir engel teşkil etmiştir.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma Mardin'i ziyarete gelen Süryani turistler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma için Mardin ilinin uygulama sahası olarak seçilmesinin nedeni inanç turizmi açısından bölgeye gelen yerli ve yabancı Süryani turistler inançlarını ve dini ritüellerini yerine getirmek için bu bölgeyi tercih etmektedirler. Araştırmada veri toplama tekniğı olarak yüz yüze anket tekniğinden faydalanılmıştır. Elde edilen veriler Statistical Package for the Social Sciences SPSS 24 İstatistik Paket Programında analiz edilmiş ve edinilen bulgular tablolastırılıp, yorumlanmıştır. Araştırmada örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Veriler 2017 Aralık ile 2018 Ağustos ayları içerisinde toplanmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi, herhangi bir ölçüt dikkate alınmadan, belirli bir mekândaki

herkese belirli bir zaman diliminde ulaşılmaya çalışılması” şeklinde tanımlanmaktadır (Kozak, 2015). Anketi yapan kişi, örnekleme oluşturacak olan hedef kitleye anketi doldurmayı önermektedir (Dibeci, 2014) ve anket formunu doldurmayı kabul eden katılımcılar ile araştırma gerçekleştirilmektedir. Veriler anket formları aracılığıyla Mardin’i inanç turizmi bağlamında ziyaret eden toplam 258 Süryani turistten elde edilmiştir. Bu anketler Rabbani Bayramlarda inanç merkezlerini ziyaret eden kişiler tarafından doldurulmuştur. Veri eksikliği, tutarsızlık gibi nedenlerden dolayı 6 anket formu çıkarılarak 252 adet anket analizlere dâhil edilmiştir. Katılımcılara uygulanan anket formu Ek-1’de verilmiştir.

Anketin birinci kısmında katılımcıların demografik özelliklerinin belirlenmesi için 10 adet soru sorulmuştur. Bu sorular; cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum, uyruk, meslek, aylık gelir, Mardin’e kaçınıcı geliş, mezhep ve son olarak da inanç derecesi olarak hazırlanmıştır. İkinci bölümde, katılımcıların motivasyonlarını ölçmek için kullanılan 16 ifade bulunmaktadır. Bu 16 madde Yaniv Poria (2012)’nin İsrail’de bulunan Ağlama duvarını ziyaret eden turistlerin motivasyonlarını, inanç derecelerini, mezheplerini ortaya koyan çalışmasından alınmıştır. Ayrıca Dibeci (2014) bu 16 maddeyi hac turizmine katılan Alman ve Rus turistlerin motivasyonları: Myra üzerine bir araştırma yapıp güvenilirliği ve geçerliliğinin kanıtlanmış olmasından kaynaklı bu anket formu kullanılmıştır. Üçüncü bölümde ise, katılımcıların memnuniyeti ve tekrar gelme isteklerini ölçen 6 madde (Poria, 2012 ve Dibeci 2014 çalışmasından alınmıştır) bulunmaktadır. Anket formunda 5’li Likert ölçeği kullanılmıştır. Likert ölçeği; katılımcıların belirli ifade biçimlerine ne ölçüde katılıp katılmadıklarını göstermek için eşit aralıklarla derecelendirilmiş bir ölçüm biçimidir (Kozak, 2015: 77). 5’li Likert ölçeğinin kullanıldığı ankette “1” “Kesinlikle Katılmıyorum”, “2” “Katılmıyorum”, “3” “ne katılıyorum ne katılmıyorum”, “4” “katılıyorum”, “5” “kesinlikle katılmıyorum” biçimde sınıflandırılmıştır.

Çalışmada, araştırmanın temel sorusu ve alt sorulardan meydana gelmektedir. Süryani halkının katılım motivasyonlarının neler olduğu ve inanç turizmi bağlamında Mardin’e nasıl bir katkı sağladığı araştırmanın temel sorusu olarak ortaya çıkmıştır.

Çalışmada yer alan alt sorular ise; araştırmının birinci sorusu;“ Süryani turistlerin katılım motivasyonları, daha önce Mardin iline inanç turizmi bağlamında seyahat edip etmemelerine göre farklılık göstermektedir” şeklinde kurulmuştur.

Araştırmının ikinci sorusu, “Süryani turistlerin katılım motivasyonları, eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir” şeklindedir.

Araştırmının üçüncü sorusu, “Süryani katılımcıların katılım motivasyonları, gelir durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir” şeklindedir.

Araştırmının dördüncü sorusu, “Süryani katılımcıların katılım motivasyonları, mezheplerine göre motivasyonlarında anlamlı farklılık gösterilmektedir” şeklindedir.

Araştırmının beşinci sorusu, “Süryani turistlerin katılım motivasyonları, yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermektedir” şeklindedir.

3.4. Süryani Katılımcılara Ait Demografik\ Betimleyici Bulgular

Tablo 3’de anket çalışmasına katılan katılımcıların demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, eğitim, meslek, medeni durum, aylık gelir, Mardin’i ziyaret etme sayısı, mezhep ve inanç derecesi) ait çıkan sonuçlar verilmiştir.

Tablo incelendiğinde; anketi cevaplayan toplam katılımcı sayısı 252 kişidir, bunların arasında % 61,1 oranında (N=154) erkek ve % 38,9 oranında (N=98) ise kadın katılımcı cevaplamıştır. Yer alan veriler sonucunda katılımcıların çoğunluğunun erkek %61,1 olduğu görülmektedir.

Yaş dağılımı incelendiğinde ise katılımcıların 65’i % 25,8’inin 18-28 yaş grubu, 24 kişi %8,5 60-70 yaş grubu olduğu gözlenmektedir. Bu durum genç nüfusun katılım oranında ağırlıklı olduğu ve yaşlı nüfusun ise az sayıda olduğu görülmektedir. Hemen ardından çoğunluk olarak (N=47) %18,7’sinin 29-39 yaş grubu olduğu, (N=43) %17,1 40-50 yaş grubu, (N=41) %16,3 50-60 yaş grubu, 70 ve üstü (N=32) %12,7 olduğu görülmektedir.

Katılımcılarımızın eğitim dağılımlarına değinildiğinde ise (N=77) %30,6 ilkokul mezunu olduğu, lisansüstü eğitimde ise (N=9) %3,6 dilimi oluşturmaktadır.

Yanıtlanan anketler ışığında eğitim durumunun çok az olduğu görülmektedir. Katılımcılarımızın medeni durumunu incelediğimizde (N=161) %63,9 oranında evli, (N=89) ise 35,3 oranında ise bekâr olduğu anlaşılmıştır.

Katılımcılarımızın meslek dağılımı incelendiğinde ise (N=81) %32,1’ni özel sektörde çalışanlar oluştururken (N=13) % 5,2 işsizler olan kişiler oluşturmaktadır. Katılımcıların çoğunluğunun özel sektörde çalışmasına koşut olarak %30,6 aylık geliri 1000€ ve 1000€’den daha azını oluşturmaktadır. 3001€’dan fazla geliri olan katılımcıları ise %10,3 oranındadır.

Tablo 3: Süryani Katılımcıların Demografik Dağılımları

Demografik Özellikler	Frekans	Oran (%)
Cinsiyet	(N:252)	
Kadın	98	38,9
Erkek	154	61,1
Toplam	252	100,1
Yaş grubu (N: 252)		
18-28 yaş grubu	65	25,8
29-39 yaş grubu	47	18,7
40-49 yaş grubu	43	17,1
50-59 yaş grubu	41	16,3
60-69 yaş grubu	24	8,5
70 ve üstü	32	12,7
Toplam	252	100,0
Eğitim durumu (N:252)		
Okula gitmedim	23	9,1
İlkokul	77	30,6
İlköğretim	41	16,3
Lise	61	24,2
Ön lisans- Lisans	41	16,3
Lisansüstü	9	3,6
Toplam	252	100,0
Medeni durum (N:252)		
Evli	161	63,9
Bekâr	89	35,3
Toplam	252	100,0
Meslek (N:252)		
Emekli	24	9,5
Kamu sektörü	34	13,5
Özel sektör	81	32,1
Kendi işinin sahibi	40	15,9
Ev hanımı	25	9,9
Öğrenci	35	13,9
İşsiz	13	5,2

Toplam	252	100,0
Aylık gelir (N:252)		
Gelirim yok	66	26,2
1000 € az	77	30,6
1001-2000 €	52	20,6
2001-3000 €	30	11,9
3001 € fazla	26	10,3
Toplam	252	100,0

Anket formumuza katılan kişilerin dağılımları incelendiğinde toplam katılımcı sayısı (N=252) %100,0 oranına sahip olduğunu incelenmiştir. Katılımcılar çoğunluk olarak Türk vatandaşı olduğunu görmekteyiz. Türk vatandaşı (N=125) %49,6 oranı oluşturmaktadır. Türk vatandaşı haricinde ikinci sırada Alman vatandaşı (N=72) ile %28,6 oranını oluşturmaktadır. İsveç ve İsviçre vatandaşı olan katılımcılar eşit bir şekilde (N=21) %8,3 oranını oluşturup, diğer ülke vatandaşlarının da olduğunu görmekteyiz bu sayıda (N=13) %5,2 oranını oluşturmaktadır.

Tablo 4: Mardin’i Ziyaret Eden Uyrukların Dağılımları

Uyrukların Dağılımı	Frekans	Oran (%)
T.C Vatandaşı	125	49,6
Alman Vatandaşı	72	28,6
İsveç Vatandaşı	21	8,3
İsviçre Vatandaşı	21	8,3
Diğer	13	5,2
Toplam	252	100,0

Tablo 5’e göre toplamda Mardin’e (N=252) % 100 oranında bir katılım oluşmuştur. Mardin’e ilk defa gelenler %9,9 oranına sahip, 7’den fazla gelenler ise %54,4 oranında büyük bir talep yoğunluğu görülmektedir. 1-3 defa gelenlerin oranına bakıldığında ise %19,0’luk bir dilimi oluşturduğunu görmekteyiz.

Tablo 5: Katılımcıların Mardin’i Ziyaret Etme Sayıları

Mardin’e geliş sayıları	Frekans	Oran (%)
İlk kez	25	9,9
1-3	48	19,0
4-6	42	16,7
7’den fazla	137	54,4
Toplam	252	100,0

Araştırmaya katılanların mezhepleri incelendiğinde %93,7 ile Ortodoksların (n=236) çoğunluğunu oluşturdukları görülmektedir. Katolik ve Protestan mezhebine

mensup olanlar ise (N=6) % 2,4'lük bir dilim oluşturdukları görülmektedir. Diğer mezheplere mensup kişiler ise (N=4) %1,6 oranında yer almaktadır. Analizler sonucu Süryani halkının çoğunluğunun Ortodoks mezhebine mensup olduğu görülmektedir.

Tablo 6: Katılımcıların Mezhep Dağılımları

Mezhep Dağılımları	Frekans	Oran (%)
Katolik	6	2,4
Protestan	6	2,4
Ortodoks	236	93,7
Diğer	4	1,6
Toplam	252	100,0

Katılımcıların %73,8'i (N=186 katılımcı) kendisini inançlı olarak ifade ederken %2,4'ü inanç derecelerinin yoğun olmadığını ifade etmişlerdir. Yapılan analizler sonucunda Süryanilerin inançlarına bağlı oldukları görülmektedir.

Tablo 7: Katılımcıların İnanç Derecesi Dağılımı

İnanç Puanları	Frekans	Oran (%)
1 puan (kesinlikle inançlı değilim)	6	2,4
2 puan (inançlı değilim)	8	3,2
3 puan (ne inançlıyım ne değilim)	52	20,6
4 puan (inançlıyım)	69	27,4
5 puan (kesinlikle inançlıyım)	117	46,4
Toplam	252	100,0

3.5. Süryani Katılımcılarının Katılım Motivasyonlarına İlişkin Bulgular

Araştırma Kapsamında 22 maddeden oluşan ölçeğin tamamı güvenilirlik analizine alınmıştır. 22 maddeden oluşan ölçeğin güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 8'de verilmiştir. 22 maddelik ölçeğin tamamı için Crobbach's Alpha katsayısı 0,726 olarak hesaplanmıştır. Bu oran ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir (Tan, 2018). Ayrıca, madde silindiğinde oluşan Cronbach's Alpha katsayıları incelendiğinde, herhangi madde silindiğinde ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısında artış olmayacağı anlaşıldığından güvenilirlik analizinin sonuçlarına göre madde çıkarılmaması ön görülmüştür.

Çalışmada yapılan analizlerden bir tanesi de güvenilirlik analizidir. Güvenirlik analizi yapılmadan önce bir güvenilirlik analizi Cronbach'a Alfa değerimizi ölçülmesi gerekmektedir. Anket formu analize tabi tutulduğunda ortalamaları en yüksek ve en

düşük maddeler ortaya çıkmaktadır. Ortalamaları en yüksek maddeler şöyledir; 18. madde, ortalaması 4,5198 (Ziyaret sizi duygusal anlamada etkiler); 20. madde, ortalaması 4,4286 (Mardin'e tekrar geldiğinizde burayı tekrar ziyaret edersiniz); 21. madde, ortalaması 4,4524 (Buraya gelmeyi arkadaşlarınıza tavsiye edersiniz). Ortalamaları en düşük maddeler ise; 4. madde, ortalaması 2,0913 (Mola vermeyi istediğiniz için); 3. madde, ortalaması 2,2381 (Yolunuzun üzeri olduğu için); 9. madde, ortalaması 2,5317 (Biraz eğlenmek istediğiniz için) şeklinde sıralanmaktadır. Güvenirlik analizi yapılırken, Cronbach Alfa değerinin 0.70 ve üstü olduğu durumlarda ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilmektedir (Bayram, 2015). Fakat anket soru sayısı az ise bu değer sınır 0.60 değeri ve üstü olarak kabul edilir (Durmuş, Yurtkoru ve Çinko, 2011). Yapılan analiz sonucuna göre 252 katılımcıyla anket sonucu Cronbach'a Alfa Güvenirlik değeri 0,726 olarak tespit edilmiştir. Bu değer araştırmanın %72,6 güvenilir olduğunu belirtmektedir.

Çalışmada yapılan diğer bir analiz ise faktör analizidir. Faktör analizine geçmeden önce ölçeğin güvenilirliği irdelenir. Güvenirlik irdelenirken ölçeğin tamamı için Cronbach's Alfa, ölçekten madde silindiğinde oluşan Cronbach's Alfa ve Madde bütün korelasyon değerleri incelenir. Cronbach's Alfa değeri 0,726'dır. Ölçekte 22 madde oluşmakta ve bu maddelerin toplam iç tutarlığının kat sayısı 726 olmaktadır. Bu değer, 700'ün üzerinde olması gerekmektedir. Madde bütün korelasyon değeri negatif yönlü ve. 250 değerinin altında korelasyon olmaması gerekmektedir.

Tablo 8. Süryani Katılımcılarının Katılım Motivasyonları Güvenirlik Analizi Sonuçları

İFADELER	Corrected Item-Total Correlation (<i>Madde Bütün Korelasyon Değeri</i>)	Cronbach's Alpha İf Item Deleted (<i>Madde Silindiğinde Oluşan Cronbach's Alfa Değeri</i>)
1. Dini özelliklerinden dolayı	,248	,719
2. Tarihi geçmişinden dolayı	,355	,713
3. Yolunuzun üzerinde olduğu için	,162	,725
4. Mola vermeyi istediğiniz için	,176	,724
5. Mardin'in doğası için	,402	,708
6. Mardin hakkında bir şeyler öğrenmek istediğiniz için	,177	,724
7. Kendinizi ziyaret etmeye zorunlu hissettiğiniz için	,191	,723
8. Kültürünüzün bir parçası olduğu için	,402	,712
9. Biraz eğlenmek istediğiniz için	,199	,723
10. Burada dua etmek istediğiniz için	,435	,708
11. Duygusal anlamda Mardin'i tam olarak hissetmek için	,427	,708
12. Mardin'e gelmeye zorunlu hissettiğiniz için	,253	,719
13. Mardin'i ziyaretin, önemli olduğunu düşündüğünüz için	,422	,710
14. Mardin'e ait olduğunuzu hissettiğiniz için	,567	,701
15. Görülmesi gereken bir yer olduğu için	,441	,710
16. Rahatlamayı istediğiniz için	,578	,701
17. Ziyaret sırasında kendi kültürünüzü burada hissedersiniz	,500	,708
18. Ziyaret sizi duygusal anlamda etkiler	,138	,764
19. Ziyaret size gurur verir	,565	,704
20. Mardin'e tekrar geldiğinizde burayı ziyaret edersiniz	,540	,706
21. Buraya gelmeyi arkadaşlarınıza tavsiye edersiniz	,561	,706
22. Mardin'i ziyaret etmekten memnun kaldım	,172	,760
Ölçeğin Tamamı İçin Cronbach's Alfa Değeri		0,726

Ölçek:1:Kesinlikle Katılmıyorum, 2:Katılmıyorum,3: Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum,5: Kesinlikle Katılıyorum

3.6.Süryani Katılımcılarının Katılım Motivasyonları Ölçeğine Uygulanan Faktör Analizine İlişkin Bulgular

“Faktör analizi, birbiriyle ilişkili çok sayıda değişkeni bir araya getirerek, az sayıda kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler (faktörler ve yapılar) keşfetmeyi ya da faktörler ile göstergeleri arasında tanımlanan ilişkileri açıklayan ölçme

modellerini test etmek amacıyla kullanılan çok değişkenli bir istatistiktir” (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012).

İnanç turizmine katılan Süryani halkının Mardin iline gelmelerini sağlayan motivasyonlarının yapısını belirlemek amacıyla açıklayıcı (exploratory) faktör analizinden faydalanılmıştır. Anket formunda motivasyonları belirlemek için yer alan 16 önerme faktör analizine tabi tutulmuştur. İlk olarak örneklem sayısının yeterli olup olmadığına öğrenmek için KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ve Barlett’s test of Sphericity (Barlett Küresellik testi) yararlanılmıştır. Faktör analizi yapabilmeyen ön şartı değişkenler arasında belli bir oranda korelasyon, (ilişki) bulunmasıdır. Barlett küresellik testi değişkenler arasında yeterli oranda ilişki olup olmadığını gösterir. Eğer Barlett testinin p değeri 0,05 anlamlılık derecesinden düşük ise değişkenler arasında faktör analizi yapmaya yeterli düzeyde bir ilişki vardır. Eğer testin sonucu anlamlı değilse değişkenler faktör analizi yapmaya uygun değildir (Durmuş ve ark., 2011). KMO değeri 0 ile 1 arasından olabilir. Değer 1’e yaklaştıkça değişkenler arasındaki ilişkilerin net olduğu ve faktör analizinin güvenilir sonuçlar vereceği söylenebilir (Field 2000 akt. Akbulut, 2010). Bununla birlikte; 0,7 ile 0,8 arasındaki değerler iyi, 0,8 ile 0,9 arasındaki değerler çok iyi ve 0,9 ‘dan yüksek olan değerler ise mükemmel derecededir (Cattell, 2012). Yapılan analizler sonucunda KMO değeri 0,791 bulunmuştur. Bu oran faktör analizine uygunluğunu göstermektedir.

Analiz sonucu, eşkökenliliği (communality) 0,5’in üstünde olan toplam varyansı % 63,78 oranında açıklayan özdeğeri 1’den büyük olan faktörler alınmıştır (Bayram, 2015). Çalışmada alınan faktörlerden beş boyut elde edilmiştir.

Yapılan faktör analizi sonucunda beş boyut elde edilmiştir. Birinci boyutun toplam varyansın %25,089 oranında açıklamakta olup “ aidiyet duygusuna bağlı nedeler” olarak adlandırılmıştır. Birinci faktörde oluşan maddeler; “Mardin hakkında bir şeyler öğrenmek istediğiniz için”, “Görülmesi gereken bir yer olduğu için”, “Mardin’e ait olduğunuzu hissettiğinizi için”, “Mardin’in doğası için”, “Rahatlamayı istediğiniz için”, “Mardin’i ziyaretin, önemli olduğunu düşündüğünüz için”, “Duygusal anlamda Mardin’i tam olarak hissetmek için”, diye maddeler yer almaktadır. Birinci boyutun güvenilirliği ise 0,678 olduğu görülmüştür.

İkinci boyutun toplam varyansı % 13,489 oranında açıklanmakta olup “zorunluluğa bağlı nedenler” olarak adlandırılmıştır. İkinci faktörde oluşan maddeler; “Mardin’e gelmeye zorunlu hissettiğiniz için”, “Kendinizi ziyaret etmeye zorunlu hissettiğiniz için”, maddeler yer almaktadır. İkinci boyutun güvenilirliği ise 0,657 olduğu görülmüştür.

Üçüncü boyutun toplam varyansı % 10,793 oranında açıklanmakta olup “Kişisel nedenlere bağlı” olarak adlandırılmıştır. “Mola vermeyi istediğiniz için”, “Yolunuzun özerinde olduğu için”, maddeler yer almaktadır. Üçüncü boyutun güvenilirliği ise 0,913 olduğu görülmüştür.

Dördüncü boyutun toplam varyansı % 7,626 oranında açıklanmakta olup “İnanca bağlı nedenler” olarak adlandırılmıştır. “Dini özelliklerinden dolayı mı”, “Burada dua etmek istediğinizi için”, maddeler yer almaktadır. Dördüncü boyutun güvenilirliği ise 0,641 olduğu görülmüştür.

Beşinci boyutun toplam varyansı % 6,787 oranında açıklanmakta olup “Kültüre bağlı nedenler” olarak adlandırılmıştır. “Biraz eğlenmek istediğiniz için”, “Tarihi geçmişinden dolayı mı” “Kültürünüzün bir parçası olduğu için”, maddeler yer almaktadır. Beşinci boyutun güvenilirliği ise 0,409 olduğu görülmüştür.

Tablo 9. Süryani Katılımcılarının Katılım Motivasyonları Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler (5)	Eşkökenlilik (Extraction)	Yük	Özdeğer (Eigenvalues)	Varyans	Ortalama (mean)	Güvenirlilik
Aitlik duygusuna bağlı nedenler						
6. Mardin hakkında bir şeyler öğrenmek istediğiniz için	,632	,726	2,751	17,195	3,9546	,678
15. Görülmesi gereken bir yer olduğu için	,519	,671				
14. Mardin'e ait olduğunuzu hissettiğinizi için	,523	,572				
5. Mardin'in doğası için	,565	,558				
16. Rahatlamayı istediğiniz için	,533	,557				
13. Mardin'i ziyaretin, önemli olduğunu düşündüğünüz için	,559	,537				
11. Duygusal anlamda Mardin'i tam olarak hissetmek için	,516	445				
Zorunluluk						
12. Mardin'e gelmeye zorunlu hissettiğiniz için	,692	,803	2,118	30,432	3,1647	,657
7. Kendinizi ziyaret etmeye zorunlu hissettiğiniz için	,583	,761				
Kişisel nedenler						
4. Mola vermeyi istediğiniz için	,877	,933	2,094	43,517	2,1647	,913
3. Yolunuzun özerinde olduğu için	,877	,931				
İnanca bağlı nedenler						
1. Dini özelliklerinden dolayı mı?	,753	845	1,644	53,792	3,8392	,641
10. Burada dua etmek istediğinizi için	,745	,802				
Kültüre bağlı nedenler						
9. Biraz eğlenmek istediğiniz için	,701	,254	1,599	63,784	3,6322	,409
2. Tarihi geçmişinden dolayı mı?	,636	,655				
8. Kültürünüzün bir parçası olduğu için	,495	,592				

3.7. Süryani Katılımcıların Mardin’i Ziyaret Etme Nedenlerine İlişkin Bulgular

İnanç turizmine katılan Süryanilerin Mardin’e gelmelerini sağlayan nedenler arasında ortalamaları en yüksekten en düşük seviyeye kadar sıralanmıştır. Ortalama (mean) değerlerine bakıldığında “Dini özelliklerinden dolayı?” ve “Burada dua etmek istediğinizi için” 22 madde arasında düşük değerlere sahiptir. Dini özelliklerinden dolayı? 3,8968, “Burada dua etmek istediğinizi için 3,7817 ortalamaya sahiptir. Bu değerler incelendiğinde Süryanilerin inançların düşük olduğu gözlenmektedir. Duygusal etki, tavsiye ve tekrar gelme isteği olan maddeler ise çok yüksek çıkmaktadır. Değerler incelendiğinde Mardin’e gelen Süryani turistlerin inanca bağlı nedenler değil de duygusal nedenler, tavsiye ve memnuniyete bağlı nedenlerle Mardin’i ziyaret etmektedirler.

Mardin’e gelen Süryani turistlerin ortalamalarına bakıldığında aşağıda belirtilen maddeler yüksek çıkmaktadır. Katılımcıların Mardin’e gelirken onları motive eden, memnun eden, tavsiye etme duygusal etki ve tekrar gelme isteğine ait maddelerin ortalamaları tablo 10’de verilmiştir. Tablo 10 incelendiğinde “Ziyaret sizi duygusal anlamda etkiler” ve “Buraya gelmeye arkadaşlarınıza tavsiye eder misiniz”, “Mardin’e tekrar geldiğinizde burayı ziyaret edersiniz”, “Görülmesi gereken bir yer olduğu için” Süryani katılımcıları motive eden en önemli dört özellik olduğu görülmektedir. Diğer motivasyon öğeleri ise yüksek çıkan maddelerin aksine düşük çıkmaktadır. Düşük olan maddeler ise sırasıyla şöyledir. “Biraz eğlenmek istediğiniz için”, “Yolunuzun üzerinde olduğu için” ve “Mola vermeyi istediğiniz için” Süryani katılımcılar için önemi olmayan motivasyon öğeleridir. Süryani turistlerin memnuniyet derecesine bakıldığında “Mardin’i ziyaret etmekten memnun kaldım” genel olarak yüksektir (4,33).

Tablo 10: Katılımcıların Mardin’i Ziyaret Etme Nedenleri

Mardin’i Ziyaret Etme Nedenleri	Mean (ortalama)
1.Ziyaret sizi duygusal anlamda etkiler	4,5198
2. Buraya gelmeye arkadaşlarınıza tavsiye eder misiniz?	4,4524
3. Mardin’e tekrar geldiğinizde burayı ziyaret edersiniz	4,4286
4. Görülmesi gereken bir yer olduğu için	4,3492
5. Ziyaret sırasında kendi kültürünüzü burada hissedersiniz	4,3452
6. Mardin’i ziyaret etmekten memnun kaldım	4,3333
7. Kültürünüzün bir parçası olduğu için	4,3214
8. Mardin’e ait olduğunuzu hissettiğinizi için	4,2698
9. Ziyaret size gurur verir	4,2063
10. Tarihi geçmişinden dolayı mı?	4,0437
11. Rahatlamayı istediğiniz için	4,0079
12. Mardin’i ziyaretin, önemli olduğunu düşündüğünüz için	3,9722
13. Duygusal anlamda Mardin’i tam olarak hissetmek için	3,9683
14. Dini özelliklerinden dolayı mı?	3,8968
15. Burada dua etmek istediğinizi için	3,7817
16. Mardin hakkında bir şeyler öğrenmek istediğiniz için	3,7460
17. Mardin’in doğası için	3,3690
18. Mardin’e gelmeye zorunlu hissettiğiniz için	3,2381
19. Kendinizi ziyaret etmeye zorunlu hissettiğiniz için	3,0913
20. Biraz eğlenmek istediğiniz için	2,5317
21. Yolunuzun üzerinde olduğu için	2,2381
22.Mola vermeyi istediğiniz için	2,0913

Katılımcıların kültürel ve duygusal etkilerinin standart sapma ve ortalamalarına bakıldığında “Ziyaret sizi duygusal anlamda etkiler” maddesi “Ziyaret sırasında kendi kültürünüzü burada hissedersiniz” maddesinden daha yüksek çıkmaktadır. Genel itibariyle bakıldığında her iki maddenin değerleri yüksek çıkmaktadır. Şu sonuca varmamız mümkün olur. Mardin’e gelen Süryani turistlerin bölgede kendi kültürünü yaşaması ve yaşatması önemli olup duygusal anlamda etkilenmesi kültürünü ve duygusuna yaşatmaktadır.

Tablo 11. Katılımcıların Kültürel ve Duygusal Etkiye Bağlı Bulgular

Kültürel ve Duygusal Etki veya Bağlılık	Mean (ortalama)
17. Ziyaret sırasında kendi kültürünüzü burada hissedersiniz	4,3452
18. Ziyaret sizi duygusal anlamda etkiler	4,5198

Süryani katılımcıların memnuniyet ve tavsiye durumlarına bakıldığında, standart sapma ve ortalamalar incelendiğinde maddeler arasından en yüksek düzeye ulaşılmıştır. Maddeler tek tek incelendiğinde katılımcıların Mardin ilini ziyaret etmekten memnun kaldıkları ve çevrelerindeki insanlara tavsiye ettikleri görülmüştür. Motivasyonun yüksek olduğu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 12. Katılımcıların Memnuniyet ve Tavsiyelerine İlişki Bulgular

Memnuniyet ve Tavsiye	Mean (ortalama)
19. Ziyaret size gurur verir	4,2063
21. Buraya gelmeye arkadaşlarınıza tavsiye eder misiniz?	4,4524
20. Mardin'e tekrar geldiğinizde burayı ziyaret edersiniz	4,4286
22.Mardin'i ziyaret etmekten memnun kaldım	4,3333

3.8. Süryani Katılımcıların Katılım Motivasyonlarının Demografik Değişkenlere Göre Farklaşmasına İlişkin Bulgular

Araştırmanın birinci sorusu ;“ Süryani turistlerin katılım motivasyonları, daha önce Mardin iline inanç turizmi bağlamında seyahat edip etmemelerine göre farklılık göstermektedir” şeklinde kurulmuştur. Anket formunu yanıtlayan katılımcıların, daha önce Mardin iline inanç turizmi bağlamında katılım gösterip göstermediğini Tek Yönlü Anova testi ile incelemeye alınmıştır. Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) testi sonuçları tablo 13'te sunulmuştur. Yapılan analiz sonuçları incelendiğinde ankete katılan katılımcıların boyutları, İnanç dereceleri, Aidiyet duygusu, Kişisel nedenlere ve Kültürel nedenlere bağlı ilgili boyutların Mardin'e ilk kez gelen katılımcılar yedi 'den fazla gelen katılımcı sayılarından az olduğu görülmektedir. Anket formuna katılan katılımcılar 4-6'ncı kez, gelen katılımcı sayısı 1-3 kez gelen katılımcıların ortalamaları fazladır. Bu durumda ilk kez gelen katılımcı inanç düzeyine göre tekrar gelme ihtiyacı hissetmektedir. Zorunluluğa Bağlı Nedenler bakıldığında ise, 4-6 kez gelen katılımcılar ilk kez gelen katılımcılara göre daha düşük derecede çıkmaktadır. 1-3 kez gelen katılımcı sayısı ise diğer katılımcı

sayılarına göre daha yüksek bir derecede çıkmaktadır. Bu nedenle zorunluluğa bağlı nedenlerde zorunluluk esas alındığında katılım derecesinin arttığı gözlenmektedir. Analiz sonucuna bakıldığında boyutlar arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Aralarında anlamlı farklılık görülen boyutlar “inanç dereceleri, aidiyet duygusu, kişisel nedenler ve kültüre bağlı nedenler” dir.

Tablo 13: Katılımcıların Mardin'e Geliş Sıklığına Göre ANOVA Sonuçları (Post Hoc Testi\LDS)

Katılım Motivasyonlar	Grup	N	Ort.	Std. Sapma	F Değeri	Farklılık
İnanç Dereceleri	A İlk Kez	25	3,14	,918	7,108*	0,159 A<D B<C
	B 1-3	48	3,69	1,019		
	C 4-6	42	3,89	,822		
	D 7'den fazla	137	4,00	,853		
Aidiyet Duygusu	A İlk Kez	25	3,57	,847	6,775*	0,008 A<D ve C C<D
	B 1-3	48	3,72	,822		
	C 4-6	42	3,94	,604		
	D 7'den fazla	137	4,10	,597		
Zorunluluğa Bağlı Nedenler	A İlk Kez	25	3,06	1,14	,259	0,063 C<A<D D<B
	B 1-3	48	3,23	1,32		
	C 4-6	42	3,05	1,01		
	D 7'den fazla	137	3,18	1,19		
Kişisel Nedenler	A İlk Kez	25	3,38	,598	2,832*	0,039 A<D C<B
	B 1-3	48	3,60	,733		
	C 4-6	42	3,53	,629		
	D 7'den fazla	137	3,71	,519		
Kültüre Bağlı Nedenler	A İlk Kez	25	3,38	,598	2,832*	0,039 A<D C<B
	B 1-3	48	3,60	,733		
	C 4-6	42	3,53	,629		
	D 7'den fazla	137	3,71	,519		

Araştırmanın ikinci sorusu, “Süryani turistlerin katılım motivasyonları, eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir” şeklindedir. Anket formuna katılan katılımcıların katılım motivasyonlarına verdikleri yanıtların, katılımcıların eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile araştırılıp incelenmiştir. Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi tablo 13’de verilmiştir. Tablo incelendiğinde eğitim durumlarına göre, inanç derecesi, kişisel nedenler ve kültüre bağlı nedenlere verilen cevaplar, katılımcıların eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir. Diğer yandan aidiyet duygusu, (F: 6,419 ve $p<0,05$), zorunluluğa bağlı nedenler, (F: 4,127 ve $p<0,05$), katılımcıların eğitim durumlarına göre verdikleri yanıtların ortalamalarına bakıldığında aralarında daha da güçlü bir anlamlı farklılık görülmektedir.

Anlamlı farklılık bulunduğu katılım motivasyonlarında, farklılıkların hangi eğitim durumu arasında olduğu incelendiğinde, aidiyet duygusu lise düzeyinde eğitim gören katılımcıların daha çok katılım gösterdiğini ve en yüksek derecenin görüldüğü anlaşılmaktadır. Ön lisan-lisans ve Yüksek lisans eğitim düzeyine bakıldığında en düşük seviyelerin olduğu görülmektedir. Bu durum katılımcılarımızın eğitim seviyesinin düşük olduğunu göstermektedir. Süryani halkının eğitim durumları göz önüne alındığında eğitim seviyesinin düşük olduğu görülür.

Zorunluluğa bağlı nedenler, eğitim düzeyine göre verilen cevaplar arasındaki anlamlılık ise lise düzeyinde eğitim gören katılımcıların daha az katılım gösterdiği ve en düşük seviyede görüldüğü anlaşılmaktadır. Ankete verilen verilerde eğitim durumu “Okula gitmedim ve yüksek lisans” eğitim düzeyine bakıldığında ise en yüksek seviyeye ulaşıldığı görülmektedir. Zorunluluğa bağlı nedenlere bakıldığında eğitim seviyesinin hem yüksek hem de en düşük oranlara çıkıldığı gözlenmektedir. Analiz sonucuna bakıldığında tüm boyutlar arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Aralarında anlamlı farklılık görülen boyutlar “inanç dereceleri, zorunluluğa bağlı nedenler, aidiyet duygusu, kişisel nedenler ve kültüre bağlı nedenler” dir.

Tablo 14: Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre ANOVA Sonuçları (Post Hoc Testi\LDS)

	Grup		N	Ort.	Standart Sapma	F Değeri	Farklılık
İnanç Dereceleri	A	Okula Gitmedim	23	4,15	,817	1,701*	0,027 F<E<C D<B<A
	B	İlkokul	77	3,90	,841		
	C	İlköğretim	41	3,73	,837		
	D	Lise	61	3,79	,945		
	E	Ön lisans-Lisans	41	3,60	1,137		
	F	Lisansüstü	9	3,27	,666		
Aidiyet Duygusu	A	Okula Gitmedim	23	4,06	,577	6,419*	0,062 E<F<A B<C<D
	B	İlkokul	77	4,13	,644		
	C	İlköğretim	41	4,23	,433		
	D	Lise	61	4,73	,747		
	E	Ön lisans-Lisans	41	3,59	,803		
	F	Lisansüstü	9	3,96	,488		
Zorunluluğa Bağlı Nedenler	A	Okula Gitmedim	23	3,50	1,22	4,127*	0,463 D<E<B A<F<C
	B	İlkokul	77	3,35	1,16		
	C	İlköğretim	41	3,50	1,060		
	D	Lise	61	2,73	1,14		
	E	Ön lisans-Lisans	41	2,82	1,21		
	F	Lisansüstü	9	3,55	,807		
Kişisel Nedenler	A	Okula Gitmedim	23	3,47	,609	1,987	0,165 A<D<E C<B<F
	B	İlkokul	77	3,73	,562		
	C	İlköğretim	41	3,65	,446		
	D	Lise	61	3,49	,637		
	E	Ön lisans-Lisans	41	3,63	,682		
	F	Lisansüstü	9	3,96	,611		
Kültüre Bağlı Nedenler	A	Okula Gitmedim	23	3,47	,609	1,987	0,165 A<D<E C<B<F
	B	İlkokul	77	3,73	,562		
	C	İlköğretim	41	3,65	,446		
	D	Lise	61	3,49	,637		
	E	Ön lisans-Lisans	41	3,63	,682		
	F	Lisansüstü	9	3,96	,611		

Araştırmanın üçüncü sorusu, “Süryani katılımcıların katılım motivasyonları, gelir durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir” şeklindedir. Anket formuna katılan katılımcıların yanıtların gelir durumuna göre anlamlı farklılık olup olmadığını Tek Yönlü Varyans Analizi(ANOVA) ile incelenmiştir. Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi tablo 14’te verilmiştir. Tablo incelendiğinde gelir durumuna bakıldığında inanç dereceleri dağılımında gelir baz alındığında aralarında pek bir fark bulunmamaktadır. Gelir seviyeleri birbirine çok yakın olup anlamlı düzeyde olduğu görülmektedir.

Aidiyet duygusuna bakıldığında ise gelir seviyesinin inanç seviyesine göre yükselmekte olduğu görülür. Analiz incelendiğinde 1001- 2000 € ve 2001- 3000 € arasındaki ortalama değer aynı çıkmaktadır. Değerlerin yüksek çıkması ve aynı düzeyde çıkması Mardin iline yapılan döviz getirisinin aidiyetlik duygusuyla örtüştüğü görülmektedir. Anlamlılık derecesine bakıldığında (F:3,084ve $p<0,05$) olduğu görülür.

Zorunluluğa bağlı nedenler boyutunda ise “gelirim yok” seçeneğinin ortalaması en düşük olduğu, gelir seviyesinin “3001 €” fazla seçeneğinin olduğu görülmekte bu nedene bağlı gelir seviyesinin herhangi bir zorunluluğa dayanmadığı ortaya çıkmaktadır. Mardin’i ziyaret eden katılımcılar ziyaret esnasında ekonomik durumlarını etkilememektedir. Anlamlılık derecesine bakıldığında (F:1,751 ve $p<0,05$) olduğu görülmektedir.

Kişisel nedenler ve kültüre bağlı nedenler boyutunda her iki boyutun anlamlılık değerlerinin ve ortalamalarının yapılan analizde aynı çıkması kişisel nedenlerin kültürel nedenleri etkilediği ortaya çıkmaktadır. Bu durum anket formuna katılan katılımcıların kişisel ve kültürel değerlerinin gelir seviyesine aynı derecede yansıdığına göstergesidir. Her iki boyutta “Gelirim yok” ve “2001- 3000 €” gelire sahip katılımcıların ortalamaları aynıdır. Ortalamalar incelendiğinde ise en yüksek gelire sahip “1000 €” ve “1001- 2000 €” olduğu görülmektedir. Anlamlılık derecesine bakıldığında (F: ,364ve $p<0,05$) olduğu görülmektedir.

Tablo 15: Katılımcıların Gelir Durumlarına göre ANOVA Sonuçları (Post Hoc Testi\LDS)

		Grup	N	Ort.	S.Sapma	F değeri	Farklılık
İnanç Dereceleri	A	Gelirim yok	67	3,84	,942	,500	0,299 E<D A<C<B
	B	1000 €	77	3,90	1,00		
	C	1001- 2000 €	52	3,85	,971		
	D	2001- 3000 €	30	3,81	,675		
	E	3001 € fazla	26	3,61	,752		
Aidiyet Duygusu	A	Gelirim yok	67	3,91	,731	3,084*	0,050 B<A E<C,D
	B	1000 €	77	3,76	,809		
	C	1001- 2000 €	52	4,14	,541		
	D	2001- 3000 €	30	4,14	,413		
	E	3001 € fazla	26	4,01	,660		
Zorunluluğa Bağlı Nedenler	A	Gelirim yok	67	2,87	1,181	1,751*	0,134 A<B D<C<E
	B	1000 €	77	3,18	1,267		
	C	1001- 2000 €	52	3,28	1,054		
	D	2001- 3000 €	30	3,25	1,031		
	E	3001 € fazla	26	3,50	1,25		
Kişisel Nedenler	A	Gelirim yok	67	3,57	,655	,364	0,094 A,D<E C<B
	B	1000 €	77	3,68	,653		
	C	1001- 2000 €	52	3,65	,489		
	D	2001- 3000 €	30	3,57	,445		
	E	3001 € fazla	26	3,64	,645		
Kültüre Bağlı Nedenler	A	Gelirim yok	67	3,57	,655	,364	0,094 A,D<E C<B
	B	1000 €	77	3,68	,653		
	C	1001- 2000 €	52	3,65	,489		
	D	2001- 3000 €	30	3,57	,445		
	E	3001 € fazla	26	3,64	645		

Araştırmanın dördüncü hipotezi, “Süryani katılımcıların katılım motivasyonları, mezheplerine göre motivasyonlarında anlamlı farklılık gösterilmektedir” şeklindedir. Anket formuna katılan katılımcıların verdikleri

yanıtlara göre anlamlı farklılık olup olmadığını Tek Yönlü Varyans Analizi(ANOVA) ile incelenmiştir. Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi tablo 15’te verilmiştir. Tablo incelendiğinde Süryani katılımcıların mezheplerine bakıldığında İnanç dereceleri (F:2,193ve $p<0,05$) dağılımında, aidiyet duygusu (F:1,704 ve $p<0,05$), zorunluluğa bağlı nedenler (F:1,128 ve $p<0,05$), kişisel nedenler ve kültüre bağlı nedenler (F: 2,624 $p<0,05$) te “Ortodoks” oldukları görülmektedir. Yüz yüze anket görüşmesinde ankete katılan katılımcıların aynı cevabı verdiği analiz sonucunda da ortaya çıkmıştır. “Katolik, Protestan ve Diğer” mezheplere bakıldığında sayıca az olduğu görülmekte ortalamalara bakıldığında ise en düşük seviyede olduğu görülmektedir. Yüz yüze anket görüşmelerinde katılımcıların cevapları arasında “Katolik, Protestan ve Diğer” seçeneklerin az olmasının sebebi Süryani halkının “Kadim Süryaniler” diye bilinmesi Ortodoks mezhebine mensup oldukları gösterilmektedir. Hristiyanlığı kabul eden ilk topluluk olması bu nedeni açıklamaktadır. Ortodoks olup daha sonra mezhep değişikliğine giden katılımcı sayısını az olması da bu nedeni açıklamaktadır. Analiz sonucuna bakıldığında tüm boyutlar arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Aralarında anlamlı farklılık görülen boyutlar “inanç dereceleri, zorunluluğa bağlı nedenler, aidiyet duygusu, kişisel nedenler ve kültüre bağlı nedenler” dir.

Tablo 16: Katılımcıların Mezhep Dağılımları Göre ANOVA Sonuçları (Post Hoc Testi\LDS)

		Grup	N	Ort.	S.Sapma	F değeri	Farklılık
İnanç Dereceleri	A	Katolik	6	3,25	1,60	2,193*	0,006 A-D<C<B
	B	Protestan	6	4,41	,584		
	C	Ortodoks	236	3,84	,903		
	D	Diğer	4	3,25	,500		
Aidiyet Duygusu	A	Katolik	6	3,33	1,24	1,704*	0,044 A<D C<B
	B	Protestan	6	4,04	,379		
	C	Ortodoks	236	3,96	,685		
	D	Diğer	4	3,85	,420		
Zorunluluğa Bağlı Nedenler	A	Katolik	6	2,50	1,61	1,128*	0,022 A-D<B<C
	B	Protestan	6	3,33	1,50		
	C	Ortodoks	236	3,18	1,16		
	D	Diğer	4	2,50	,408		
Kişisel Nedenler	A	Katolik	6	3,11	,934	2,624*	0,049 A<C D<B
	B	Protestan	6	4,05	,250		
	C	Ortodoks	236	3,63	,589		
	D	Diğer	4	3,75	,419		
Kültüre Bağlı Nedenler	A	Katolik	6	3,11	,934	2,624*	0,049 A<C D<B
	B	Protestan	6	4,05	,250		
	C	Ortodoks	236	3,63	,589		
	D	Diğer	4	3,75	,419		

Araştırmanın beşinci sorusu, “Süryani turistlerin katılım motivasyonları, yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermektedir” şeklindedir. Anket formuna katılan katılımcıların katılım motivasyonlarına verdikleri yanıtların, katılımcıların yaş gruplarına anlamlı farklılık gösterip göstermediği Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile araştırılıp incelenmiştir. Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi tablo 5’te verilmiştir. Tablo incelendiğinde yaş gruplarına göre, kişisel ve kültürel nedenlere bağlı olarak verdikleri yanıtlar, katılımcıların yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermemektedir. Tablo incelendiğinde, İnanç dereceleri, (F:2,023 ve $p<0,05$), Aidiyet duygusu, (F: 6,721*ve $p<0,05$), Zorunluluğa bağlı nedenler (F: 4,836 ve $p<0,05$), katılımcıların yaşlarına göre verdikleri yanıtların ortalamalarına bakıldığında aralarında anlamlı farklılık görülmektedir.

Anlamli farkliliklari bulundugu katilim motivasyonlarinda, farkliliklari hangi yas gruplari arasinda oldugu incelendiginde, inanç derecesi boyutunda, 70 yas ve üstü grubun, 29-30 ve 39-40 yas gruplarina oranla yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Bu durum 70 yas üstü olan katilimcilarin inanç derecelerinin genç yas gruplarina göre güçlü olduğu görülmektedir.

Aidiyet duygusu motivasyonunda ise anlamlilik, 70 yas ve üstü grubu ile 60-69 yas grubu arasindadir. Ortalamalar incelendiginde 70 yas üstü ve 60-69 yas grubu arasindaki gruplara katilim gösterip aidiyet duygusunun daha güçlü olduğu ve daha yüksek çıktığı anlaşılmaktadır. Bu durum yaşli kesimin genç kesime oranla daha yüksek değerlere sahip olduğu görülmektedir.

Zorunluluğa bağli nedenler ise, yas gruplarina göre verilen yanitlar arasindaki anlamlilik ise, 60-69 ile 50-59 yas grubu arasindadir. 60-69 yas grubunun verdiği yanitlar ise daha yüksek çıkmaktadır. Bu farkliliği, Aile bireylerin doğup büyüdüğü inançlarını yaşadığı köklerini saldığı yerleri görüp dini ritüellerini yerine getirip, gelip görme arzusu olarak açıklanmaktadır.

Tablo 17: Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre ANOVA Sonuçları (Post HocTesti\LDS)

		Grup	N	Ort.	Standart Sapma	F Değeri	Farklılık
İnanç Dereceleri	A	18-28	65	3,81	,966	2,023*	,025
	B	29-39	47	3,73	,988		
	C	39-40	43	3,65	,973		
	D	50-59	41	3,75	,981		
	E	60-69	24	4,08	,701		
	F	70 ve üstü	32	4,21	,567		
Aidiyet Duygusu	A	18-28	65	3,65	,875	6,721*	,000
	B	29-39	47	3,79	,686		
	C	39-40	43	3,98	,569		
	D	50-59	41	4,15	,589		
	E	60-69	24	4,17	,507		
	F	70 ve üstü	32	4,33	,311		
Zorunluluğa Bağlı Nedenler	A	18-28	65	2,62	1,11	4,836*	,051
	B	29-39	47	3,14	1,08		
	C	39-40	43	3,31	1,35		
	D	50-59	41	3,54	1,01		
	E	60-69	24	3,62	1,04		
	F	70 ve üstü	32	3,25	1,17		
Kişisel Nedenler	A	18-28	65	3,58	,731	,934	,040
	B	29-39	47	3,65	,587		
	C	39-40	43	3,50	,531		
	D	50-59	41	3,76	,568		
	E	60-69	24	3,66	,501		
	F	70 ve üstü	32	3,66	,486		
Kültüre Bağlı Nedenler	A	18-28	65	3,58	,731	,934	,040
	B	29-39	47	3,65	,587		
	C	39-40	43	3,50	,531		
	D	50-59	41	3,76	,568		
	E	60-69	24	3,66	,501		
	F	70 ve üstü	32	3,66	,486		

Katılımcıların inanç turizmine katılım motivasyonları inanç düzeylerine verdikleri puanlara göre istatistiksel açıdan incelendiğinde; inanç, kültür, aitlik ve kişisel nedenler boyutlarında anlamlı farklılıklar olduğu, zorunluluk boyutunda ise anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Buna göre, inanç boyutunda inanç düzeyleri açısından kendilerine 5 puan verenler 3 puan verenlere göre inanç turizmine katılım noktasında daha motive oldukları bulgulanmıştır. (Ort. Fark. .45620). Yine kültür boyutunda kendi inanç düzeylerine 5 puan verenlerin 2 puan verenlere oranla katılım motivasyonlarının daha fazla olduğu anlaşılmaktadır (Ort. Fark. .69338). İnanç turizmine katılım motivasyonları içerisindeki aitlik boyutunda ise; 4 puan verenlerin 2 ve 3 puan verenlere oranla (Ort. Fark. 1.03002 ve .36519), 5 puan verenlerin de 2 puan verenlere göre (.95177) katılım motivasyonlarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Kişisel boyutunda da benzer bir sonucun olduğu görülmekte ve 5 puan verenlerin 2 puan verenlere göre inanç turizmine katılım motivasyonlarının arttığı anlaşılmaktadır. Genel olarak bakıldığında, inanç turizmine katılanların inanç düzeyleri yükseldikçe katılım motivasyonlarında da yükselme meydana geldiği söylenebilir.

Tablo 18: Katılımcıların İnanç Düzeylerine Göre Katılım Motivasyonları Boyutları Arasındaki Farklar (Post Hoc Testi/ Tukey HSD)

Katılım Motivasyonu Boyutları	İnanç Düzeyi Grupları	Ortalama Farklılığı	P
İnanç	5>3	.45620*	.023
Kültür	5>2	.69338*	.012
Aitlik	4>2	1,03002*	.001
	4>3	.36519*	.027
	5>2	.95177*	.001
Kişisel	5>2	.69338*	.012

*p< 0,05

SONUÇ

Turizm genel anlamıyla insanların farklı amaç ve motivasyonlarla buldukları yerlerin dışına yaptıkları seyahatler ve bu seyahatlerden kaynaklı ortaya çıkan sosyo-ekonomik bir olgu olarak açıklanır. İnsanlığın ilk zamanlarından beri bireylerin yer değiştirmeleri, buldukları yerden uzaklaşmaları farklı nedenlere bağlanmış ve söz konusu nedenler günümüzde modern anlamda turizmi ortaya çıkarmıştır. Literatüre bakıldığında, geçmişten günümüze din, sağlık, spor deniz-kum-güneş, akraba ziyareti ve iş gibi pek çok amaç temelinde ortaya çıktığı ifade edilen turizm hareketleri post modern toplumun bireyselliği ön plana çıkaran yapısından kaynaklı olarak sürekli çeşitlenmektedir. Öyle ki, dünya turizm örgütü verilerine göre uluslararası turizm hareketlerinin %55'nin reaktif faaliyetler ve tatil amacıyla gerçekleştiği %27'sininse eş dost, akraba ziyareti, sağlık ve din temelinde ortaya çıktığı görülmektedir (UNWTO, 2018). Bu bağlamda tezin de içeriğini oluşturan inanç temelli turizm hareketlerinin tüm Dünya'da her geçen yıl arttığı da belirtilmektedir (Okonkwo, 2015). Bu artışın temel sebepleri ise, özellikle bütün dinlerin ortak bir payda da buluşmasının en önemli etkeni dinin ortaya çıktığı ilk yerler, dini liderlerin hayatlarını sürdürdüğü yer ve o mekânların, şehirlerin merak edilmesi o dine sahip çıkan bireylerin dine ait mekânları ziyaret etmeleri olarak ifade edilebilir.

İnsanları seyahate çıkaran birden fazla neden olmakla birlikte, inanç bu nedenlerin içerisinde yer alan en önemli nedenlerden biridir. Bireyin kendini tanıması inandığı dinin ritüellerini yerine getirmek için seyahate çıkmak istemesi, eğlence, dinlence ve kültürel faaliyetlerden uzaklaşmak istemesi doğrudan bireyin ruhani yönden huzura kavuşması, manevi duygusuna hitap eden alternatif turizm türlerine göre çok daha sınırlıdır. İnanç turizmi bu nedenle önemli bir turizm çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır.

İnanç turizmi kültürlerarası iletişimin gelişmesinde ve medeniyetler arasında iş birliğine büyük katkı sağlayan bir turizm çeşididir (Kaynak, 2010). Bu bağlamda inanç turizmi farklı kültürlerin çeşitli inançların ortaya çıkmasında en büyük etkendir. Dinsel hoşgörü, anlayış, sevgi ve saygı kavramları evrensel bir özelliğe sahiptir. İnsanlar, manevi duygularını tatmin etmek belirli bir doygunluğa erişmek için her birey kendi dinlerinin kutsal saydıkları yerleri gezip görmek ve ziyaretlerde

bulunmak isterler. Bu nedenle inanç turizmi son yıllarda büyük bir rağbet görmektedir.

Türkiye, farklı inanç gruplarına sahip insanlar için uluslararası dini turizm akımları içerisinde önemli bir yere sahiptir. Türkiye’de özellikle Hristiyan inancına mensup olan kişilerin kutsal saydıkları birden fazla kilise, manastır, antik kent kalıntıları bulunmaktadır. Bu kalıntılara Türkiye’nin hemen hemen bütün bölgelerinde ulaşmak mümkündür. Özellikle Süryani Halkı için Güneydoğu Anadolu bölgesinde inanç koridoru olarak bilinen Antakya Hatay’dan başlayıp Şanlıurfa, Mardin ve Şırnak’ın İdil ilçesine kadar süren bölge olarak bilinmektedir. Bunlar içerisinde Mardin ilinin bir inanç merkezi olarak kabul edilmesi, Tur Abidin bölgesi Süryani halkı için kutsal sayılan bir bölge olmasından kaynaklı inanç turizmine büyük bir katkı sağlamaktadır. Ayrıca Süryani halkı Turabidin bölgesinde inançları haricinde kültürlerini yaşattıkları, atalarının doğup büyüdüğü göz önünde bulunduklarında inanç turizmine büyük katkı sağlamaktadır. Süryani halkın sadece İnanç turizmine değil Diaspora (kişinin doğup büyüdüğü şehirden, bölgeden, memleketten uzakta yaşayan etnik grup veya topluluklar olarak adlandırılır) turizmine de katkı sağlamaktadır.

Bu çalışmada inanç turizmi kapsamında gelen turistlerin dini ve katılım motivasyonları saptanmaya çalışılmıştır. Bu durum alan yazın taramasında saptanan inanç turizmiyle ilgili olarak Süryani turistlerin katılım motivasyonları incelenmesi konusundaki eksikliğin tamamlayıcısı niteliğinde baz alınmıştır. Elde edilen bulgular, destinasyonun ziyaret amacını ortaya koymakla kalmayıp ayrıca turistlerin destinasyonu ziyaret amaçlarını belirleyen motivasyonlarını da ortaya çıkarmaktadır.

Çalışmada elde edilen sonuçlar, Süryani halkı için dini duygularının önemli bir motivasyon kaynağı olduğunu göstermektedir. Fakat dini deneyimlerin olması tek başına bir çekicilik sağlamamaktadır. Tarihi değerlerin, kültürel değerlerin, gelenek ve göreneklerin Süryaniler için değer verilen özelliklerde olmasının yanı sıra dini özelliklerin ve dini algıların, tutumların, değerlerin yoğun olduğu hususlar da Mardin’i ziyaret etmeyi etkileyen motivasyon türleri arasındadır. Bu durum Süryanilerin turizme katılım motivasyonları bakımından inanç turizmi ile diaspora turizmini bir kesişim kümesi niteliğinde olduğunun göstermektedir ki diaspora

turizmine katılım motivasyonları boyutlarından birisi de din olgusudur. Başka bir ifade ile diaspora turizmi ve inanç turizmi birbirleri içine geçmiş bir turizm çeşidi olarak değerlendirilebilir (Huang, Haller ve Ramshaw, 2013). Nitelim araştırma sonuçları içerisinde istatistiki olarak anlamlı çıkmasa da kendini ateist olarak tanımlayıp inanç turizmi bağlamında Mardin'e geldiğini belirten katılımcılar da bulunmaktadır. Bu durum Süryanilerin kültürlerine sahip çıkmak istemeleri ve dinin ritüellerin de bir parçası olduğu kültürel değerlerini korumak istemeleri ile açıklanabilir. Araştırma sahası olarak Mardin'in seçilmesindeki en önemli en büyük etken inanç turizmi açısından önemli bir destinasyon olmakla birlikte, Süryanilerin inançlarını rahatça yaşayabildikleri dini ritüelleri yerine getirebildikleri kutsal mekanların oldukça çok olduğu ve bu mekanların verdikleri huzurun gelen ziyaretçilerin ilgisini çeken bir yer olmasından kaynaklanmaktadır. Araştırma sonuçları göz önünde bulundurulduğunda bu durumun tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyeti üzerinde olumlu bir etki yarattığı söylenebilir. Bununla birlikte katılımcıların Mardin'e gelme motivasyonlarında duygusal tatminin de önemli bir yer tuttuğu görülebilmektedir. Dolayısıyla gelecekte yapılacak çalışmaların hem inanç turizmini hem de diaspora turizmini bütünsel olarak ele alması Süryanilerin Mardin'e gelme motivasyonlarının daha derinlikli anlaşılır olabilmesine yol açacaktır. Ayrıca odak grup görüşmesi ya da derinlemesine mülakat tekniğiyle elde edilecek nitel verilerin yorumsamacı bir yaklaşımla analiz edilmesi turizm içerisinde bir azınlık grup olarak değerlendirilen Süryanilerin turizme katılım motivasyonları ve amaçlarını daha belirgin bir şekilde ortaya koyabilecektir.

İnanç turizmi konusunda ulusal ve uluslararası alan yazında birçok çalışma bulunmaktadır. Ancak ulusal alanda Süryaniler ile ilgili alan yazın taraması yapıldığında neredeyse hiçbir çalışma bulunmamaktadır. Bu çalışmada Mardin iline Süryani turistlerin inanç turizmine katılım motivasyonları belirlenmeye çalışılmıştır. Bu nedenle, veriler Rabbani bayramlarda Mardin'e gelen Süryani turistlerin yüz yüze anket tekniği aracılığıyla toplandığı bir alan araştırılması yapılmıştır. Yapılan bu araştırma 252 Süryani turistin yanıtlamış olduğu anket forumu değerlendirmeye alınmıştır.

Çalışmada katılımcıların demografik bilgileri ele alınarak elde edilen veriler de, Süryani turistlerin %38,9 kadın, %61,1'i erkek katılımcılardır. Yaş dağılımı

incelendiğinde ise katılımcıların % 25,8'inin 18-28 yaş grubu, %8,5 60-70 yaş grubu olduğu gözlenmektedir. Katılımcılarımızın eğitim durumuna bakıldığında %30,6 ilkokul mezunu olduğu, lisansüstü eğitimde ise %3,6 dilimi oluşturmaktadır. Katılımcılarımızın medeni durumu ise %63,9 oranında evli, %35,3 oranında ise bekâr olduğu görülmüştür. Katılımcılarımızın meslek %32,1'ni özel sektörde çalışanlar oluştururken % 5,2 işsizler olan kişiler oluşturmaktadır. Katılımcıların çoğunluğunun özel sektörde çalışmasına koşut olarak %30,6 aylık geliri 1000€ ve 1000€'den daha azını oluşturmaktadır. 3001€'dan fazla geliri olan katılımcıları ise %10,3 orana sahiptir. Anket formuna katılan Süryani katılımcıların çoğunluk olarak Türk vatandaşı olduğunu görmekteyiz. Türk vatandaşı %49,6 oranı oluşturmaktadır. Türk vatandaşı haricinde ikinci sırada Alman vatandaşı %28,6 oranını oluşturmaktadır. Mardin'e ilk defa gelenler Süryani katılımcılar %9,9 oranına sahip, 7'den fazla gelenler ise %54,4 oranında büyük bir talep yoğunluğu görülmektedir. 1-3 defa gelenlerin oranına bakıldığında ise %19,0'luk bir dilimi oluşturmuştur. Araştırmaya katılanların mezhepleri incelendiğinde %93,7 ile Ortodoksların çoğunluğunu oluşturdukları görülmektedir. Katılımcıların %46'sı kendisini inançlı olarak ifade ederken %2,4'ü inançlarının zayıf olduklarını ifade etmişlerdir. Yapılan analizler sonucunda Süryanilerin inançlarına bağlı oldukları görülmektedir.

Çalışmada inanç turizmine bağlamında Süryani katılımcıların değişkenlere göre farklılaşmasına bakıldığında elde edilen analizler sonucunda katılımcıların katılım motivasyonlarından beş boyut elde edilmiş ve bu beş boyut arasında, aralarında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların inanç düzeylerine bakıldığında ise boyutlar arasında zorunluluk boyutu haricinde aralarında anlamlı farklılık görülmüştür. Zorunluluğa bağlı nedenlerde ise anlamlı farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Süryani katılımcıların veri seti değerlendirildiğinde katılımcıların katılım motivasyonlarının; aitik duygusuna bağlı nedenler, zorunluluğa bağlı nedenler, kişisel nedenler, inanca bağlı nedenler ve kültüre bağlı nedenler başlıklarından oluştuğu tespit edilmiştir. Genel olarak bakıldığında inanç turizmine katılanların inanç düzeyleri yükseldikçe katılım motivasyonlarında yükselme olduğu tespit edilmiştir.

KAYNAKLAR

- Akdemir, S., 1972, Dini Kurallarımız, *Bahaa Matbası*, İstanbul.
- Akyüz, G., 1998, *Mardin İlinin Merkezinde Civar Köylerinde Ve İlçelerinde Bulunan Kiliselerin Ve Manastırların Tarihi*, 1. Basım, Resim Matbaacılık, İstanbul.
- Akyüz, G., 2005, Tüm Yönleriyle Süryaniler, Anadolu Ofset, Mardin.
- Altunay, B.R., 2015, Ankara İli Keçiören İlçesindeki İlköğretim Okullarında Görev Yapan Öğretmenlerin Boş Zaman Etkinliklerine Katılım Motivasyonu, Ankara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, *Spor Bilimleri Anabilim Dalı*, Yüksek Lisans Tezi.
- Apospori, E., Papalexandis, N., and Galanaki, E., 2005, Entrepreneurial and Professional Ceo's, Differences in Motive and Responsibility Profile, *Leadership & Organization Development Journal*, Vol. 26, No. 2, 141-162.
- Argon, T., Eren, A., 2004, İnsan Kaynakları Yönetimi, *Nobel Yayın Dağıtım*, 1. Baskı, Ankara.
- Aslantürk, R., 2014, Çalışanlarda Motivasyon Ve Motivasyonu Etkileyen Faktörler: Denizli Ağız Diş Ve Diş Sağlığı Merkezi Örneği, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, *İşletme Anabilim Dalı Hastane Ve Sağlık Kurumları Yönetimi Bilim Dalı*, Yüksek Lisans Tezi.
- Ataman, G., 2009, *İşletme Yönetimi Temel Kavramlara Ve Yeni Yaklaşımlar*, 3. Baskı, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Atiya, A.S., 1995, *Doğu Hristiyanlığı Tarihi Mezopotamya İlk Doğu Ve Batı Süryani Kilisesi Yakubi*, Nasturi, Maruni, İsveç.
- Ayduşlu, İ., 2005, Cumhuriyet Döneminde Mardin ve Yöresinde Süryaniler, *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim Dalı*, Yüksek Lisans Tezi.
- Barsavm E., 2006, *Zihniyetlerin Bahçesinde Deyruzzafaran Manastırı'nın Tarihi Ve Mardin Abraşiyesi İle Manastırlarının Özet Tarihi*, Çev: Akyüz G., Editör, İbrahim Özcoşar-Hüseyin H.Güneş

- Başçetinçelik, A., 2009, *Adana Halk Kültüründe Doğum- Evlenme- Ölüm*, Altın Koza Yayınları Adana.
- Bayram N., 2015, *Sosyal Bilimlerde SPSS İle Veri Analizi*, 5. Baskı, Ezgi Kitapevi. Bursa
- Baysal, A.C., Tekarslan, E., 1996, *İşletmeler İçin Davranış Bilimleri*, 2. Baskı, Avcıol Basım-Yayın, İstanbul.
- Birc, D., and Veroff, J., 1996, *Motivation: A Study Of Action*, Books \ Cole Publishing Company, Inc. ABD.
- Bilge, Y., 1991, *Süryanilerin Kökeni Ve Türkiyeli Süryaniler*, Zafer Matbaası, İstanbul.
- Brock S., “An Introductructie Van De Syriac Studies”, J.H. EATON(Der.), 1980 Horizons İn Semitic: Articles Fort He Student, Dept. Of Theology, University Of Birmingham, Birmingham,11
- Brooks, I. 2003, *Organisational Behaviour*, Prentice Hall, Second Ed. UK.
- Budak, G, Ve Budak G., 2004, *İşletme Yönetimi*, Genişletilmiş Gözden Geçirilmiş 5. Baskı, Barış Yayınları, İzmir.
- Can, H., 1992, *Organizasyon ve Yönetim*, Adım Yayıncılık, Ankara.
- Can, H., Azizoğlu Ö.A., Aydın E.M., 2011, *Organizasyon Ve Yönetim, Siyasal Kitapevi*, 8. Baskı Ankara.
- Can, H., Kavuncubaşı, Ş., Yıldırım. S., 2016, *Kamu Ve Özel Kesimde İnsan Kaynakları Yönetimi*, Siyasal Kitapevi, 8. Baskı. Ankara.
- Cattell, R. (Ed.). (2012). *The scientific use of factor analysis in behavioral and life sciences*. Springer Science & Business Media.
- Chiang, C., Jang S., 2008, *An Expectancy Theory Model For Hotel Employee Motivation*, International Journal Of Hospitality Management.

- Crompton, J.L., 2004, “*Motiations For Pleasure Vacation*”, (Ed.) Williams S., Tourism: Critical Concepts In The Social Sciences, Taylor Francis, USA.
- Cüceloğlu, C., 2006, İnsan ve Davranışı, *Remzi Kitabevi*, 15. Baskı, İstanbul.
- Çakıcı, E., 2014, *Motivasyonu Etkileyen Faktörler Üzerinde Bir Alan Araştırması*, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İnsan Kaynakları, Yüksek Lisans Tezi.
- Çelik, M., (1996), *Süryani kilisesi Tarihi*, C. 1. Ayraç yayınları, İstanbul.
- Çetinkanat, C., 2000, *Örgütlerde Güdülenme Ve İş Doyumu*, Anı Yayıncılık, İstanbul.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. 2012, *Sosyal Bilimler için Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları*, Pegem Yayınevi. Ankara
- Dann, G.M.S., 1981, *Tourism Motivation: An Appraisal. Annals Of Tourism Research*, VIII (2),
- Dibeci, M., 2014, Hac Turizmine Katılan Alman Ve Rus Turistlerin Motivasyonları: Myra Üzerinde Bir Araştırma, *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı*, Yüksek Lisans Tezi.
- Dikici, E., Sağır A., 2012 Antalya’da İnanç Turizminin Sosyolojik Çözümlemesi: Demre- Myra Örneği, *KMÜ Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 14 (22):35-43, 2012.
- Dolapönü H.M., 1971, *(Mar Gabriel) Deyr-El Umur Tarihi*, Çev: Cebrail Aydın, 2. Baskı, İstanbul, Baha Matbaa
- Durak, N., 2005, “Süryani Ortodoks Kilisesi”, *Süryaniler ve Süryanilik I*, Ankara.
- Durmuş, B., Yurtkoru, E.S. ve Çinko, M. 2011, *Sosyal Bilimlerde SPSS’le Veri Analizi*, Beta Yayıncılık. İstanbul.
- Erbağ, A., 2003, *Hristiyanlıkta İbadet*, Ayışığı Kitapları, İstanbul.

- Eren, E., 2016, *Yönetim Ve Organizasyon (Çağdaş Ve Küresel Yaklaşımlar)*, Beta Yayıncılık, 12. Baskı, İstanbul.
- Eroğlu, F., 2013, *Davranış Bilimleri*, 13. Baskı, Beta Yayınevi, İstanbul.
- Ete, M.R., 2010, Mardin Süryanilerin Halk Kültürü Üzerine Monografik Bir İnceleme, *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili Ve Edebiyatı Anabilim Dalı Halk Edebiyatı*, Yüksek Lisans Tezi.
- Garis, İ., 2001, “Hristiyanlığın 2000. Yılında Turabdin”, *Heto Dergisi*, İstanbul.
- Göller, E., 2015, Yerel Yemek Tüketiminin Turist Motivasyonuna Etkisi: İspanya Örneği, *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı*, Yüksek Lisans Tezi.
- Griffin, R.W., Moorhead, G., 2014, *Organizational Behavior Managing People And Organizations*, 11. Edition, Publisher: Michael Schenk, ABD.
- Gün, G., 2008, *Konaklama İşletmelerinde İşgören Devir Hızının Personel Motivasyonuna Etkisini Belirlemeye Yönelik Kapadokya Bölgesinde Bir Araştırma*, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Güzel, Ö., 2010, “Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Yeni Bir Dinamik: İnanç Turizmi” Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 2:2-87-100.
- Güzel, Ö.F., 2010, *Turizm Öğrencilerinin Staj Döneminde Edindikleri Motivasyonun Herzberg Teorisine Göre Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma*, Journal Of Yasar University, 20 (5) 3415-3429.
- Hollerweger, H., 1999, *Canlı Kültür Mirası Tur Abidin*, (çev. Sevil Gülçur), Avusturya.
- Huang W.J., Haller W.J., And Ramshaw G.P., *Diaspora Tourism And Homeland Attachment: An Exploratory Analysis*. “Tourism Analysis, 18.3
- İncil, 2012, 11. Basım, *Yeni Yaşam Yayınları*, İstanbul.
- İris, M., 2003, *Bütün Yönleriyle Süryanilik*, Ekol Yayınları, İstanbul.

- Johns, G., ve Saks, A.M., 2001, *Organizational Behaviour: Understanding And Managig Life At Work*, Addison Wesley Longman, ABD.
- Karacelil, S., 2013, Din Eğitimde Motivasyonun Önemi, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 6/4.
- Karakuzu, A., 2013, Sağlık Çalışanlarında Motivasyon Ve Motivasyonu Etkileyen Faktörler (Kırklareli Örneği), *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Anabilim Dalı Hastane Ve Sağlık Kurumları Yönetimi*, Yüksek Lisans Tezi.
- Katar, M., 2001, *Hristiyan Bayramları Üzerine Bir Araştırma*, Dini Araştırmalar, Ocak-Nisan 2001, C.3 ,S.9.
- Kaynak, İ.H., 2010, İnanç Turizminin Medeniyetler Arası İşbirliğine Etkileri: Türkiye Örneği, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokul Dergisi* 13.1-2
- Keser, A., 2006, *Çalışma Yaşamında Motivasyon*, Alfa Aktüel Yayınları, 1. Baskı. Bursa.
- Keser, E., 2002, Süryani Ortodoks mimarisi, *Tarih Vakfı Yurt Yayınları*, İstanbul.
- Keşke, M., 2010, Mardin’de Süryaniler: Nüfus Hareketlilikleri Ve Nedenleri, *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı*, Yüksek Lisans Tezi.
- Kılıç, B., Kurnaz, H., A., Sop, S., A., 2011, Çekicilik Faktörlerin Destinasyon Seçimine Etkisinin Belirlenmesi Ve Hüzün Turizmi İlişkisi, *12. Ulusal Turizm Kongresi*, 20 Kasım-4 Aralık, Akçakoca-Düzce.
- Kılıç, R., keklik B., 2012, Sağlık Çalışanlarında İş Yaşam Kalitesini Ve Motivasyona Etkisi Üzerinde Bir Araştırma, *Afyon Kocatepe Üniversitesi , İİBF Dergisi*, C XIV, S II.
- Kılıç, S., 2003, Elâzığ’da Yaşayan Süryanilerde Düğün İle İlgili İnanışlar ve Uygulamalar, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:13, Sayı:2, Sayfa:267-278.

- Kim, S.S., Lee, C.K., Klenosky D.B., 2002, *The Influence Of Push And Pull Factors At Korean National Parks*, Tourism Management 24.
- Klenosky, D.B., 2002, *The Pull Of Tourism Destinastions: A Means- End Investigation*, Journal Of Travel Research, 40: 385-395.
- Koçel, T., 2015, *İşletme Yöneticiliği: Yönetim Ve Organizasyon, Organizasyonlarda Davranış, Klasik-Modern-Çağdaş Ve Güncel Yaklaşımlar*, Beta Yayıncılık, 16. Baskı, İstanbul.
- Koluman, A., 2001, *Ortadoğu'da Süryanilik Dini, Sosyal Kültürel Hayat*, Avrasya Stratejik Araştırmalar Merkezi Yayınları, Ankara.
- Kreitner, R., Kinik, A., 2004, *Organizational Behavior*, McGrawhill, 6. Edition, USA.
- Kurnaz, S., 2007, *Mardin Midyat'taki Süryanilerin Halkoyunları Ve Oyun Müzikleri*, İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Anasanat Dalı: Türk Müziği, Yüksek Lisans Tezi.
- Küçük, Z.G., 2008, *Mardin Ve Çevresinde Süryaniler*, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe Ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Luthans, F., 2005, *Organizational Behavior*, 10. Edition, Mc.Graw-HillInc. USA.
- Madıral, M., 2014, *Hristiyan Türkler: Azizleri Ve Şehitleri*, Kutsal Kitap Ve Arkeoloji Yayınları.
- Mahmutoğulları, D., 2015, *Hizmet İçi Eğitim Algısının İşgörenlerin Öğrenme Motivasyonu Üzerinde Etkisi: Bodrum Örneği*, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, yüksek Lisans Tezi.
- Mccelland, D.C., and Burnham, D.H., 1976, *Power Is Hte Great Motivator*, Harvard Business Review, Motivating People, 1-11.

- Mccelland, D.C., and Winter, D.G.,1969 *Motivating Economic Achievement*, The Free Pres, New York.
- Mcclelland, D.C., 1961, *The Achieving Society*, Princeton, Ny: Van Nostrand
- Mullins, L.J., 2002, *Management And Organisational Behaviour*, Prenticehall Sizth Edition, UK.
- Northcraft, G.B. And Neal, M.A. 1990, *Organizational Behavior- Amanagement Challenge*, The Dryden Pres, ABD.
- Okonkwo E., 2015, *Religious Activies Aktivies And Their Tourism Potential İn Sukur Kingdom, Nigeria*. Internation Journal Of Religious Torurism And Pilgrimge, 3 (1),3
- Onaran, O., 1981, *Çalışma Yaşamında Güdülenme Kuramları*, Ankara Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları No: 470, 100. Doğum Yılında Atatürk'e Armağan Dizisi:13, Ankara.
- Özcoşar, İ., 2006, 19. *Yüzyılda Mardin Süryanileri*, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Anabilim Dalı, Doktora Tezi.
- Özcoşar, İ., 2008, *Bir Yüzyıl Bir Sancak Bir Cemaat 19. Yüzyılda Mardin Süryanileri*, 1. Baskı Beyan Yayınları, İstanbul.
- Özer, P. Ö., ve Topaloğlu, T., 2008, *Liderlik Ve Motivasyon*, Editör: Celalettin Serinkan, *Nobel Yayın Dağıtım*, 1. Baskı, Ankara.
- Özmen, A., 2006, *Tur Abidin Süryanileri Örneğinde Etno-Kültürel Sınırlar*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halk Bilimi (Etnoloji) Anabilim Dalı, Doktora Tezi.
- Öztemiz, M., 2007, *II. Abdülhamit'ten Günümüze Sosyolojik, Siyasal, Ve Hukuki Açıdan Süryaniler*, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı Genel Sosyoloji Ve Metodoloji Programı, Doktora Tezi.
- Öztemiz, M., 2012, *Süryaniler*, ayrıntı yayınları, 1. Basım, İstanbul.

- Palmer, A., 1990, *Monkand Mason on the Tigris Frontier: The Early History of Tur Abidin*, Cambridge.
- Pearce, P.L. 1982 “*The Social Psycholog Of Tourist Behavior*”, Oxford Pergamon
- Pinto, E.P., 2011, *The Influence Of Wage On Motivation And Satisfaction*, The International Business & Economics Research Journal, Volume 10 Number 9. Universidade Salvador, laureate international iniversities, brezil.
- Pizam, A., and Mansfeld, Y., 1999, *consumer behavior in travel and tourism*, hawort press, England.
- Polat, S., 2004, *Hristiyanlıkta Manastır Hayatı*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe Ve Din Bilimleri (Dinler Tarihi) anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Poter, L., Bigley, G.A., and Steers, R.M., 2003, *Motivation And Work Behavior*, Mcgraw-Hill\ Irwin, 7. Edition, Boston.
- Sabuncuoğlu, Z., 2009, *Turizm İşletmelerinde Örgütsel Davranış*, Marmara Kitap Merkezi Yayınları, 1. Baskı, Bursa.
- Sagie, A., and Elizur D., 1999, Achievement Motive And Entrepreneurial Orientation: A Structural Nalysis, *Journal Of Organizational Behavior*, 20, 375-387.
- Sarı, G., 2011, *Geçmişten Günümüze Süryaniler Ve Süryanilerin Türkiye’ye Etkileri İdil Örneği*, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı, Doktora Tezi.
- Satt, D., 2004, *Psycholog And The World Of Work*, 2. Edition, Palgrave Macmillan, China.
- Sebastian, B., "An Introduction to Syriac Studies", J.H. EATON (Der.) 1980, Horizons in Semitic Studies: Articles for the Student, Dept. Of Theology, University of Birmingham,
- Sherman A.W. Bohlander G.W. 1992, *Managing Human Resources*. South Wester Publinshing Co., 9. Edition. USA.

- Sherman, A.W., Bohlander G.W. 1992, *Managing human resources*. South western publishing co., 9. Edition. USA.
- Soydan, E., Şarman, N., 2013, *Mardin Ve Şırnak İllerindeki Süryanilere Ait Dini Yapıların Kültür ve İnanç Turizmi Potansiyeli*, *International Journal Of Social Science* Volume 6 Issue 8.
- Şahin, A., 2004, *Yönetim Kuramları Ve Motivasyon İlişkisi*, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11;523-547.
- Şaman, E., 2009, *Mersin İli İnanç Turizmi Potansiyelinin Değerlendirmesi: Mersin'de İnanç Turizmine Katılanların Profili Üzerine Bir Araştırma*, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Şenel, G., 2011, *Stres Faktörlerinin İş Motivasyonuna Etkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Uygulama*, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ve Otelcilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Şimşek, M., 2003, *Süryaniler Ve Diyarbakır*, Çivi Yazıları Yayınevi, İstanbul.
- Tahincioğlu, Y., 2011, *Tarihleri Kültürleri Ve İnançlarıyla Süryaniler*, Butik Yayıncılık Ve Kişisel Gelişim Hiz. Tic. Ltd. Şti.,17. Baskı, Topkapı İstanbul.
- Tan E., 2018, *Turistlerin Fotoğraf Çekme Davranışlarının İncelenmesi: İstanbul Örneği*, Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Taş, M., 2015, *İnanç Turizmi Kapsamında Umre Seyahatlerine Katılan Müşterilerin Memnuniyeti Üzerine Bir Araştırma*, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Taşgın, A., Tanrıverdi E., Seyfe, C., 2005, *Süryaniler Ve Süryanilik II* Oriyet Yayınları, Ankara.

- Taşpınar, F., 2006, *Motivasyon Araçlarının İşgören Motivasyonu Üzerindeki Etkisi: Afyonkarahisar İlindeki Termal Otel İşletmelerinde Bir Araştırma*, Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Thrash, T.M. and Eliot, A.J. 2001, *Delimiting and İtegrating Achievement Motive and Goal* , 3-21, (Edition Efklides, A., Trends and Prospects in Motiation Research. Kluwer Academic Publishers, Netherlands).
- Tosı, H.L., Rizzo, J.R., Carroll, S.J., *Managing Organizational Behavior*, Harper And RowPublishers. 2.Edition, USA.
- Tunçez, M., 2007, *İstanbul Büyük Şehir Belediyesi'nde Büroda Çalışan İnşaat Mühendisleri Ve Mimarların Motivasyon Üzerine Bir Uygulama*, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İnşaat Mühendisliği Anabilim Dalı Yapı Mühendisliği Programı, Yüksek Lisans Tezi.
- Tutar, H., Yılmaz, K., Erdönmez, C., 2006, *İşletme Becerileri Grup Çalışması*, Detay Yayıncılık, 4. Baskı, Ankara.
- Tümer, G., Küçük, A., Küçük, M.A., 2010, *Dinler Tarihi*, Berikan Yayınları, Ankara.
- Usta, M.K., *İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından İznik'in Değerlendirilmesi*, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Uysal, M., Li X., ve Sirakaya, Turk, E., 2008, Push-Pull Dynamics İn Travel Decisions, Handbook Of Hospitality Marketing Management, 412-439.
- Winter, D.G., 1991, Measuring Personality At A Distance: Development Of An Integrated System For Scoring Motive Sın Running Text, Perspectives In Personality: Approaches To Understanding Lives.
- Wickens, E., 2002, "The Sacred And The Profane: A Tourist Typology" Annals Of Tourism Research , 29:3;834-851.

- Wilson, I., Madsen, S.R., 2008, The Influence Of Maslow's Humanistic Views On An Employee's Motivation To Learn, The Journal Of Applied Management And Entrepreneurship, Volume 13 Number 2.
- Yeşil, C., 2002, Süryaniler'de *İnanç Ve İbadet Esasları*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe Ve Din Bilimleri Anabilim Dalı Diler Tarihi Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Yılmaz, P. S., 2016, *Motivasyon Ve Motivasyon İle Bağlantılı Faktörler: Beyaz Yaka Çalışanlara Yönelik Yapısal Eşitlik Modeli Uygulaması*, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı Mühendislik Programı, Yüksek Lisans Tezi.
- Yoon, Y., Uysal, M. 2005, *An Examination Of The Effects Of Motivation And Satisfaction On Destination Loyalty: A Structural Model*. Tourism Management. 26: 45-46
- Yuan, S., and McDonald, C., 1990, *motivational Determinants of International Pleasure Time*, Journal of travelResearch 24 (1)
- Yüksel, Ö., 2007, *İnsan Kaynakları Yönetimi*, 6. Baskı, Gazi Kitap Evi, Ankara
- Zafer, C., (2012), *Mardin Yöresindeki Süryanilerin Dini Ve Sosyal Hayatı*, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe Ve Din Bilimleri (Din Sosyolojisi) Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.

İnternet Kaynakları

Güneydoğu Anadolu Rehberi

<https://tarihimardin.files.wordpress.com/2014/01/mardin.pdf> erişim tarihi: 2018.

Kültürleri tanımak Süryaniler (<http://cfg.org.au>) 2018.

<http://midyat.net/manastir-ve-kiliseler.htm> erişim tarihi: 2018

<http://www.deyruhzafaran.org/turkce/detay.asp?id=276&kategori=MANASTIR> erişim tarihi: 2018).

http://www.mardin.pol.tr/Sayfalar/Mardin_hk.aspx eşirim tarihi: 2018

<http://www.mardinliyim.com/mardindeki-kiliseler.html> erişim tarihi: 2018

<http://www.morgabriel.org/tarihce.html> erişim tarihi: 2018

<http://www.suryaniler.com/haberler.asp?id=149> erişim tarihi: 2018

<http://www.suryaniler.com/haberler.asp?id=175> erişim tarihi: 2018

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5a776f7977b7e3.85394143 erişim tarihi 2018

<https://ipfs.io/ipfs/Qme2sLfe9ZMdiuWsEtajWMDzx6B7VbjzpSC2VWhtB6GoB1/wiki/Aramice.html> erişim tarihi:2018

<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/mardin/gezilecekyer/mor-behnam-kirklar-kilisesi> erişim tarihi:2018

<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/mardin/gezilecekyer/mor-yakup-manastir> erişim tarihi: 2018

UNWTO <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419876> erişim tarihi: 2018

EKLER

Ek-1: Anket Formu

Bu çalışma, Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi kapsamında hazırlanmaktadır. Çalışmanın amacı, Süryani halkının Mardin ve çevresindeki kutsal mekânları ziyaret etme motivasyonlarını inanç turizmi bağlamında değerlendirmektir. Vereceğiniz yanıtlar tamamen bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Desteğiniz için teşekkür ederiz.

Yüksek Lisans Öğrencisi

Macide TİĞİZ

Danışman Dr. Öğr. Üyesi

Sebahattin Emre DİLEK

tgzmacide@outlook.com

tgz_macide72@hotmail.com

Lütfen aşağıdaki numaralardan size uygun olanı işaretleyiniz					
Mardin’i ziyaret ettiniz;	Kesinlikle katılmıyorum (1)	Katılmıyorum (2)	Ne katılıyorum ne katılmıyorum (3)	Katılıyorum (4)	Kesinlikle katılıyorum (5)
Dini özelliklerinden Dolayı					
Tarihi geçmişinden dolayı					
Yolunuzun üzerinde olduğu için					
Mola vermeyi istediğiniz için					
Mardin’in doğası için					
Mardin hakkında bir şeyler öğrenmek istediğiniz için					
Kendinizi ziyaret etmeye zorunlu hissettiğiniz için					
Kültürünüzün bir parçası olduğu için					
Biraz eğlenmek istediğiniz için					
Burada dua etmek istediğiniz için					
Duygusal anlamda Mardin’i tam olarak hissetmek için					
Mardin’e gelmeye zorunlu hissettiğiniz için					
Mardin’i ziyaretin, önemli olduğunu düşündüğünüz için					
Mardin’e ait olduğunuzu hissettiğiniz için					

Görülmesi gereken bir yer olduğu için					
Rahatlamayı istediğiniz için					

Lütfen aşağıdaki numaralardan size uygun olanı işaretleyiniz					
Ziyaret sırasında kendi kültürünüzü burada hissedersiniz	1	2	3	4	5
Ziyaret sizi duygusal anlamda etkiler	1	2	3	4	5

Lütfen aşağıdaki numaralardan size uygun olanı işaretleyiniz					
Ziyaret size gurur verir	1	2	3	4	5
Mardin'e tekrar geldiğinizde burayı ziyaret edersiniz	1	2	3	4	5
Buraya gelmeyi arkadaşlarınıza tavsiye edersiniz	1	2	3	4	5
Mardin'i ziyaret etmekten memnun kaldım	1	2	3	4	5

Demografik Bilgiler

Cinsiyetiniz Kadın Erkek

Yaşınız

Eğitim Durumunuz Okula Gitmedim İlkokul İlköğretim Lise Önlisans-Lisans Lisansüstü

Medeni Durumunuz Evli Bekâr

Uyruğunuz

Mesleğiniz

Aylık Geliriniz

Mardin'e kaçınıcı kez geliyorsunuz? İlk Kez 1-3 4-6 7'den fazla

Mezhebiniz Katolik Protestan Anglikan Ortodoks Diğer

**İnancınıza bir puan vermeniz gerekirse, lütfen “1 en düşük” ve “5 en yüksek”
olmak üzere puanlama yapınız.**

Dini inancınızın derecesi				
1	2	3	4	5

Katılımınız için teşekkür ederiz.



EK-2: Anket Formu

Diese Studie wird im Rahmen der Diplomarbeit des Department of Tourism Management des Batman University Social Sciences Institute erstellt. Ziel der Studie ist es, die Motivation der syrischen Bevölkerung zu untersuchen, die heiligen Stätten von Mardin und seiner Umgebung im Kontext des religiösen Tourismus zu besuchen. Ihre Antworten werden ausschließlich für wissenschaftliche Zwecke verwendet. Danke für Ihre Unterstützung.

Doktorand Macide TİĞİZ

Berater Dr. Sebahattin Emre DİLEK

tgz_macide_72@hotmail.com

tgzmacide@outlook.com

Bitte kreuzen Sie die unten Ihnen zustehende Nummer					
Sie haben Mardin besucht;	Ich stimme auf keinen Fall zu (1)	Ich bin nicht einverstanden (2)	Ich stimme weder zu, noch lehne ich es ab (3)	Ich bin damit einverstanden (4)	Ich stimme auf jeden Fall zu (5)
Wegen seinen religiösen					
Wegen seines geschichtlichen vergangenheites					
Weil es aufihrem weg lag					
Weil sieneine pause machen wollten					
Wegwn der natur von Mardin					
Weil sie etwas über Mardin wissen wolten					
Weil sie sich gezwungen fühlten, Mardin zu besuchen					
Weil Mardin ein teil uhrer kultur ist					
Weil sie sich ein weing amüsieren wollten					
Weil sie hier beten wollten					
Weil sie Mardin seelisch fühlen wollten					
Weil sie sich gezwungen fühlten, nach Mardin zu kommen					
Weil sie sich Mardin angehörig fühlen					
Weil sie den besuch von Mardin für wichtig halten					
Weil es ein sehenswerter ort ist					
Weil sie sich entspannen wollten					

Bitte kreuzen sie die unten ihnen zustehende nummer					
Während des besuches können sie ihre kultur hier wahrnehmen	1	2	3	4	5
Der besuch kann sie seelisch bewegen	1	2	3	4	5

Bitte kreuzen sie die unten ihnen zustehende nummer					
Der Besuch macht Sie stolz	1	2	3	4	5
Wenn sie nochmal nach Türkei kommen, besuchen sie Mardin noch einmal	1	2	3	4	5
Sie würden Ihren Freunden empfehlen, hierher zu kommen	1	2	3	4	5
Ich bin zufrieden Mardin besucht zu haben	1	2	3	4	5

Demografische Informationen

Geschlecht	<input type="checkbox"/> Mann	<input type="checkbox"/> Frau
Alter	
Schul-und Ausbildung	<input type="checkbox"/> Kein Schulabschluss	<input type="checkbox"/> Grundschulabschluss
	<input type="checkbox"/> Universität	<input type="checkbox"/> Absolvent
	<input type="checkbox"/> Grundschulbildung	<input type="checkbox"/> Abitur
Familienstand	<input type="checkbox"/> Verheiratet	
	<input type="checkbox"/> Ledig	
Nationalität/Staatsangehörigkeit	
Beruf	
Monatsgehalt (€, \$)	
Zum wievielten Mal besuchen sie Mardin	<input type="checkbox"/> Zuerst	<input type="checkbox"/> 1-3
	<input type="checkbox"/> 4-6	<input type="checkbox"/> Mehr Als 7
Ihre Sekte/Konfession	<input type="checkbox"/> Katholisch	<input type="checkbox"/> Evangelisch
	<input type="checkbox"/> Anglikan	<input type="checkbox"/> Orthodox
	<input type="checkbox"/> Andere	<input type="checkbox"/>

Wenn Sie Ihrem Glauben eine Punktzahl geben müssen, geben Sie bitte "1 niedrigste" und "5 höchste" ein.

Die Bewertung Ihres Glaubens				
1	2	3	4	5

**Danke für Ihre
Teilnahme.**



SÖZLÜK

Rahip: Manastırda yaşayan ve Hristiyanlık dinine kendini adanmış din adamı.

Rahibe: Kendini Hristiyanlık dinine adanmış, dünyevi ilişkilerini arka plana atmış kilisenin ve inancın yayılması için uğraşan kadın. DİA C. 34 Yıl: 2007

Episkopos: Kilise lideri papazdan sonra gelen din adamıdır. Metropolit: Bölgenin veya tüm kiliselerden sorumlu piskopos veya başpiskopos demektir.

Marfiyan: Patrikle metropolit arasında ara rütbede hüküm süren kilise lideri

Patrik: Ortodoks Hristiyanların bağlı olduğu kiliselerin başkanlarına verilen san.

Papaz: “Baba” anlamına gelmektedir. Ortaçağdaki din adamlarına da genellikle papaz denir. Piskopos ve diyakoz arasında yer alan din adamlarına denir.

Diyakos: Diyakoz (veya dikayon) Katolik, Anglikan ve Ortodoks kiliselerindeki üç yüksek ruhban derecesinin ilk basamağı olan diyakozluk rütbesini elinde bulunduran kişidir.

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı :Macide TİĞİZ
Uyruğu :T.C.
Doğum Yeri ve Tarihi :Batman, 04.08.1988
Telefon :0541 905 88 16
e-mail :tgzmacide@outlookcom

EĞİTİM

Derece Adı, İlçe, İl

Lise :Yahya Kemal Beyathı Lisesi, Merkez, Batman 2005
Ön Lisans :Siirt Üniversitesi Kurtalan MYO, Siirt 2011
Lisans :Anadolu Üniversitesi, Eskişehir 2016
Yüksek Lisans :Batman Üniversitesi, Merkez, Batman 2019

Yabancı Dil :İngilizce\ Fransızca

YAYINLAR

KAYA M.F., TİĞİZ M., TAŞKIN S., KİBRİT U., DİLEK S.E., (2017). Sürdürülebilir Destinasyon Pazarlama Sürecinde Yeşil Destinasyonlar, 18. Ulusal Turizm Kongresi

SETİFİKALAR

ETKİLİ İLETİŞİM STRATEJİLERİ VE BEDEN DİLİ EĞİTİMİ 2016
ETKİLİ SUNUM TEKNİKLERİ EĞİTİMİ EĞİTİMİ 2016
İŞ YERİNDE GÖRGÜ VE ETİK KURALLARI EĞİTİMİ 2016
ZAMAN YÖNETİMİ EĞİTİMİ 2016
ZOR MÜŞTERİLERLE BAŞA ÇIKMA TEKNİKLERİ 2016
CV HAZIRLAMA VE İŞ GÖRÜŞMESİNE HAZIRLIK EĞİTİMİ 2016