

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İNANÇ TURİZMİNİN TURİSTİK DESTİNASYON
PAZARLAMASINDAKİ YERİ VE ÖNEMİ:
GÖBEKLİ TEPE ÖRNEĞİ

TOLGA FAHRİ ÇAKMAK
2501120931

TEZ DANIŞMANI
PROF. DR. FÜSUN İSTANBULLU DİNÇER

İSTANBUL-2014



T.C. İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER
1982 ENSTİTÜSÜ



Y Ü K S E K L İ S A N S
T E Z O N A Y I

ÖĞRENCİNİN

Adı ve Soyadı : TOLGA FAHRİ ÇAKMAK

Numarası : 2501120931

Anabilim/Bilim Dalı : TURİZM İŞLETMECİLİĞİ

Tez Savunma Tarihi : 07.07.2014

Danışman : PROF. DR. FÜSUN İSTANBULLU DİNÇER Tez Savunma Saati : 14:00

Tez Başlığı : "İNANÇ TURİZMİNİN TURİSTİK DESTİNASYON PAZARLAMASINDAKİ YERİ
VE ÖNEMİ: GÖBEKLİ TEPE ÖRNEĞİ"

TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin 36. Maddesi uyarınca yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin KABULÜ'NE OYBİRLİĞİ / OYÇOKLUĞUYLA karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- PROF. DR. FÜSUN İSTANBULLU DİNÇER		Kabul
2- PROF. DR. MEHMET ERKAN		Kabul
3- YRD. DOÇ. DR. SUNA MUĞAN ERTUĞRAL		Kabul

YEDEK JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- PROF. DR. İSMAİL KIZILIRMAK		
2- YRD. DOÇ. DR. SELMAN YILMAZ		

ÖZ
İNANÇ TURİZMİNİN TURİSTİK DESTİNASYON
PAZARLAMASINDAKİ YERİ VE ÖNEMİ:
GÖBEKLİ TEPE ÖRNEĞİ

TOLGA FAHRİ ÇAKMAK

Rekabetin yoğun bir şekilde uluslararası boyutta yaşandığı turizm endüstrisinde destinasyonlar turistik faaliyetlerden yeterli payı alabilmek için sahip oldukları potansiyelleri doğru bir şekilde kullanmaları gerekmektedir. Semavi öncesi dinlere ait inanç merkezleri de bu potansiyelin kullanılması açısından ülkemizde atlanan ve inanç turizmi yerine kültür turizmi olarak pazarlanan alternatif bir turizm çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır. Oysa bu mekanlar günümüz inançlarını etkileyen daha eski dinlerin merkezlerini oluşturmaktadırlar.

Bu çalışmada semavi öncesi dinlere ait bir inanç merkezi olan Göbekli Tepe'nin inanç turizmi açısından oldukça önemli bir bölge olan Şanlıurfa destinasyonuna katmakta olduğu değer ve marka imajı incelenmiş, ilerleyen süreçte bu potansiyelin daha büyük katkı sağlaması için izlenmesi gereken yol, 18 katılımcı ile yapılan görüşme sonrası ortaya konan GZFT analizi ile belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonunda ortaya konulan bulgulardan hareketle yerel yönetimlere, sektöre, turizm oda ve birlikleri ile yerel halka çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İnanç Turizmi, Destinasyon Pazarlaması, Göbekli Tepe, Şanlıurfa

ABSTRACT

THE PLACE AND IMPORTANCE OF FAITH TOURISM IN TOURIST DESTINATION MARKETING: THE EXAMPLE OF GOBEKLİ TEPE

TOLGA FAHRİ ÇAKMAK

In order to get sufficient share from the tourist activities in tourism industry where the intense competition reaches an international level, destinations should use the potential they have correctly. In our country, the faith centers belonging to pre-Abrahamic religions are marketed as culture tourism instead of faith tourism. These centers are present as an alternative type of tourism in use of this potential. However, these places are the centers of more ancient religions that influence today's beliefs.

In this study, the value and the brand image added to Şanlıurfa, an important region in terms of faith tourism, by Göbekli Tepe, a faith center that belongs to pre-Abrahamic religions, have been examined and the procedures to be followed have been tried to be determined via the SWOT analysis after the interviews with 18 participants in order that the potential in question can provide a greater contribution. In light of the findings set out at the end of the study, various suggestions have been made to local authorities, tourism sector, tourism associations and chambers and locals.

Keywords: Faith Tourism, Destination Marketing, Göbekli Tepe, Şanlıurfa

ÖNSÖZ

Deniz, kum, güneş merkezli, sahil bölgeleri odaklı turizm hareketleri günden güne eski çekiciliğini kaybederken, alternatif turizm çeşitlerine olan ilgili artmakta, insanlar farklı bölgelerdeki kültür ve inanç çeşitliliklerini daha fazla merak etmektedirler. Bu durum özellikle ülkemizde turistik hareketlilikleri iç bölgelere doğru yöneltmekte, bu güne kadar sahip olduğu potansiyeli tam olarak kullanamamış destinasyonlara da önemli bir fırsat sunmaktadır.

Anadolu'nun binlerce yıldır süre gelen zengin inanç yapısı ve pek çok farklı dine ev sahipliği yapmış olması semavi dinler öncesi ve sonrası pek çok inanç merkezinin günümüze ulaşmasını sağlamıştır. Bu merkezler bu gün gerekli sürdürülebilir turizm politikaları ile turizme katkı sağlama açısından bulundukları destinasyonlara değer katacak, eksik rekabet koşullarından oluşan piyasa yapısında artı birer değer olarak kendisini gösterecek niteliktedir.

İnanç turizmi açısından da sadece günümüz yaşayan dinlerine ait inanç merkezlerinin turizm potansiyeli değil günümüzde inanani kalmamış, kimileri mitolojileşmiş olan dinlerin de inanç merkezlerinin potansiyeli bu başlık altında değerlendirilmeli, Anadolu'nun tüm inanç zenginliği tek bir pota altında toplanmalıdır.

Bu çalışmanın hazırlanmasında pek çok kişi ve kurumun emeği bulunmaktadır. Öncelikle çalışmamın her aşamasında vermiş olduğu fikir ve öneriler ile çalışmanın tamamlanmasında büyük emeği olan değerli danışmanım Sayın Prof. Dr. Füsün İSTANBULLU DİNÇER'e sonsuz teşekkürlerimi iletirim. Öte yandan çalışma boyunca desteğini esirgemeyen ve yapmış olduğum alan çalışmasında bana yol gösteren Sayın Öğr. Gör. Gül ERKOL' a ve tez çalışmama göstermiş oldukları ilgi ve alaka dolayısı ile Turist Rehberleri Birliği (TUREB) başkanı Sayın Zeki APALI ve TUREB Yönetim Kuruluna sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ÖNSÖZ.....	v
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	x
TABLolar LİSTESİ.....	xi
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xiii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

İNANÇ TURİZMİ

1.1. İnanç Kavramı.....	3
1.2. İnanç Kavramının Seyahat ve Turizm İlişkisi.....	5
1.3. İnanç Turizmi.....	8
1.3.1. İnanç Turizminin Özellikleri.....	9
1.3.2. İnanç Turizmine Katılma Sebepleri.....	11
1.3.3. Türkiye'de İnanç Turizmi.....	12
1.3.3.1. Semavi Dinler Öncesi İnanç Merkezleri ve İnanç Turizmi.....	15
1.3.3.2. Semavi Dinlere Ait İnanç Merkezleri ve İnanç Turizmi.....	17
1.3.3.2.1. İslamiyet Dini ve İnanç Turizmi	18
1.3.3.2.2. Hristiyan Dini ve İnanç Turizmi.....	20
1.3.3.2.3. Musevi Dini ve İnanç Turizmi.....	24

İKİNCİ BÖLÜM

TURİSTİK BİR DESTİNASYON OLARAK ŞANLIURFA

2.1. Destinasyon Kavramı.....	26
2.1.1. Destinasyonun özellikleri.....	28
2.1.2. Destinasyon ve Turizm İlişkisi.....	31
2.1.3. Destinasyon Türleri.....	31
2.1.4 Destinasyon Pazarlaması.....	33
2.2. Şanlıurfa Destinasyonu.....	36
2.2.1. Şanlıurfa.....	36
2.2.2. Şanlıurfa ve Turizm.....	37
2.2.2.1. Doğal Kaynaklar.....	41
2.2.2.2. Tarihi Değerler.....	42
2.2.2.2.1. Arkeolojik Çağlar da Şanlıurfa.....	42
2.2.2.2.1.1. Paleolitik Çağ.....	42
2.2.2.2.1.2. Neolitik Çağ.....	42
2.2.2.2.1.3. Kalkolitik Çağ.....	43
2.2.2.2.1.4. Tunç Çağı.....	43
2.2.2.2.1.5. Helenistik Dönem	44
2.2.2.2.2. İslam ve Türk Dönemi.....	44
2.2.2.3. Kültürel Değerler.....	45
2.2.2.3.1. Şanlıurfa Mutfağı	45
2.2.2.3.2. Festival ve Etkinlikler	47

2.2.2.3.3. El Sanatları.....	48
2.3. Şanlıurfa'daki Turizm Arzı.....	49
2.3.1. Ulaştırma ve Seyahat İşletmeleri.....	49
2.3.2. Konaklama ve Yiyecek İçecek İşletmeleri.....	51
2.4. Şanlıurfa'ya Olan Turizm Talebi	52
2.4.1. Şanlıurfa'da İç Turizm.....	52
2.4.2.Şanlıurfa'da Dış Turizm.....	53
2.4.2.1. Şanlıurfa'da Dış Pasif Turizm.....	53
2.4.2.2. Şanlıurfa'da Dış Aktif Turizm.....	55

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GÖBEKLİ TEPE'NİN ÖNEMİNİ VE ŞANLIURFA DESTİNASYONUNUN PAZARLANMASINA ETKİSİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK GZFT ANALİZİ

3.1. Göbekli Tepe Kazısı ve Önemi.....	56
3.1.1. Göbekli Tepe'nin Konumu.....	56
3.1.2. Göbekli Tepe Kazılarının Önemi.....	57
3.1.2.1. Dinsel Otorite Yapısı ve Yerleşik Hayata Geçiş Düşüncesi.....	60
3.1.2.2.Dinsel Motifler, Simgeler ve Ana Tanrıça Kültü.....	61
3.1.2.3. Hac Merkezi İşlevi.....	63
3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	64
3.3. Araştırmanın Kapsamı.. ..	65

3.4.Araştırmanın Yöntemi.....	65
3.4.1. Araştırmanın Örneklemi.....	65
3.4.2. Veri Toplama Süreci.....	66
3.5. Araştırmanın Sınırları.....	67
3.6. Göbekli Tepe'nin GZFT Analizi ile Değerlendirilmesi.....	67
3.6.1. Göbekli Tepe'nin Güçlü Yönleri.....	84
3.6.2. Göbekli Tepe'nin Zayıf Yönleri.....	85
3.6.3. Göbekli Tepe'nin Fırsatları.....	86
3.6.4. Göbekli Tepe'nin Tehditleri.....	87
3.7. Araştırma Bulguları.....	87
SONUÇ	92
KAYNAKÇA	95
EK1.....	108
EK 2.....	109

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1:Dünya Nüfusunun Harita Üzerine İnançlara Göre Dağılımı.....	4
Şekil 2: Aziz Pavlus'un 2. Yolculuğunun Haritası.....	22
Şekil 3: Turizm Bölgesini Oluşturan Unsurlar.....	29
Şekil 4: Destinasyon Pazarlama Tekerı.....	35
Şekil 5: Şanlıurfa Haritası	36
Şekil 6 : Şanlıurfa Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi	46
Şekil 7: Göbekli Tepe'nin Konumu.....	56
Şekil 8: Göbekli Tepe'den Tapınak Görüntüsü	57
Şekil 9: Yılan Motifli Dikilitaş Örneği.....	62
Şekil 10 : Erkek Tilki Kabartmalı Dikilitaş	63

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Dinler ve Nüfusları.....	5
Tablo 2:Türkiye’de İnanç Turizmine Yönelik Gerçekleştirilen Etkinlikler.....	14
Tablo 3: Anadolu’da Semavi Dinler Öncesi Önemli İnanç Merkezleri.....	17
Tablo: 4: Kur’an-ı Kerim de Seyahat ile İlgili Ayetler.....	19
Tablo 5: Anadolu’da Musevi Dini İnanç Merkezleri.....	25
Tablo 6: Destinasyon Türleri, Ana Hedefleri ve Gerçekleştirilen Aktiviteler.....	33
Tablo 7- Tescil Gruplarına Göre Şanlıurfa Kültür Varlıkları.....	38
Tablo 8:Şanlıurfa İlindeki Önemli Dini Turizm Çekicilikleri.....	39
Tablo 9: Şanlıurfa’da Gerçekleştirilen Festival ve Etkinlikler.....	47
Tablo 10: Şanlıurfa GAP Havaalanı Yıllara Göre Tüm Uçuşlar.....	50
Tablo 11: Şanlıurfa İl Geneli Turizm İşletme Belgeli Seyahat Acenta Sayısı.....	50
Tablo 12: Şanlıurfa İl Geneli Konaklama Tesisleri Kapasitesi.....	51
Tablo 13: Şanlıurfa İli Yıllara Göre Yerli Turist Konaklama Verileri.....	53
Tablo 14: Şanlıurfa İli Yıllara Göre Yabancı Turist Konaklama Verileri.....	54
Tablo: 15 Akçakale İlçesi Kara Hudut Kapısından Yıllara Göre Yabancı Turist Giriş Çıkış İstatistiği.....	54
Tablo 16: Akçakale İlçesi Kara Hudut Kapısından Yıllara Göre Yerli Turist Çıkış İstatistiği	55
Tablo 17: Araştırmaya Katılan Uzmanlara Ait Bilgiler.....	68
Tablo 18: Göbekli Katılımcıların Şanlıurfa Turizmine Yönelik Tutumu.....	70
Tablo 19: Göbekli Tepe'nin Tek Başına Turist Çekici Bir Niteliği Olmasına Yönelik Tutumu.....	75

Tablo 20: Göbekli Tepe İçin Yapılan Tanıtım Çalışmalarını Yeterliliği.....	79
--	----

KISALTMALAR LİSTESİ

Ed.: Editör

GAP: Güneydoğu Anadolu Projesi

M.Ö.: Milattan Önce

M.S.: Milattan Sonra

Öğrt. Gör.: Öğretim Görevlisi

Prof. Dr.: Profesör Doktor

TDK : Türk Dil Kurumu

TUREB: Turist Rehberleri Birliği

TURGON: Turizm Gönüllüleri Platformu

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

V.d.: Ve Diğerleri

V.I.P.: Very Important Person

WTO: Dünya Turizm Örgütü

Yard. Doç. Dr.: Yardımcı Doçent Doktor

GİRİŞ

Tarihin takip edilebilen en eski çağlarından günümüze kadar, insanın dünya üzerinde dolaştığı her yerde, inançlarının izi ve etkisi kendisini kuvvetli bir şekilde hissettirmiştir. Bireyler ya da toplumlar bir yandan inançlarını yaşarken diğer yandan inancı merkezli yapılar inşa etmişlerdir. İnşa edilmiş bu tapınaklar, dini merkezler veya sunaklar için bazen binlerce insan çok zor şartlar altında çalışmak durumunda kalmış hatta çalışması sırasında ölmüştür. Bu kutsal yapılar kimi zaman bir sonraki nesle aktarılmadan savaşlar sebebi ile yakılmış, kimi yapılarda kullanılan malzemeler başka bir tapınağın temel yapı malzemesi olmuş kimi zamansa yıllara meydan okurcasına ayakta kalmayı başarmıştır. Bazı durumlarda ise toprak altına gömülerek unutulmuş ve binlerce yıl sonra günümüz medeniyetlerince keşfedilmeye başlanmıştır.

Günümüzde sürmekte olan arkeolojik kazılar orijinal hali neredeyse hiç bozulmamış antik tapınakları ve dini merkezleri sürdürülebilir çerçevelerde gün yüzüne çıkartıp medeniyet tarihi bilgimizi pekiştirirken diğer yandan ileride turistik bir ürüne dönüşecek olan yeni destinasyonları da bu yolla ortaya çıkartmaktadırlar.

Diğer yandan küreselleşen dünya da turizmin ekonomilere sağlamış olduğu yarar gittikçe artmakta bu da mevcut rekabet ortamını her geçen gün daha da kızıştırmaktadır. Destinasyonlar sahip oldukları artı değerleri bir rekabet unsuru olarak en iyi şekilde kullanmaya gayrete gösterirken bu potansiyeli fark edemeyen veya çağı yakalayamayan destinasyonlar yarışta geride kalmaktadırlar.

Sanayi devrimi ile birlikte daha uzun yaşayıp daha çok kazanan ve aynı zamanda daha fazla boş zamana sahip olan insanoğlu seyahatlere daha fazla zaman ayırmaya başlamıştır. Zaman içerisinde bilgi teknolojilerinin gelişmesi ile de farklı kültürlerle ve inançlara olan merak eskiye göre daha fazla artarak seyahat sebebi oluşturacak seviyeye gelmiştir. Tüm bu yaşananlar da turizm pazarında hızlı değişimlere sebep olmuş, kitle turizmi yerini alternatif turizm çeşitlerine bırakmıştır.

İnanç turizmi de talep hususunda artış olan turizm çeşitlerinden birisidir. Dünya üzerinde yaşayan pek çok dinin tapınakları ve kutsal merkezleri önemli birer cazibe unsuru oluşturuyorken antik uygarlıkların mitolojik hikayelerle süslü inançları için

nasıl ya da hangi teknoloji ile yapıldığı kestirilememiş tapınakları merak uyandırıcılığı yönü açısından önemli birer cazibe noktası konumuna gelmiştir. Düne kadar Stonehenge gibi Mısır Piramitleri gibi gizemleri henüz çözölemeyen ama her sene yüz binlerce turisti kendilerine çeken antik inanç merkezlerine bugün Türkiye'den de bir merkez eklenmiş ve sadece çok ufak bir kısmının gün yüzüne çıkması ile bilinen tarihi değıştiren ve akademik olarak da kabul görmüş pek çok buluntuyu da cömertçe sunmuştur. Göbekli Tepe olarak bilinen bu ören yeri bu gün dünya da en eski tapınak olarak duyurulmakta, dünyaca ünlü basın ve medya organlarında bu şekilde lanse edilmektedir. Ören yeri Şanlıurfa'ya şimdiden ciddi miktarda turist çekme gücünü kullanmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde, inanç kavramı irdelenerek, inançsal değerlerin insanları nasıl seyahate yönlendirdiği üzerinde durulmuş ve buradan hareketle turizm bağlantısı kurulmuştur. Devamında inanç turizminin özellikleri ve kapsamı işlenerek Türkiye'nin sahip olduğı inanç turizmi potansiyeli, semavi dinler öncesi inanç merkezleri ve semavi dinlere ait inanç merkezleri şeklinde gruplandırılarak anlatılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde, öncelikle destinasyon kavramı açıklanarak özellikleri, turizm ile ilişkisi ve türleri üzerinde durularak Şanlıurfa Destinasyonu ele alınmıştır. Şanlıurfa şehrinin sahip olduğı doğal, tarihi ve kültürel değerler incelenmiş , şehrin turizm potansiyeli Şanlıurfa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2014 yılı güncel verileri üzerinden çalışmaya yansıtılmıştır.

Çalışmanın son bölümünde öncelikle alan araştırmasının ana konusunu oluşturan Göbekli Tepe açıklanmıştır. Göbekli Tepe'nin uygarlık tarihi ve dinler tarihi açısından önemi, kronolojiyi hangi yönden değıştirdiği ve hangi özellikleri ile eşsiz bir cazibe merkezi olduğı işlenmiştir. Devamında ilk olarak Şanlıurfa turizmi ve Göbekli Tep konusunda bilgili 18 adet akademisyen ve turizmci uzman ile görüşmeler yapılmıştır. Yapılan görüşmelerden hareketle GZFT analizi uygulanmış ve Göbekli Tepenin güçlü, zayıf yönleri ile fırsat ve tehditlerine vurgu yapılarak ören yerinin Şanlıurfa destinasyonu için önemi belirtmiştir. Son olarak yerel yönetimlere, turizm işletmelerine, turizm birliklerine ve yerel halka yönelik öneriler ile tez çalışması sonlandırılmıştır.

1. BÖLÜM

İNANÇ TURİZMİ

1.1. İnanç Kavramı

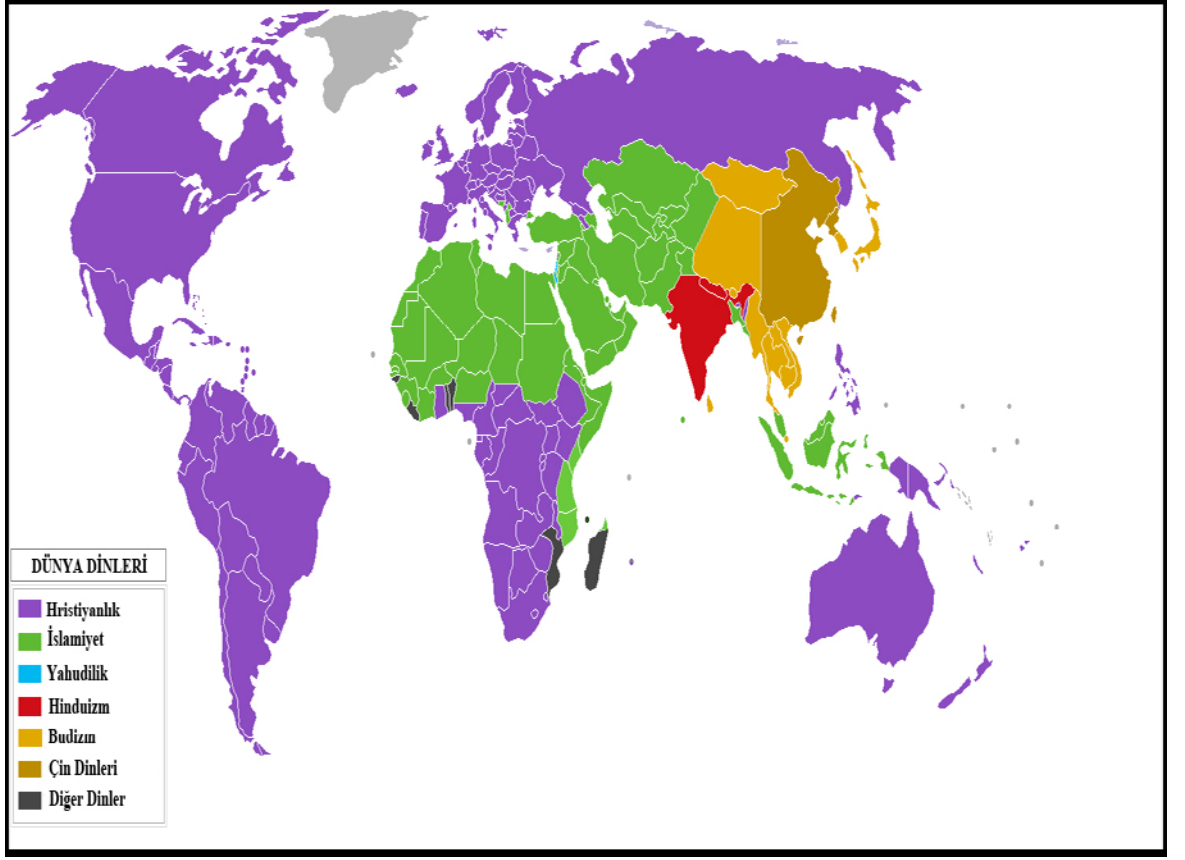
Kelimenin yalın anlamı ile inanç, bir sonuç belirtmektir. Düşünsel vargı yani ulaşılan noktayı ifade etmekte, bir şeylerden emin olmayı ona güven duymayı içermektedir (Temren, 1998:302). Türk Dil Kurumunca yapılan tanıma göre ise, bir düşünceye gönülden bağlı bulunma, birine duyulan güven ve inanma duygusu anlamında olup tanrıya, bir dine inanma, inanılan şey anlamlarına gelmektedir. Bireysel ve toplumsal yaşamımızda son derece etkin bir rol oynayan inanç, bireylerin kendi iç dünyalarındaki ve sosyal yaşantılarındaki dengeleri kurmada oldukça önemli bir işleve sahiptir (Karacoşkun, 2004: 25).

İnanç kavramından bahsettiğimizde doğal olarak onunla oldukça ilişkili bir diğer kavram olan din kavramı da karşımıza çıkmaktadır. Dinin ne olduğu, insan yaşamındaki yeri ve karmaşık yapısı öteden beri tartışılmaktadır. Dinin tarihsel süreç içerisinde insanoğluyla birlikte varlığını sürdürdüğü, bir başka ifade ile insanın olduğu her zaman diliminde ve her yerde dininde var olduğu bir gerçektir. Öyle ki inanılan varlık ve değerlere yönelik zaman zaman birbirinden çok farklı yapılar gösterse de insanlar mutlaka bir inanç sistemi içerisinde olmuşlar ve bu inanç sistemine dayalı tutum sergilemişlerdir (Gündüz, 2010: 17).

Arapça bir kökene sahip olan ve genel olarak belirli inanç sistemlerini ifade etme doğrultusunda sınırlı bir anlamda kullanılan “din” teriminin Arap dilindeki kullanımına bakıldığında çeşitli anlamlara geldiği görülür. Örneğin Kuranda din terimi, “yol, hayat tarzı, hesap günü, kanun, hüküm” ve benzeri anlamlarda kullanılmaktadır. Buna göre din insanın her türlü inancını, düşüncesini, tavır ve davranışlarını ifade eden, insanın yaşam tarzı ya da yaşamında izlediği yol anlamında gelmektedir (Gündüz, 2010: 19).

Özetle din, inanan bireyin, inandığı kutsal varlık ile arasındaki ilişki bağlamında, yaşanılan zaman, zemin ve kültüre göre farklılıklar gösteren bir yaşam biçimidir (Kayıklık, 2009: 7). İnanç ise dinlerin merkezî ve olmazsa olmaz kavramlarından biri olarak değerlendirilebilir (Kayıklık, 2005: 133).

Şekil 1: Dünya Nüfusunun Harita Üzerine İnançlara Göre Dağılımı



Kaynak: <http://qatarconferences.org/interfaith2011/>

Dünya nüfusunun harita üzerinde inançlara göre dağılımını (Şekil 1) incelediğimizde kimi dinlerin yayıldığı alan açısından baskınlığı söz konusu olmakla beraber, toplumların belirli inançlar çevresinde toplandıkları ve birlikte yaşamları hususunda dinlerin önemli birer etken olduğu söylenilebilir.

Tablo 1 de görüldüğü üzere 2013 yılı itibari ile dünya üzerinde yaşamakta olan büyük çaplı dinler ve bu dinlere inanan kişi sayısı yaklaşık olarak şu şekildedir :

Tablo 1: Dinler ve Nüfusları

Dini İnanç	İnanan Nüfus Sayısı
Hristiyanlık	2.319.839.000
Müslümanlık	1.609.201.000
Hinduizm	967.164.000
Budizm	504.784.000
Çin Dinleri	437.133.000
Yahudilik	14.993.000
Diğer Dinler	25.793.000

Kaynak: <http://www.wholesomewords.org>

1.2. İnanç Kavramının Seyahat ve Turizm İlişkisi

İnsanoğlu doğası gereği çevresini anlamlandırmaya başladığı günden bu yana gerek tehlikelerden korunmak gerekse isteklerine ulaşmak için bir yol olarak gördüğü, kendisinden daha yüce güçlerin koruması altına girme arzusu dini inançlara karşı kuvvetli bir bağlılığı da beraberinde getirmiştir. Bu bağlılıkla beraber tabii olduğu dinin, inananlarından beklediği ibadetleri yerine getirmeyi kabul etmiş ve hayatını da buna göre şekillendirmiştir (Erbaş, 2008: 97).

Bu bağlamda gerek semavi gerekse semavi öncesi dinlerde dini amaçlar ve inançların rehberliğinde yolculuk etmek, uzun veya kısa süreli seyahatlere çıkmak çoğu dinin önemli bir parçası olarak karşımıza çıkmaktadır. Çeşitli sebepler veya olaylar sonucunda kimi coğrafi bölgeler, tapınaklar, veya zamansal anlamda kimi dönemler kutsal sayılmış bu da dinlerin seyahate yöneltici birer unsur konumuna getirmiştir. Pek çok dinde kutsal yerlere gitmek önemli birer görev sayılmıştır.

Kutsal mekanlar genel olarak toplumların dinsel yaşamlarının merkezi konumunda olup, varlıkları ile insanların hayatlarına anlam katma ve yön verme gibi özelliklere sahip bölgelerdir. İnanılan kutsal değerler veya dinler fark etmeksizin, insan tabiatı böyle kutsal mekanlara karşı bir ihtiyaç duygusu taşımaktadır. Bu durum en eski

çağlardan bu yana insan kültürlerinin bir parçası olagelmıştır. İnsanlar bu duyguları tapınaklarda veya kutsal mekanlarda her yerde hissettiğinden daha fazla hissetmektedir. Zira kutsal mekanlar ilahi, kutsal alemle dünyevi alemin kesiştiği, bir diğer ifade ile yaratıcısı ile insanın buluştuğu ve kişinin kendisini ilahi, mutlak huzurda hissettiği yerlerdir. Bu sebeple çeşitli yerlere atfedilen kutsallık özelliğinin sebeplerini şöyle sıralayabilmekteyiz (Erbaş, 2002: 98-99):

- **Kutsal kabul edilen yerlerin tanrı tarafından gösterilmesi:** Bunun en güzel örneğini İslamiyet inancı ve onun kutsal kitabı Kuran-ı Kerim de görmekteyiz. Ali İmran suresinde Mekke'nin kutsallığı açık ve net bir şekilde ortaya konulmuştur burasının hayırlı bir yer olduğu bildirilmiştir (Kur'an-ı Kerim, 3:1-200) .
- **Tanrının o yerde kudreti ile hazır bulunuşu:** Antik yunan inançlarında karşımıza çıkan efsanevi Olympos dağına arama fikri de bu mantık üzerine kurulmuş demek yanlış olmaz. İnanca göre tüm tanrıların yaşadığı efsanevi dağ tanrıların kudreti ile hazır bulunduğu düşünülen bir yerdir (Akderin, 2012: 59). Bu sebeple Kıta Yunanistan'ı ve Anadolu üzerinde Olympos olarak adlandırılmış pek çok dağ mevcuttur.
- **Tanrının o yerde görülmesi:** Antik dönemlerden bu yana önemli tapınaklar tanrıların evi niteliğindedir. Örneğin Hititlerde tanrılar aslında gökyüzünde yaşıyor olsalar da belirli dönemlerde tapınaklarında kalırlar, Adyton adı verilen ve tapınağın en kutsal yeri olarak kabul edilip girilmesinin yasak olduğu yerde kaldıklarına inanılır (Ünal, 2003: 84). Öte yandan semavi dinler açısından da İsraililere Kenanlılardan miras kalan ve muhafaza ettikleri pek çok eski mabede karşı tavırları da bu bir başka örnek olarak karşımıza çıkmaktadır. (Erbaş, 2022: 99).
- **Tanrının o yerde gücünü izhar etmesi:** Tanrının gücünü izhar etmesi yani gücünü göstermesine hem Tekvinde hem de Kur'an da ortak geçen bir duruma dair örnek vermek gerekirse Musa peygamberin Sina dağında Allah ile görüşmesi ve Allah'ın dağ üzerinde kendisini tecelli etmesiyle dağın patlaması olayı söylenebilir. Bu sebeple Sina dağı kutsal bir coğrafya olarak sayılmıştır (Tevrat, Çıkış 19:17).

- **Bir yerin insanlarca kutsal sayılması:** Herhangi bir önderin hayatını geçirdiği veya dini etkinliklerini gerçekleştirdiği yerler ile şehit mezarlarının bulunduğu ya da din büyüklerinin miraslarının muhafaza edildiği yerler de sayılmıştır. Çeşitli dinlerde bunun pek çok örneğine rastlamakta mümkündür (Erbaş 2002: 99). Örneğin Antik Yunan bilicilik merkezleri ve Kahinlerin tapınakları bu açıdan oldukça önemlidir. Apollon rahiplerinin yönettiği bu tapınaklar pek çok liderden, tüccara veya halktan kişilere yol gösterici nitelikte olmuştur. Öyle ki İstanbul şehrinin ilk yerleşimcisi olan Megaralı Byzas da Delphoi kahininin kehanetleri aracılığı ile kente ulaşmıştır (Taylor, 2000: 8)

Dinler inananlarını seyahatlere yöneltirken bu davranış kimi zaman turistik olabildiği gibi kimi zamanda rekreatif bir hal alabilmektedir. Örneğin Hititlerde olduğu gibi, bin tanrılı halk olarak anılan ve tabletlerde bu güne kadar altı yüz civarında tespit edilen tanrıları ile önemli bir panteona sahip halk dere kenarlarında, yaylalarda veya doğal güzelliklerin bulundukları yerlerde çeşitli tanrılara ait sunaklar, tapınaklar inşa etmişlerdir. Yılın belirli dönemlerinde ziyarette bulunarak bu doğal alanlarda kutlamalar düzenlemişlerdir. Hatta IV. Tuthalya yönetimi döneminde bu sunaklar başkente getirilerek, seyahat masrafları düşürülmeye çalışılmıştır (Ünal, 2013 :102). Yani dinlerin kutsal saydıkları merkezlerin birer cazibe noktası haline gelmesi günümüzden çok eski dönemlere dayanmaktadır.

Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşıldığı üzere, dinlerin ve inançların seyahatler üzerinde önemi bir etkisi vardır. İnançlar insanları kimi zaman dinin doğrudan emrettiği kutsal mekanlara yöneltirken kimi zaman da herhangi bir dinin önemli bir temsilcisinin bulunduğu yere yönlendirmiştir. Bu yönlendirme de zamanla turistik birer gezi haline dönüşmüş ve günümüze kadar geçen sürede önemli bir sektör halini almıştır.

Bu bağlamda turizm sektörü üzerinde din faktörünün sosyal ve ekonomik açıdan boyutlarının incelenmesinde yarar vardır. Ekonomik açıdan inanç turizmi, eski çağlardan bu yana turizm sektöründe önemli bir gelir kaynağıdır. Dini seyahatler ve hac yolculukları oldukça eski çağlara dayanan olgular olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca kişiler dini görevlerini yerine getirirken harcamalarında daha serbest davranmaktadırlar. Bu durum ülkelerin ve işletmelerin turizm planlamalarında inanç

turizmine özel bir önem vermesine de sebep olmaktadır. Olayı sosyal açıdan ele aldığımızda ise, aynı amaçla farklı milletten, kültürden turistlerin farklı dilleri konuşmalarına rağmen, inanç merkezlerini aynı duygu ve heyecanla ziyaret etmeleri toplumsal açıdan yakınlaşma sağlar ve kardeşlik duygusunu ön plana çıkarır (Şahiner, 2012: 27).

1.3. İnanç Turizmi

Alternatif bir turizm çeşidi olarak karşımıza çıkan inanç turizm aslında günümüzden çok eski çağlarda başlamış ve insanların kutsal mekanlara olan yönelimi ile ortaya çıkmış bir turizm çeşididir. Olalı (1963: 10)'ya göre turizmin ikinci sebebi dini inanışlardır.

İnanç turizminin tanımı açısından literatürde bir ikirciklik söz konusudur, kimi araştırmacılar inanç turizmini; kutsal yerlerin, o dine mensup kişilerce seyahat edilmesi ve bu seyahat sırasında turistik ürün tüketmeleri ile oluşan bir turizm türü olarak tanımlarlar. Bu tanıma göre Hristiyan olamayan birinin Vatikan'ı ziyaret etmesi inanç turizmi olarak değil kültürel bir turizm hareketi olarak nitelendirilmektedir (Kaya, 1979: 2, Sargın, 2006: 3 , Arslantürk vd., 2013: 1246). Bu görüşü destekleyen bir başka tanıma göre; insanların sürekli yaşam alanları dışında, ticari kazanç amacına dayanmayan, çıkış noktası inançları gereği dini vecibelerini yerine getirmek veya ziyaret etmek için dini açıdan önemli gördükleri kutsal yerlerde en az bir gece konaklamadan oluşan geçici seyahatlerin ortaya çıkardığı ekonomik ve sosyal nitelikli olay ve ilişkiler bütünüdür diyebiliriz (Usta, 2005: 5).

Bir diğer ele alınış şekli ise kutsal yerlerin yerli ve yabancı turistlerce ziyaret edilmesinin turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi (Çontu, 2006: 16) şeklinde olup en basit tanımı ile inanç turizmi kutsal yerlere yönelik turizm etkinlikleri olarak tanımlanmaktadır (Kozak, v.d., 2012: 23). Dini amaçlı seyahat eden turistleri belli destinasyonlara çeken en önemli faktör kuşkusuz, inandıkları dinlere veya merak duydukları farklı dinlere ait dini yerlerin o destinasyonlarda bulunmasıdır (Tandoğan, 2012: 20). Özetle bu anlayış esasınca kutsal sayılan yerlere yapılan her türlü ziyaret

inanç turizmi içerisinde değerlendirilmektedir. Müslüman birinin Vatikan'ı veya buradaki kutsal ayinleri izlemesi amacı ile yaptığı seyahatler de bu kapsama girmektedir.

Bu konu ile ilgili özellikle Anadolu merkezli konuşmasında Duru (2007: 209) 2006 yılında düzenlenen "3. İnanç Turizmi Günlerinde" şunları dile getirmiştir: "İnanç Turizmi deyiminin genelde ilk çağrıştırdığı, günümüzün üç büyük "Tek Tanrılı" dinleri ile Uzakdoğu'nun inanç sistemleri ve bunlarla ilgili seyahatlerdir. Ancak inanç turizmini sadece çağımızda yaşamakta olan inanç sistemleriyle sınırlı tutmak çok da mantıklı değildir. İnançlar konusunda özellikle Anadolu gibi, çok eski kültürel geçmişi olan bir bölge için durum farklıdır. Zira Anadolu'da üç büyük dinin egemen hale gelmesinden önceye giden çok uzun bir süreç içinde yaşamış inançların bugün hala ayakta duran pek çok belgesi, anıtları ve değişik türde kanıtı görülebilmekte ve bunlar turizm olgusu açısından büyük değer taşımaktadır. "

Özetle inanç turizmi kişinin kendi inançlarının veya başka inançların kutsal saydığı bölgelere, dini görevlerini yerine getirmek, farklı dinlerin dini ritüellerini izlemek veya günümüzde inananı kalmamış ve mitolojileşmiş dinlerin inanç merkezlerine yaptıkları seyahatleri sırasında turistik ürün tüketmeleri ile ortaya çıkan bir turizm çeşididir.

Shackl'a göre, din esaslı cazibe merkezlerinin genel bir sınıflandırmasını aşağıda verildiği gibi yapmıştır (Başer ve Başçı 2012: 426).

- Doğa olayları (kutsal göller, dağlar, adalar, bahçeler)
- Dini amaçla inşa edilmiş mimari yapılar
- Dini temalı yapılar
- Dini olmayan yerlerde dini açıdan önem addedilmiş özel olaylar
- Politik olaylar ile veya trajik bir olay ile ilişkilendirilip kutsallaşmış mekanlar.

1.3.1. İnanç Turizminin Özellikleri

Dinlerin birbirlerinden farklı yapılarda olmaları ve inananlarına farklı zaman, mekan ve şekilde beklentilerde olmaları, inanç turizminin uygulamasında da farklılıklar ortaya çıkarmaktadır. Bu bağlamda dini seyahatler farklı dinlerde farklı şekillerde düzenlenmektedir. Kimi dinlerde bu seyahatlerin kesin zaman aralıkları varken

kimilerinde böyle bir kıstas konulmamıştır. İnanç turizmi orijinli hareketlerin genelde üç şekilde ortaya çıktığı gözlenmektedir (Yılmaz, 2000: 68).

- Grup halinde yapılan hacı olma maksatlı hac gezileri.
- Belirli dini tarihlerde, önemli dini olayların yıldönümlerinde gerçekleşen büyük ölçekli toplantılar.
- Turistik güzergahlar üzerindeki önemli dini merkezler, mimari ve sanatsal özellik taşıyan yapıları kapsayan turlar.

Katılımında maneviyatın önemli rol oynadığı inanç turizminin sosyal, ekonomik, dini ve kültürel etkileri barındıran özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Albayrak, 2013: 236-237)

- İnsanların dini yerleri görme isteği veya dini açıdan görevi gereği İnanç turizminin talep yaratma özelliği vardır. Çünkü insanlar dini yerleri oldukları yerde ziyaret etmek durumundadır.
- İnanç turizmine yönelten nedenler, psikolojik nedenler, dini arz kaynaklarının zenginliği, dini gün ve bayramlarla dini faaliyetleri yayma hareketleri olarak nitelendirilebilir.
- İnanç turizmi insanların maneviyatlarını gerçekleştirmek ve böylece kendilerini daha rahat hissettikleri turizm türüdür. Bu nedenle inanç turizminin insanların zihinsel, ruhsal ve sosyal olarak rahatlamalarını sağlayan bir turizm türüdür.
- İnsan doğası gereği yaşı ilerledikçe manevi açıdan doygunluk hissinin artması sebebi ile inanç turizmi üçüncü yaş turizmi ile yakından ilgilidir.
- İnanç turizmi istenilen her yerde gerçekleştirilen bir turizm çeşidi değildir. Gerçekleştirilmek istenen bölge ya da ülkede mutlaka dini çekim yerlerinin olması gerekmektedir. Bu nedenle gerçekleştirildiği yerlere rekabet avantajı sağlayan bir turizm türüdür.
- İnanç turizmi gerçekleştirildiği bölgede kültürel alışverişin ve aynı zamanda farklı dinlerden olan insanların kaynaşmasını sağlayan bir turizm türüdür.

- İnanç turizmi manevi değerlerin maddi değerlere dönüşmesini sağlayan bir turizm çeşididir. Dolayısıyla gerçekleştirildiği bölgeye ve ülkenin turizm ekonomisine gelir sağlama özelliğine sahip bir turizm türüdür.

1.3.2. İnanç Turizmine Katılma Sebepleri

İnanç turizmi genel anlamda manevi bir amaç taşımaktadır. Yılmaz (2000: 58) inanç turizminin gerçekleştirilmesinde aşağıdaki amaçların etkin rol oynadığını dile getirmektedir:

- **Dini gereklerden biri olarak hac görevini yerine getirmek:** Birçok din için hac manevi bir arınma, kurtuluş ve bir ibadet şekli olarak görülürken Müslümanlar ve Yahudiler için şartlara bağlı bir zorunluluktur.
- **Bir adağı yerine getirme, şükranlarını sunma, günahlarından arınma ve dileklerini bildirme:** İnsanlar yaşamlarında dünyevi yollarla çözilemeyen bir sorunla karşılaştıklarında bu sorunu çözebilmek için ilahi bir yardım arayışına girmektedir. Kutsal bir yere yapılan ziyaretin amacı o sitenin ilahi muhafızının aracılığıyla bu tür bir yardım yakarışının iletilmesini sağlamaktır. Burada inananlar günahlarını itiraf etmekte, adaklar adamakta, tövbe etmekte ve gelecekte daha kutsal bir yaşam süreceklerine dair kararlarını açıklamaktadır.
- **Sosyal ve manevi yönlerden üstün bir konuma ulaşma:** Sosyal yönden bakıldığında, dini bir yolculuk yapmak birçok toplumda bir erdem olarak kabul edilen dindarlığın bir göstergesidir.
- **Belirli dini olayları kutlama ve anma:** Her dinin, mensuplarınca kutsal sayılan belirli olaylarla bağlantılı törenleri ve inançları bulunmaktadır. Peygamberlerin doğumları, kutsal kişilerin ölümleri ya da onlar tarafından yapılan belirli yolculuklar dini doktrinde ve efsanelerde kayıtlıdır. Bu tür olaylar dini festivallerde dince önemli sayılan kişilerin yaşamlarını ve faaliyetlerini anmak için temsili olarak tekrarlanmaktadır.
- **Aynı dinden olanlarla ilişki ve bağlantı kurma:** Bu amaç misyoner toplantılarını ve hac yolculuklarını içermektedir. Birçok dinde hac

yolculuklarının temel amacı dine mensup kişilerin bir araya gelmesini sağlamak için bir neden yaratma olarak açıklanmaktadır.

- **Hakikati yayma:** Birçok din inananlara gerçekleri öğretme ya da dini yayma gibi amaçlarla misyonerlik faaliyetlerini desteklemektedir.
- **Konferanslar ve dini toplantılar düzenleme:** Dini olmayan örgütler gibi dini gruplar da faaliyetlerini etkili şekilde yürütmeye ihtiyaç duymaktadır. Bu amaçla da dini gruplar gelişimlerini izleyebilecekleri, üyelerinin manevi hedeflerine etkin şekilde ulaşmalarını sağlayacak eğitim verebilecekleri periyodik toplantılar düzenlemektedir .

1.3.3. Türkiye'de İnanç Turizmi

Türkiye'de 1993 yılı itibariyle ilk olarak üç büyük semavi dine ait olan ve günümüze ulaşan eserlerin, yapıların ve ibadet merkezlerinin envanteri çıkartılarak inanç turizmini geliştirme hareketleri başlamıştır. Türkiye genelinde, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Vakıflar Genel Müdürlüğü, Diyanet İşleri Başkanlığı, Valilikler ve çeşitli üniversitelerin yardımları ile yapılan envanter çalışmasında, ülkemizde bulunan ve sayıları oldukça fazla olan eserlerden (Serçek, 2011: 47);

- Dini açıdan önemli olan ve ziyaret açısından talep gören,
- Sanat tarihi yönünden önemli olan,
- Mimari özellikleri sebebiyle türünün ilk ve ilginç bir örneği olma özelliğini taşıyan
- Kolay ulaşım imkanlarına sahip ve seyahat acentelerince tur programlarına dahil edilen önemli yerlerin tespiti yapılmıştır.

1995 yılı itibariyle Türkiye'de inanç turizmi adı ile bu kapsamda çeşitli faaliyetler gerçekleştirilmeye başlanmıştır. İlerleyen üç senelik dönemde, 1998'e kadar "İnanç Turizmi" konseptli turlar düzenlenerek tur operatörleri, çok sayıda basın mensubunu ve konunun uzmanlarına tanıtımlar yapmışlardır. "2000'e Doğru İnanç Turizmi" adı ile Denizli ve Pamukkale'de düzenlenen sempozyumlardan sonra 2002 senesinde Diyanet İşleri başkanlığının da katılımı ve katkıları ile "I. İnanç Turizmi Günleri" ,2004 senesinde İzmir'de "II. İnanç Turizmi Günleri" düzenlenerek konu gündeme getirilmeye çalışılmıştır. Ayrıca ek olarak zaman zaman yerel yönetimler

veya çeşitli kuruluşların önderliğinde benzer çalışmalar düzenlenerek konu irdelenmeye çalışılmıştır. Bu gün 43 il Turizm Bakanlığı tarafından, “inanç turizm açısından önemi olan iller” kapsamı dahilindedir. Bu illerdeki dini mekanların tanıtımında devlet desteği de söz konusudur.(Sargın, 2006: 5).

Ayrıca Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013 dönemi içerisinde oluşturulan planlar doğrultusunda inanç turizmi bir koridor şeklinde değerlendirilerek Tarsus, Hatay, Gaziantep, Şanlıurfa ve Mardin yörelerini kapsayan ve bu bölgelerde tarihi yapıların restorasyonu ise pansiyonculuk ve küçük otellerin desteklenmesi planlanmıştır (Turizm Stratejisi 2023, 2004: 32).

Bu günkü adı ile Türkiye olan ve üç tarafı denizlerle çevrili Anadolu toprakları tarihin bilinen en eski çağlarından bu yana toplumların göç güzergahlarını ihtiva etmiş bir coğrafyada yer almaktadır. Pek çok farklı kültüre ev sahipliği yapmış ve bereketli toprakları tarih boyunca sayısız devletin ilgi alanına girmiş, antik çağlardan bu yana toplumların göz bebeği olmuştur. Bu durum günümüzde tarihi ve kültürel miraslar olarak bize yansımaktadır. Anadolu topraklarından geçmiş tüm toplumlar; yaşayışlarını, kültürlerini ve en önemlisi dinsel inançlarını bu topraklara miras olarak bırakmış onları izleyen toplumlar ise bırakılan inanç değerlerini büyük bir hoş görü çerçevesinde kendi inanç potalarında eriterek günümüze kadar ulaştırmıştır. Bu hareketli tarihsel süreç içerisinde inançlar sadece mantıksal çerçevede miras bırakılmamış aynı zamanda toplumların ibadetlerini ve tanrılarına olan sunularını gerçekleştirmek için inşa ettikleri tapınaklarla da günümüze kadar gelerek tarihsel devrim içerisinde kendisine yer edinmiştir. (Çakmak, 2013: 815-816)

Türk hakimiyeti sonrası hızlı bir şekilde İslami nüfusu fazlalaşan Anadolu’da zaman içerisinde pek çok evliyalar, şeyhler, dini anlamda önemli kişiler yetişmiş ve insanlığa yol gösterici bir çizgi izlemişlerdir. Günümüzde ise zamanında Anadolu’da yetişmiş bu önder nitelikli dini kişiliklerin yaşadıkları bölgelerde yılın belirli zamanlarında anma törenleri düzenlenmekte, bu etkinlikler gün geçtikçe turistik birer faaliyet halini alarak destinasyon değerini de arttırmaktadır. Çeşitli illerimizde gerçekleştirilen inanç turizmine yönelik etkinlikleri şöyle sıralayabiliriz:

Tablo 2: Türkiye’de İnanç Turizmine Yönelik Gerçekleştirilen Etkinlikler

Şehir	Festival İsmi	Tarihi
Ankara	Geleneksel Hacı Bektaş-ı Veli Anma Törenleri	18 Ağustos
Antalya	Abdal Musa’yı Anma Töreni	Haziran Ayının 1. Haftası
Aksaray	Somuncubaba Anma Törenleri	Eylül Ayının 2. Haftası
Afyon	Hamza Şeyh Dede Anma Törenleri	Mayıs Ayının 3. Haftası
Bursa	Barokfakih Hazretleri Anma Töreni	1-30 Haziran
Bursa	Dolubabayı Anma Günü	Temmuz Ayının 1. Haftası
Erzurum	İbrahim Hakkı Hazretlerini Anma Törenleri	23-30 Ağustos
Eskişehir	Şeyh Süceattin-i Veliyi Anma Törenleri	Mayıs Ayının 4. Haftası
Giresun	SeyyidMahmud Çağırğan Veliyi Anma Törenleri	Temmuz Ayının 1. Haftası
Giresun	Şeyh İdris’i Anma Törenleri	25 Eylül
Isparta	Seyyid Veli Baba Sultan Aşıklar Gecesi Pilav Festivali	Ağustos Ayı
Kastamonu	Şeyh Şaban-ı Veliyi Anma Törenleri	Mayıs Ayının 1. Haftası
Kayseri	SeyidBurhanettini Anma Günü	27 Kasım
Konya	Mevlana’yı Anma Törenleri	10-17 Aralık
Kütahya	Hayme Anayı Anma Törenleri	Eylül Ayının 1. Haftası
Nevşehir	Hacı Bektaş-ı Veliyi Anma Törenleri	16-18 Ağustos
Niğde	Ahmet Kuddüs Hazretlerini Anma Törenleri	4 Aralık
Siirt	İbrahim Hakkı Hazretlerini Anma Törenleri	14-22 Eylül
Şanlıurfa	Eyyüb Nebi Sabır Etkinliği	21 Eylül
Tokat	Hasan Şeyhi Anma Törenleri	Temmuz Ayının 3. Haftası

Kaynak: Batman ve Çınar 2005: 217, 218, viransehir.gov.tr, giresun.gtb.gov.tr

1.3.3.1. Semavi Dinler Öncesi İnanç Yapısı, Merkezleri ve İnanç Turizmi

Anadolu'daki inanç zenginliği ve farklı dinlerin bir arada yaşaması sadece semavi üç büyük din olan İslamiyet, Hristiyanlık ve Musevilik dinleri dönemleri ile sınırlı değildir. Anadolu, bu gün bilinen en eski çağlarından bu yana zengin ve girift bir inanç mozağine sahip bir şekilde karşımıza çıkmaktadır.

Bu mozaik bu günkü bilgiler ışığında günümüzden 12.000 sene öncesine kadar dayanarak bizi insanoğlunun ilk inşa ettiği tapınak olan Göbekli Tepeye kadar götürmektedir. İnsanlık henüz yerleşik hayata geçmeden Anadolu'da tapınaklar kurmaya başlamış, çok uzak mesafelerden bu tapınakları ziyaret etmek için tehlikeli seyahatleri göze alacak kadar ciddi bir inanç temeli ile Anadolu'nun inanç yolu çizilmeye başlanmıştır. Aynı yörede bulunan ve tarihi M.Ö. 7000 lere uzan Harran yıllar boyunca Mezopotamya ve Anadolu için çok önemli bir dini merkez sayılmıştır. Hatta çeşitli arkeolojik kayıtlarda Harran'daki Ay tanrısı Sin mabedinde bir anlaşma imzalandığına dair vesikalar bulunmaktadır. Hitit kralı Şuppiluliuma ile Mitanni kralı Mattivaza arasında yapılan bir antlaşmaya Harran'daki Ay ve Güneş tanrıları şahit tutulmuştur (Ekinci, 2008: 5). Yani bölge farklı devletlerin anlaşmalarını yapacağı ortak bir inanç merkezi ve saygınlığı içerisinde değerlendirilmekteydi.

M.Ö. 6500-5500 arasına tarihlenen Konya ilinde bulunan Çatalhöyük, Göbekli Tepe keşfedilmeden önce sadece Anadolu için değil tüm dünya literatürü açısından tarım-din ilişkisi üzerine adeta bir milat niteliği taşımaktaydı. Çatalhöyük insanı toprağı tanımaya başladıkça ona şekil verir ve ondan ürün almaya başlar. Bu özelliği ile toprağın doğurganlığını fark edip toprağın üretkenliğini kadının doğurganlığı ile bağdaştırarak "ana tanrıça" inancı altında anaerkil bir toplum düzenini benimser (Olgunlu, 2010: 17). Benimsenen bu ana tanrıça inancı kendilerinden sonra gelen neredeyse tüm toplumların dini inanışlarını da etkilemiştir. Bu inanış Friglerde ve Lidya da Kybele, Hititlerde Arinna Efes'te Artemis olarak karşımıza çıkacaktır (Türkkan, 1976: 45).

M.Ö 2000 li yılların başlarında Anadolu'ya göç edip bu topraklardaki ilk imparatorluğu kuran Hititler de Anadolu'daki inanç çeşitliliği açısından oldukça önemli bir role sahiptir. M.Ö.15. yy. da inşa ettikleri Yazılıkaya Kaya Tapınağı, yeni yıl ve ilkbahar kutlamalarında tüm tanrıların bir araya geldiği bir tapınak olarak karşımıza çıkmaktadır. Burası Hava Tanrısının evi ve yeni yıl şenlik evidir (Seeher, 2011: 137).

Oyma Ağaç Höyüğü de Hitit çağından günümüze miras kalmış önemli bir inanç merkezidir. Samsunda bulunan höyük 2013 yılı kazıları neticesinde Hitit zamanında Nerik olarak isimlendirilen kutsal merkez olduğu anlaşılmış, günümüzde Mekke'nin İslamiyet için anlamı neyse Hititler içinde aynı şekilde önemli olan bir hac merkezi olduğu belirtilmiştir. (arkeolojihaber.net).

Hititlerin Anadolu'daki egemenliğinin sona ermesi ile M.Ö. 1. binin sonlarında Avrupai bir kavim olan Friglerin hakimiyet dönemi karşımıza çıkar . M.Ö. 12. ve 7. yüzyıllar arasında Orta Anadolu'ya hakim olan halk Anadolu'nun önemli bir güç unsuru haline gelir (Değirmencioğlu ve Ahıpaşaoğlu 2008: 176). Frigler hakimiyet dönemlerinde dini açıdan eserler bırakmakla birlikte pek çok mitolojik hikayesi ile soyut kültürel miras değerinde eserler vermişlerdir. Geliştirmiş oldukları Ana tanrıça kültü binlerce yıl öncesinin Çatalhöyük Ana tanrıçası ile aynı orijinde olsa da çok daha geniş coğrafyalara dağılmış, M.Ö. 204 yılında bu inanç ve temel tanrı kültürleri Roma'ya büyük şölenler ile taşınmıştır (Sevin, 1982: 237).

M.Ö. 330'a geldiğimizde Anadolu'da Helenistik dönem başlar. Özellikle Anadolu'da Ege sahillerinde yoğunlaşan koloni şehirlerinde dinsel inançlar ve Yunan panteonu tanrısal yapısı oldukça önemliydi. Bütün kentler veya ülkeler belirli tanrılara atfedilirdi. Kentlerde tapınaklar dışında yüzlerce kutsal alan bulunmakta bu alanlar ilgili tanrıların kabartmaları ile de belirtilmekteydi. Aydın da bulunan Didim Appollon Tapınağı, İzmir Efes Artemisyonu hem Helenistik çağ öncesi yunan toplumlarında hem de Helenistik dönem içerisinde yeri oldukça önemli olan tapınaklar olarak karşımıza çıkar. Bunların dışında pek çok tapınakta yine birer inanç merkezi özelliğini bünyesinde barındırmıştır (Wycherley, 1993: 79-83).

Tablo 3: Anadolu’da Semavi Dinler Öncesi Önemli İnanç Merkezleri

Şehir	İnanç Merkezi
Adıyaman	-Nemrut -Arsemia
Afyon	-Phyrig Yazılıkayası -Aslankaya Kybele Açık hava Tapınağı -Aslantaş Açık Hava Tapınağı
Aydın	Didim Apollon Tapınağı
Çanakkale	Assos Athena Tapınağı
Çorum	Yazılı Kaya Tapınağı
Denizli	Hierapolis Apollon Tapınağı
İzmir	Efes Artemisiyonu
Kütahya	AizonaiZues Tapınağı
Muğla	Leto, Artemis Apollon Üçlü Tapınağı
Mersin	Zeus Tapınağı
Samsun	Oyma Ağaç Höyüğü
Şanlıurfa	-Göbekli Tepe -Harran, Sin Tapınağı

Kaynak: Schmidt 2008: 32, Ekinci 2008: 47, Değirmencioğlu ve Ahıpaşaoğlu 2008: 205, Bingöl 2007: 126, 157 , ktbyatirimislemler.gov.tr

Yukarıdaki bilgilerden hareketle, din ve inanç kavramlarının sistematik bir biçimde yaşanmaya başlandığı en erken çağlardan bu yana Anadolu önemli bir inanç merkezi olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Anadolu’ya yerleşen toplumlar kendi dinlerini yaşarken, kendinden önceki toplumlardan etkilenmiş ve kendisinden sonraki toplumları etkilemiştir. Bu da kaynağı çok eski dönemlere kadar uzanan ve günümüze kadar ulaşmış zengin bir inanç mozaiği sunmakla beraber günümüzde önemli birer cazibe merkezi sayılabilecek pek çok antik mimari eseri miras bırakmıştır.

1.3.3.2. Semavi Dinlere Ait İnanç Merkezleri ve İnanç Turizmi

İbrahimi dinlerin doğuşu ile beraber Anadolu’da yaşanan hareketlilik dini anlamda da kendini göstererek İslamiyet, Hristiyanlık ve Yahudilik dinleri için ilerleyen zaman zarfında önem teşkil edecek destinasyonların doğuşuna sebebiyet vermiştir. Dini içerikli önemli olayların olması, büyük dini yapıların, ibadet hanelerin inşaatı Anadolu topraklarını zaman içerisinde oldukça önemli bir destinasyon haline getirmiştir. Bu yapılar ise yine zamanla farklı dinlerin boyunduruğu altında şekil

değiştirmiş ve günümüze multi kültürel bir şekilde ulaşmıştır (Değirmencioğlu ve Ahıpaşaoğlu 2008: 8-12).

1.3.3.2.1. İslamiyet Dini ve İnanç Turizmi

Günümüzde dünyada yaklaşık bir buçuk milyar inananı bulunan İslam inancı, terim anlamı itibariyle Allah'a yönelmek, teslim olmak ve tevhit inancına bağlanmak, kurtuluşa ermek anlamındaki “selm” kökünden türemiştir. İslamiyet'in genel olarak miladi 7. yüzyıldan sonra Hz. Muhammed ile birlikte başladığı fikri hakim olsa da İslam kendi tarihini Hz. Muhammed'le ve Kur'an'la değil ilk insan Hz. Adem ile başlatır. Buna göre İslam tarihi insanlık tarihi ile özdeşir ve İslam hem ilk hem de son dindir; zira o, Allah'ın insanlık için öngörmüş olduğu yegane inanç sistemidir (Gündüz 2010: 37). Kur'an'da İslam, Allah katındaki hak dinin karşılığı ve özel adı olarak belirlenmiş, ondan başka hiçbir dinin Allah tarafından kabul edilmeyeceği vurgulanmıştır İslam, kitabı Kur'an günümüzden 1400 yıl öncesinde turizm ile ilgili hareketleri oldukça etkili şekilde ortaya koymuş, günümüzde kullanılan pek çok tanıma da yer vermiştir. Öncelikle inananların gerekli şartlara sahip oldukları taktirde hac ibadetinin mecburi kılınması hem planlı turizm hareketlerine bir örnek teşkil etmekte hem de farklı milletlerden inananları aynı destinasyonda toplamaktadır (Yılmaz, 1988: 53).

Kur'an da turizm kelimesi doğrudan kullanılmasada turizmin öznesi niteliğindeki insanın hareketleri üzerinden tanımlar yapılmıştır. Elmalılı Hamdi Yazır'a göre kutsal kitapta sıklıkla geçen seyahat kelimesinin anlamı “ Suyun tabiatı üzere akması gibi kolayına geldiği veçhile arz üzerinde şehirlerden ve mamurelerden uzaklara varıncaya kadar istediği yere gitmek ve seyretmektir” (Erol, 1976: 31). Turist sözcüğü de Kur'an da “seyyah”, turist kfilesi ise “seyyare” olarak kullanılmış olup “intişar” kelimesi ise yolculuk manasında kullanılmıştır (Yılmaz, 1988: 54).

Kura'an seyahati net bir şekilde ibadet sayması yanı sıra bunun gerekliliğini ayetlerinde açık bir şekilde sunmuştur. İnananların farklı coğrafyaları ziyaret etmesini, Kur'an da sıkça bahsedilen eski medeniyetlerin kalıntılarını görmelerini istemiş veya farklı ülkelere, bölgelere seyahat edilerek buralarda elde edilecek bilgiye ulaşılması beklenmiştir. Bu açıdan İslam dininin seyahate diğer dinlerden

daha farklı bir bakış açısı ile yaklaştığını söylemek yanlış olmayacaktır. İnananlar bir yandan farz bir ibadet için seyahate yönlendirilirken diğer yandan ufuklarını genişletme merkezli zorunlu tutulmayan bir seyahat telkini ile karşı karşıyadır. Bu ayetleri birkaç örnekle açıklamak gerekirse;

Tablo: 4: Kur'an-ı Kerim de Seyahat ile İlgili Ayetler

Ankebut:20	<i>“De ki: Yeryüzünde gezip dolaşın da, Allah ilk baştan nasıl yaratmış bir bakın...”</i>
Ali-i İmran: 137	<i>“Sizden önce nice (milletler hakkında) ilahi kanunlar gelip geçmiştir. Onun için, yer yüzünde gezin dolaşın da (Allah'ın ayetlerini) yalan sayanların akıbeti ne olmuş, görün!”</i>
Hac: 46	<i>“(Seni yalanlayanlar) hiç yeryüzünde dolaşmadılar mı? Zira dolaşsalar da elbette düşünecek kalpleri ve işitecek kulakları olurdu. Ama gerçek şu ki, gözler kör olmaz; lâkin göğüsler içindeki kalpler kör olur”</i>
Bakara: 185	<i>“... Kim o anda (Ramazan ayı) hasta veya yolcu olursa (tutamadığı günler sayısınca) başka günlerde kaza etsin ...”</i>
Yusuf:109	<i>“...(Kafirler) yer yüzünde hiç gezmediler mi ki, kendilerinden öncekilerin sonun nasıl olduğunu görsünler...”</i>
Nahl: 36	<i>“... Yer yüzünü gezin de peygamberleri yalanlayanların sonunun nasıl olduğunu görün...”</i>
Rum: 42	<i>“De ki: Yer yüzünde gezip dolaşın da, daha öncekin akıbetleri nice oldu görün...”</i>

Kaynak: Kuran-ı Kerim Açıklamalı Meali 2004: 27, 42, 66, 247, 270, 336, 397

Yukarıdaki ayetlerden hareketle Kur'an-ı Kerim'in seyahatler sırasında dini açıdan farz olan kuralları dahi yumuşattığı ve inananlara çeşitli kolaylıklar sağladığı, özellikle insan oğlunun geçmişteki hatalardan ders çıkartıp atalarının yaptığı hataları yapmaması için gezmesi sıklıkla öğütlenmekte, eski uygarlıkların kalıntılarının gözlemlenmesi istenmektedir.

Anadolu, İslam dininin kültüre yansıması ve bu dini öğelerin yapılar üzerindeki etkilerini incelemek için elverişli bir coğrafya ihtiva etmektedir. 11. yüzyılın ikinci yarısı Anadolu'ya yoğun bir şekilde yerleşmeye başlayan Türkler, kısa bir zaman dilimi içerisinde İslam dininin ve kendi toplumsal yapılarının gereklerine uyan mimari bir ortamı oluşturmaya çalışmışlardır. Fakat Anadolu'daki İslami kültür Türklerin akınlarından önce 7. yüzyıl civarında Güneydoğu Anadolu bölgesinde kendini göstermiştir (Değirmencioğlu ve Ahıpaşaoğlu 2008: 369).

Buradan hareketle yüzlerce yıllık süreç içerisinde Müslüman nüfusun artışı Anadolu'da kendisini kültürel yansımalar olarak da göstermiş, mimari ve sanatsal alanda eserlerin günümüze taşınmasına vesile olmuştur. Dolayısı ile ülkemizde hem bölgesel anlamda Müslümanlarca kutsal kabul edilen yerler olduğu gibi hem de İslami geleneğin eşsiz örnekleri niteliğinde yapılar bulunmaktadır.

Müslüman âlemi için kutsal sayılan yerlerden bazıları şunlardır (Sezgin, 2001: 20) :

- İnsanlığın ikinci atası sayılan Nuh peygamberin tufan'dan üç oğlu ve gelini ile birlikte gemisinin karaya oturduğu Ağrı dağı ülkemizdedir.
- Hazreti İbrahim peygamberin yaşadığı yer Urfa ilimizdedir.
- Yavuz Sultan Selim'in 1517 yılında mısır seferinden sonra İstanbul'a getirdiği kutsal emanetler Topkapı müzesinde bulunmaktadır.
- İslam Peygamberi Hazreti Muhammed'in sancaktarlığını yapmış olan Halid Bin Zeyd'in (Ebu Eyüp Ensari-Hazret Eyüp) türbesi İstanbul'da Eyüp semtindedir.
- Ünlü İslam bilgini Mevlana Hazretlerinin türbesi Konya'dadır.

Bu destinasyonlar dışındaki kültür turizmi bakanlığı tarafından belirlenmiş ve inanç turizmi kapsamında bakanlığın internet sitesinde tanıtılmış, Anadolu'daki farklı şehirlerde bulunan pek çok cami, medrese, külliye, kümbet, türbe gibi noktalarda inanç ve cazibe merkezi kapsamına alınmıştır.

1.3.3.2.2. Hristiyan Dini ve İnanç Turizmi

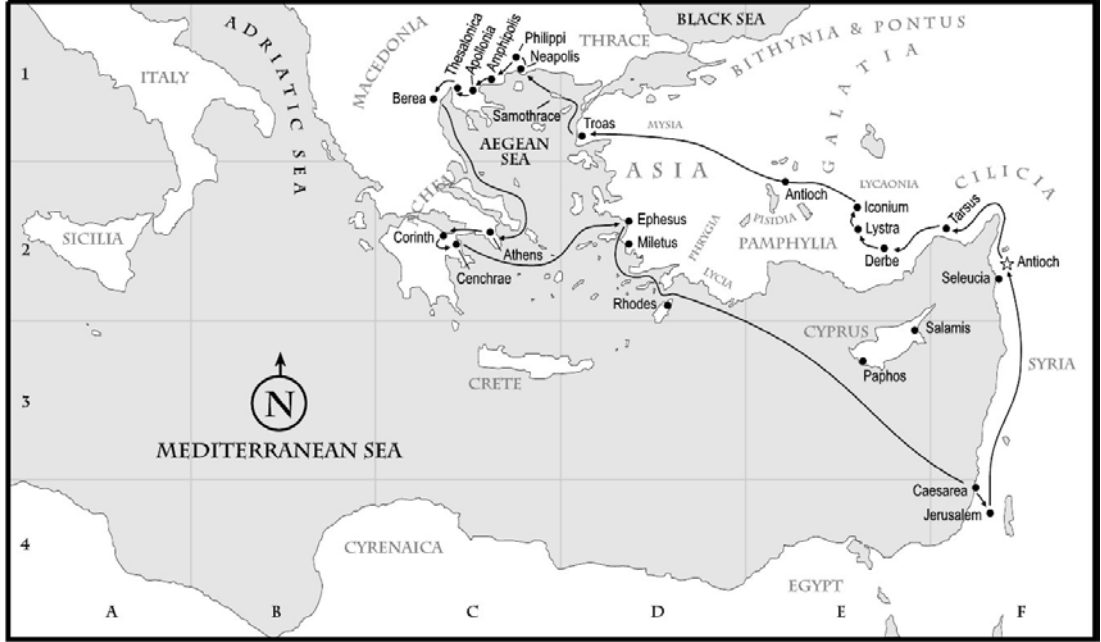
Ortadoğu kökenli, tek tanrılı, İbrahimi yani semavi bir din olan Hristiyanlık, Hz. İsa'nın adından hareketle İsevilik, Hz. İsa'nın memleketinden hareketle Nasranilik

olarak ta bilinir. Hristiyan sözcüğünün etimolojik kökenini incelediğimizde, mesih kelimesinin Yunanca karşılığı olan Khristos kelimesine dayandığı görülmektedir. Dinin inanları dünyanın neredeyse her yerine yayılmış olsa da yoğun olarak Avrupa, Amerika, Avustralya ve Güney Afrika'da bulunmaktadır. 2 milyardan fazla mensubu ile bu gün en çok inana sahip olan dindir (Ayvazoğlu vd., 2008: 124).

Hristiyanlık dininin kuruluşundan gelişmesine ve geniş kitlelere yayılmasına kadar pek çok önemli evre Anadolu'da gerçekleşmiştir. Bu sebeple Hristiyanlığın yayılma sürecindeki tüm sancılı evrelerine tanıklık etmiş Anadolu toprakları bu dinin inananları açısından önemli bir coğrafya olarak varlığını sürdürmektedir.

Anadolu, Hristiyanlığın kutsal sayılan yerleşimlerinden, kilise ve anıtlardan birçoğuna ev sahipliği yaptığı gibi, Hristiyanlık tarihi açısından büyük önemi olan olaylara da sahne olmuştur. Anadolu'da Hristiyanlığın yayılması, çevre coğrafyalara da ulaşması yolunda kuşkusuz en önemli isim Aziz Pavlust Anadolulu bir havaridir. Hem baskı merkezleri olan Kudüs ve Roma'dan uzak hem de dinlerin birbirine hoşgörüyle yaklaştıkları bir yer olan Anadolu, Aziz Pavlus'un yaptığı seyahatler sayesinde Kudüs'te yapılan baskılarla yok olma tehlikesi geçiren Hristiyanlığın, ilk kilise toplulukları halinde ortaya çıktığı ve tüm dünyada yayıldığı bir köprü durumuna gelmiştir (Başçı 2011: 71). Aziz Pazlusun özellikle ikinci yolculuğu Anadolu'yu kapsamakta bu gün bu bölgeler ise Hristiyan turistlerin ilgisini çekmektedir.

Şekil 2: Aziz Pavlus'un 2. Yolculuğunun Haritası



Kaynak: <https://bible.org>

Havariler ilk taraftarlarını Anadolu'da yaptıkları geziler aracılığı ile toplamışlardır. Bu havariler Anadolu'nun neredeyse her yerini gezmiş ve inançları kitlelere yaymaya çalışmışlardır. Sadece yeni Ahid aracılığı ile; Efes, Milet, Sard, İznik, Konya, Tarsus, Antalya, Perge, Antakya, Kayseri, Ankara, Pontus, Frigya, Kapadokya gezildiği bilinen şehir ve bölgelerdir (Aksoy, 1998: 25).

Kutsal kitapta geçen yedi kutsal kilise de Anadolu topraklarında yer alır. Yuhanna vahiy bölümünde belirtilen kiliseler şunlardır: Efes, İzmir, Bergama, Akhisar (Thyatira), Sardes, Alaşehir (Philadelphia), Eskişehir (Küçük, 2010:777).

Hristiyanlık dininin yayılıp Anadolu'da hakim bir konuma geçmesinden sonra belirli dönemlerde Hristiyan din önderleri, Hristiyanlıkla ilgili tartışmalı konuları aydınlatmak ve bir sonuca bağlamak için, tartışılacak konunun önemi ve ilgilendirdiği bölge oranında büyük toplantılar düzenlemişlerdir. Bu toplantılara "Konsey" ya da "Konsül" adı verilmektedir (Olgun. 2010: 163-164). Hristiyanlık tarihi içerisinde 21 adet konsil bulunmakla beraber bunların 8 adeti Anadolu topraklarında gerçekleşmiştir. Sırası ile; I. İznik (325), I. İstanbul (381), Efes (431), Kadıköy (451), II. İstanbul (553), III. İstanbul (680), II. İznik (787) ve IV İstanbul

(869) konsilleri yapılmış bu konsillerle İsa peygamberin tabiat, ruhunun cevheri, iradesinin varlığı, kutsal ruhun tabiatı gibi konularda kararlar alınmıştır (Olgunlu, 2010:164-170).

Kültür ve Turizm bakanlığının yürütmüş olduğu inanç turizmi projesi kapsamında Dışişleri Bakanlığı Başkanlığında, İçişleri Bakanlığı ve ilgili kamu kurum ve kuruluşların temsilcilerinden oluşan bir komite kurulmuştur. Bu komite Hristiyanlık açısından önemli olan dokuz adet merkez belirlemiştir. Bu merkezler şunlardır; (ktbyatırımlaşlemler.gov.tr);

- Hatay-Merkez :St.Pierre Anıt Müzesi
- İçel-Tarsus :St.Paul Anıt Müzesi
- İzmir-Selçuk :Meryem Ana Evi
- Antalya-Demre :St. Nicola Kilisesi
- Bursa-İznik :Ayasofya Cami
- Manisa-Sard :Sard Sinagogu
- Manisa-Alaşehir :Alaşehir Kilisesi
- Manisa-Akhisar :Akhisar Kilisesi
- Isparta-Yalvaç :Pisidia Antik Kenti
- Nevşehir-Derinkuyu :Ortodoks Kilisesi
- Denizli-Pamukkale :Laodikya Antik Kenti

Yukarıda adı geçen kutsal merkezler dışında Anadolu’da farklı illerde pek çok önemli inanç merkezi de bulunmaktadır. Antik dönemde Anadolu’da oldukça önemli görevler üstlenmiş kiliselerin freskleri ile beraber bugün varlıklarını sürdürmeleri de turizm açısından oldukça önemli bir olaydır. İstanbul’da Ayasofya ve Kariye müzeleri, Kapadokya’da bulunan Elmalı Kilise, St. Basil Kilisesi, Yılanlı Kilise, Barbara Kilisesi, Çakırlı Kilise, Tokalı Kilise, Meryam Ana Kilisesi, Mardin, Deyt-ülZafaran Manastırı, Van’da Akdamar Kilisesi, Trabzon’da Ayasofya Müzesi, Sümela Manastırı Anadolu oldukça önemli olan ve her sene milyonlarca turisti ağırlayan kiliselerden bazılarıdır (ktbyatırımlaşlemler.gov.tr).

1.3.3.2.3. Musevi Dini ve İnanç Turizmi

Musevilik ya da Yahudilik, Musa'ya izafetle bu adı almıştır. Yahudi, İbrani, Musevi ve İsrail terimleriyle de Musevilik dini kastedilir. Museviliğin tek tanrıcılığın saf bir şekli olduğu söylenmekle beraber, o yalnız başına ne bir ırk ne bir mezheptir. Yahudiler dünyanın en eski tarihi, dini topluluklarını meydana getirmiş bir halktır (Yılmaz, 2010: 174).

Babil sürgünü sonrasında Yahudi isminin ön plana çıkmasıyla birlikte İsrail ismi de kullanılmaya devam etmiştir. İsrail, genel tarihi anlamda, Yahudi ise özel ve yaşayan bir kavimi tanımlamak için kullanılmıştır. Tarih içinde bu iki isim, karakterle ilgili muhteva da kazandırmış; İsrail olumlu karakteri, Yahudi ise olumsuz karakteri belirtir olmuştur. Yahudi isminin küçük düşürücü bir anlam kazanmasından dolayı Yahudiler, Hristiyan topraklarına zaman zaman bu isim yerine İsraili (İsrailite) ismini kullanmayı tercih etmişlerdir. Yahudiler, azınlıkta bulundukları Müslüman ülkelerde de Yahudi yerine Musevi ismini kullanmayı tercih etmişlerdir (Adam, 2010: 206).

Türkiye Yahudiler için kutsallığı olan bir ülkedir. Yahudilerin kutsal kitabı Tanah'ta /Tevrat'ta da bugün Türkiye sınırları içerisinde bulunan birçok yerin ismi geçmektedir. Tevrat'ta vaat edilen bu yerlerin nereler olduğu Hz. İbrahim'e, Hz. İshak'a, Hz. Yakup'a ve Hz. Musa yerine geçen Yeşu'ya bildirilmiştir. Hz. İbrahim soyundan gelenlere; Nil'den Fırat'a kadar olan bölgenin ve orada yaşayanların tamamının hakimiyeti yanında “gözün gördüğü her yer” in verileceği vaat edilmiştir (Küçük, 2010: 775).

Türkiye'de Yahudilerin varlığı M.Ö. 3-4. yüzyıllara kadar gider. Büyük İskender'in Filistin'i ele geçirmesi sonrası Asya ve Ön Asya'da generalleri tarafından kurulan devletler sayesinde Yahudiler başta Frigya, Likya ve Antakya civarı olmak üzere yerleştiler. Bizans İmparatorluğu döneminde ise (M.S. 325-1453) Ege, Akdeniz bölgesi kentleri ile Marmara ve Karadeniz kıyılarında cemaatleşmeye başladılar (Adam, 2010: 267).

15. yüzyıl sonları Avrupa'sında özellikle İspanya Engizisyon mahkemesi aracılığı ile Yahudiler üzerine ciddi baskılar ve ülkeden kovma girişimleri gözlenir. 1492 senesinde çıkartılan bir ferman ile de ülkedeki Yahudilerin üç ay içerisinde başka ülkeye gitmeleri istenir (Sağkulak, 2011: 19). İspanya Sürgünü öncesi de Osmanlı devletinde sığınan Yahudiler olsa da asıl göç dalgası II. Beyazıt dönemine denk gelen 1491-1512 yolları arasında gerçekleşmiştir. İspanyadan sürülen ve aralarında din alimlerinin de bulunduğu yüz yirmi bin Sefarad Yahudi'nin Osmanlı topraklarına göç etmesiyle birlikte İmparatorluğun Yahudi nüfusunda belirgin bir artış ve kültürel bir canlanma oldu. Osmanlı Devleti, sağladığı dini serbestliğin yanı sıra siyasi ve ekonomik güven ortamı sebebiyle 16. yüzyılda Yahudilerin en yoğun olduğu ülkelerin başında yer alıyordu (Adam, 2010: 268).

Günümüzde Türkiye'de bulunan Musevi inanç merkezleri incelendiğinde karşımıza daha çok aktif olarak kullanılan ibadethaneler çıkmaktadır. Tarihi açıdan bir geçmişe sahip bu mekanlar hem kültür hem de inanç açısından önemli mekanlardır.

Tablo 5: Anadolu'da Musevi Dini İnanç Merkezleri

Şehir	İnanç Merkezi
Ankara	-Samanpazarı Sinagogu
Bursa	-Geruş Sinagogu -Mayor Sinagogu
Edirne	-Yahudi Havrası
İstanbul	-Neve Şalom Sinagogu -İtalyan Sinagogu -Aşkenaz Sinagogu -Ahrida Sinagogu -Zülfaris Sinagogu -Yanbol Sinagogu -Haydarpaşa Hemdatİsrael Sinagogu -EtzAhayim Sinagogu
Manisa	-Sardis Sinagogu

Kaynak: ktbyatirimislemler.gov.tr

2.BÖLÜM

TURİSTİK BİR DESTİNASYON OLARAK ŞANLIURFA

2.1. Destinasyon Kavramı

Fransızcadan dilimize yerleşmiş olan “destinasyon” sözcüğü Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre “varılacak yer” anlamına gelmektedir (www.tdk.gov.tr). Bünyesinde pek çok farklı bileşeni bulundurması açısından da literatürde farklı tanımlamaları mevcuttur.

Toskay’a göre (1989: 173) turizm olayının en önemli odak noktalarından biri olan destinasyonlar, fertlerin geçici yer değiştirme hareketlerinin genel sebebini oluşturmaktadır.

Özdemir (2007: 1) destinasyonu; bünyesinde barındırdığı farklı çeşitteki turizm kaynakları sayesinde turistler için bir çekim kaynağı ihtiva eden ve yoğun bir şekilde turist ziyaretine ev sahipliği yapan, kurum ve kuruluşların sağlamış olduğu doğrudan ya da dolaylı turizm hizmetlerinin toplamından oluşan karmaşık bir ürün olarak tanımlar.

Geleneksel olarak, destinasyonlar bir ada, kasaba veya ülke gibi, oldukça iyi tanımlanmış coğrafi alanlardır Ancak, Davidson ve Maitland’e göre destinasyon, müşterilerin turizm için tercih edecekleri seyahat şekline, kültürel geçmiş ve birikimlerine, ziyaret sebeplerine, eğitim seviyelerine ve geçmiş deneyimleri aracılığı ile müşteriler tarafından göreceli olarak yorumlanan algısal bir kavramdır. Örneğin; Londra şehri , Alman biri için bir turizm bölgesi olarak algılanırken, farklı Avrupa ülkelerini gezmek için gelen Japon turistler nezdinde tüm Avrupa bir turizm bölgesidir (Buhalis, 2000: 97).

Bir diğer tanıma göre turizm bölgesi, ülke'nin bütününden küçük fakat çoğu kentinden büyük, zihinde belirli bir imaja sahip olup markalaşmış ulusal bir bölge ve önemli turistik çekicilikleri, festivaller, karnavallar gibi etkinlikler ile gelişmiş bir alt yapı ağına, gelişim potansiyeline, bölgesel ve ülkesel düzeyde ulaşım olanaklarına ve yeterli coğrafi alana sahip bölgeler olarak ifade edilmektedir (Kozak vd., 2012: 46).

Dünya Turizm Örgütü (WTO) ise destinasyon tanımında, öncelikle turizmin öznesi konumundaki insan faktörünü ele alarak, ziyaretçinin en az bir gece geçirdiği fiziksel bir mekan olarak nitelendirmektedir. Ayrıca destinasyon bir günlük seyahat süresinde destek hizmetler ve çekicilikler ile turizm kaynakları gibi turistik ürünleri içine alan bir kavramdır. Yönetimini tanımlayan fiziksel ve yönetsel sınırlar ile; pazarda rekabet edebilirliğini tanımlayan imajlara ve algılara sahiptir. Destinasyonlar, genel olarak yerel halkı da içeren çeşitli paydaşları birleştirebildiği gibi, daha geniş destinasyonlar oluşturmak üzere tek bir çatı altında toplanabilir veya farklı destinasyonlar arasında bir ağ oluşturabilir. (Pike, 2004: 12).

Destinasyonlar genel olarak birbirinden farklı ve karmaşık özellikler göstermektedir (Morgan ve Pritchard, 2002: 20). Bu farklılıklar gözetilerek yapılan bir gruplandırmada da destinasyonların kapsamaları bulundukları bölgelere ya da alanlara göre değişebilmekte, destinasyon olarak ele alınış şekli, boyutsal anlamda farklılık gösterebilmektedir. Bu destinasyon boyutları şu şekilde gruplandırılmıştır (Vanhova, 2005 : 108):

- Bir ülke
- Bir çok ülkeden oluşan makro boyuttaki bölgeleri kıtalar
- İl veya daha küçük idari yönetimler
- Sınırlandırılmış bölgeler (Anzak Koyu)
- Köy ya da kasabalar
- Önemli çekiciliğe sahip benzersiz bölgeler (Göreme, Pamukkale)

Bu tanımlardan ve gruplamalardan da anlaşılacağı üzere destinasyon turistin tatil algısı içerisindeki turistik bölgeye göre değişken bir alanı kapsayan bir terim olarak karşımıza çıkmaktadır. Tek başına bir köy de destinasyon olabileceği gibi bir ülke veya bütün bir kıta destinasyon olarak nitelendirilebilmektedir.

2.1.1.Destinasyonun özellikleri

Bir destinasyonun sahip olduğu olanaklar, destinasyona gelecek turist tipinde ve sağlayacağı gelir üzerinde mutlak etkisi bulunmaktadır (Pender ve Sharples, 2005:193). Destinasyonlar birbirlerinden farklı yapılarda olsalar da, destinasyonların gelişim ve imaj oluşturma süreçlerinde aynı ya da birbirine benzer ürünleri ön plana çıkarma stratejisi farklı bölgelerdeki turistik destinasyonları birbirine benzer yapıda bir oluşum içerisine sokabilmektedir. Her ne kadar destinasyonlar kimi durumlarda birbirlerine benzer bir yapıda pazarlansa da aslen bulundukları konum gereğince farklı unsurlar onların asıl rekabetçi güçlerini ortaya çıkartmaktadır. Kimi destinasyonların doğal kaynak açısından zengin konumu onları ön plana çıkartırken kimileri hem doğal hem de insan yapımı çekiciliklere sahiptir, bazı destinasyonlar ise sadece insan yapımı çekiciliklerle talep yaratmaya çalışmaktadırlar. Bölgelerin kendilerine has turistik çekiciliklere sahip olmaları, turizmden alınan payı artırıcı temel etkenlerden biridir (Özdemir, 2007:4).

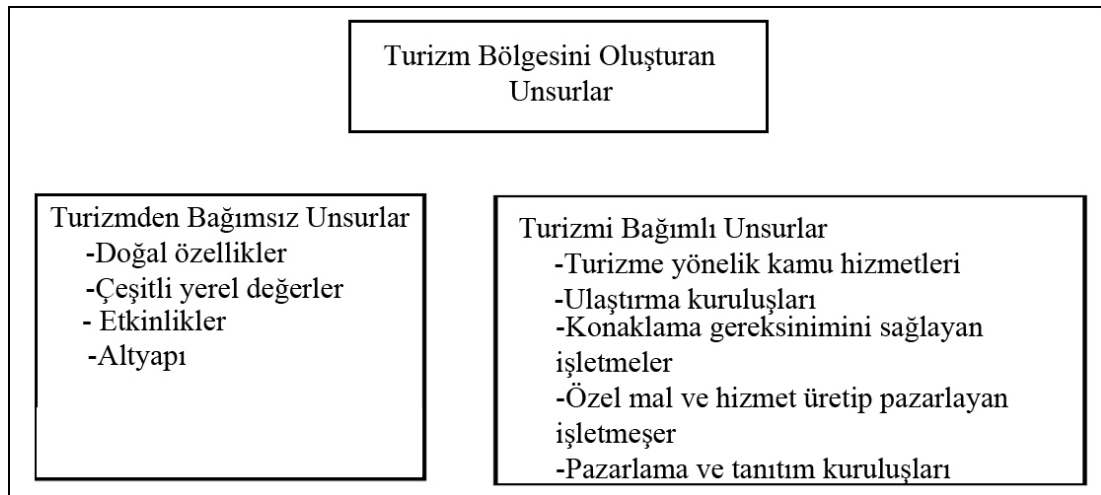
Rekabetin hızla yükseldiği ve küreselleşmenin kendini her geçen gün daha fazla hissettirdiği turizm endüstrisinde yapılmış olan destinasyon tanımlardan hareket ile destinasyonların turizm olayı için ne kadar önemli birer faktör oldukları ortadadır. Ülkelerin kendilerine hedef olarak koydukları turizm gelirlerine ulaşmaları mevcut destinasyonların eksiksiz hazır edilen bileşenleri sayesinde mümkün olabilmektedir. Bu bileşenler ise şu şekilde sıralanabilmektedir (Buhalis, 2000: 98).

- Çekicilikler (Attractions): Doğal, insan yapımı, mimari yapılar, kültürel miras, özel etkinlikler.
- Ulaşılabilirlik (Accessibility): Deniz, hava, kara ve demir yolu gibi tüm ulaşım sistemleri.
- Tesisler (Amenities): Konaklama ve yeme içme tesisleri, perakendeciler ve diğer turistik tesisler,
- Organizasyonlar (Availablepackages): Önceden hazırlanmış paket organizasyonlar,
- Aktiviteler (Activities): Turistlerin destinasyonu ziyareti sırasında yararlanabileceği bütün aktiviteler,

- Destekleyici hizmetler (Ancillary): Turistler tarafından kullanılan bankalar, iletişim kanalları, postane, hastane gazete bayileri vs.

Destinasyonların pazarlanmasında, destinasyona yönelik talebi arttırmak açısından çekiciliklerin önemi büyüktür. Zira destinasyonlar, bünyelerinde barındırdıkları çekicilikler açısından aynı anda farklı tiplerdeki turistlere hitap etmektedir. Bu durum da turistlerin beklentilerinde de farklılıklara yol açmaktadır (Özdemir, 2008: 6).

Şekil 3: Turizm Bölgesini oluşturan Unsurlar



Kaynak: Kozak, Turizm Pazarlaması, 2006: 141

Turizmden bağımsız unsurlar, doğal özellikler, çeşitli yereldeğerler, etkinlikler ve alt yapı olarak dört grupta toplanmaktadır(Kozak, 2006: 141).

- **Doğal özellikler:** İnsan unsurundan bağımsız olarak ortaya çıkan coğrafi konum,bitki örtüsü, iklim deniz ve kumsal yapısı gibi değerler bir turizm bölgesinin doğal özelliklerini teşkil eder (Özgüç, 1984: 52).
- **Çeşitli yerel değerler:** Turizm bölgesinin kendi yerel kültürü ile alakalı arkeolojik değerler, yerel kültür, yerel mutfak gibi sadece orada bulunan ve turistik çekiciliğe sahip değerlerdir (Toskay, 1989: 191).
- **Etkinlikler:** Destinasyonda gerçekleştirilen, bölgesel panayır ve festivaller, şenlikler kimi zaman başlı başına bir ziyaret sebebi iken kimi zamanda karar verme de etkili bir faktördür (Toskay, 1989: 192).

- **Altyapı:** Bölgenin bir turizm bölgesi olarak nitelendirilebilmesi için sağlam bir alt yapı gereksinimi vardır. Su, enerji, ulaştırma altyapısı, park otopark vb. gibi hizmetlerin yeterli seviyede olması beklenir.

Turizme bağımlı unsurlar doğrudan turistik ürün üretiminde bulunan ve sunan kurum ve kuruluşlardan meydana gelmektedir. Kendi içerisinde beşe ayrılan söz konusu unsurlar şöyle sıralanmaktadır.(Kozak, 2006: 142)

- **Turizme yönelik kamu hizmetleri:** Destinasyonlardaki turistik hizmetlerin gereğince yerine getirilmesi için kamu yönetimleri turizmi de kapsayan hizmetler sunar. Bu hizmetler hem talebin oluşmasında hem de sürdürülebilirliğinde rol oynamaktadır. Turizm danışma büroları, turizm polisi gibi oluşumlar bu hizmetlere örnek teşkil etmektedir (Toskay 1989: 194).
- **Ulaştırma kuruluşları:** Ulaşım destinasyonların ulaşılabilirliği açısından son derece önemli bir noktadır. Hem ekonomik bir faaliyet olması açısından bir gelir kaynağı hem de sağlam alt yapı ile beraber destinasyona on iki ay ziyareti mümkün kılan bir etmendir (Olalı, 1963: 242) . Ulaşım olanakları ile beraber ulaştırma kuruluşları da bu kapsamda son derece önemlidir.
- **Konaklama gereksinimini sağlayan işletmeler:** Konaklama turizmin en önemli konularından birini teşkil etmektedir. Burada önemli olan çok sayıda otel işletmesinden önce istenen kalitede işletmelerin varlığıdır. Turist memnuiyeti ancak bu şekilde istenen noktaya ulaşabilecektir (Olalı, 1963: 113)
- **Özel mal ve hizmet üretip pazarlayan işletmeler:** Destinasyonlarda bölgeye gelen turistlerin, o bölgeye dair satın almak istedikleri hediyelik eşya veya fotoğraf konusunda teknik destek alabilecekleri mal ve hizmet sağlayan kuruluşlar da bulunmaktadır. Halı ve kuyumcu mağazaları veya bölge ile ilgili fotoğraf kitap satan dükkanlar bu kapsamdadır.
- **Pazarlama ve tanıtım kuruluşları:** Tur operatörleri, seyahat acentaları veya reklam kuruluşları destinasyonlarda hizmet sunum aşamasında önemli görevler üstlenen birimlerdir. Tüketiciler sıkça bu birimlerden hizmet talep eder.

2.1.2. Destinasyon ve Turizm İlişkisi

Destinasyon, turizm olayının en önemli bileşenlerinden biri olmakla beraber turizm faktörü de bir destinasyonun ekonomik ve sosyal açıdan gelişmesini doğrudan etkilemektedir. Rekabetin artması, gün geçtikçe müşterilerin ne istediğini bilen daha bilgili ve bilinçli bireyler haline gelmesi turizm endüstrisi üzerinde de bir baskı yaratmaktadır. Turizm yerel ve uluslararası çapta öneminin farkında varan özel ya da kamusal yönetimler ellerindeki potansiyelden hareket ile mevcut turizm çeşitlendirmesi imkanlarından faydalanmaya çalışmaktadır (Özdemir, 2008: 7).

Destinasyonların giderek birer marka haline dönüşmeye başladığı turizm sektöründe, müşteri memnuniyetini gerçekleştirerek, iyi-kaliteli hizmeti, rekabetçi bir fiyata, uygun pazarlarda sunabilen destinasyonların gelecekte daha başarılı olacakları ve rekabetçi üstünlük sağlamaları beklenmektedir. (Bahar ve Kozak, 2012: 113)

Turizm sektöründe arz ancak büyük sermaye ile ortaya çıkabilen, kısa sürede değişim özelliği göstermeyen yani esnek olmayan bir yapıda olup, ikame oranı çok yüksektir (Ünlüöner vd. 2009: 78) . Günümüz küreselleşen dünyasında tüketimci bir şekle bürünen toplum yapısında artık eski cazibe merkezlerinin öneminin kaybetmeye başladığı ve yeni destinasyonların daha çekici hale geldiği gözlenmektedir. Eskinin unutulup yeni zevklerin aranması ve moda anlayışının devamlı değişerek turistlerin deneyimlerinin sürekli bir hareket halinde olması uluslararası turizm piyasalarında değişmelere, destinasyonları daha esnek olmaya ve alternatif turizm ürünleri geliştirmeye zorlamaktadır. Bu nedenle artık çeşit bakımından her pazara uygun, farklı nitelikte ürünlerin tüketiciye sunulmaya başlandığı gözlemlenmektedir. (Bahar ve Kozak, 2012: 120).

2.1.3. Destinasyon Türleri

Turistik destinasyonların türlerinin sınıflandırılmasında pek çok etken rol oynamakta bu etkenlere göre de sınıflandırılmalar yapılabilir. Destinasyonun bulunduğu coğrafi konum, hizmet sunulan pazarın ve müşterinin yapısı, bölgedeki sezon yapısı, farklı turizm çeşitlerine elverişliliği gibi değişik kriterlere göre sınıflandırmalar yapmak, türlere ayırmak mümkündür (Atay 2003: 32). Zira

destinasyonların bünyelerinde bulundurdıkları, turistik çekicilikler, işletmeler, bölge halkı ve yerel yönetimler gibi faktörler destinasyonların birbirinden farklılaşmasını sağlayan temel unsurlar arasındadır (Moilanen ve Rainisto 2009: 77) . Nitekim literatür de farklı kriterlere göre yapılmış sınıflandırmalara rastlamaktayız.

Turistik yöreler arasında hem yersel hem de karakteristik bir çeşitlilik olduğunu savunan Rızaoğlu (2007: 188) sistemli bir turizm psikolojisi ve güdülenmesi geliştirilmesi açısından turistik yöre ve destinasyonları altı grupta şu şekilde sıralamıştır:

- Etnik turizm ve etnik turistik destinasyonlar
- Kültürel turizm ve kültürel turistik destinasyonlar
- Tarihsel turizm ve tarihsel turistik destinasyonlar
- Çevresel turizm ve çevresel turistik destinasyonlar
- Eğlencesel (Eğlenceye yönelik) turizm ve Eğlencesel turistik destinasyonlar
- İşsel (İş amaçlı) turizm ve işsel turistik destinasyonlar

Bir başka destinasyon türleri sınıflandırması da Buhalis tarafından yapılmış olup Tablo 6'daki bu sınıflandırmada destinasyon önce türlerine ayrılmış, sonrasında turistlerin amaçlarına göre iş ya da boş zaman turisti olarak belirlenerek bulunulan yerde bulunulan profile göre yapılan aktivitelere yer verilerek konu üç farklı boyuttan ele alınmıştır (Buhalis, 2000: 101).

Tablo 6: Destinasyon türler, ana hedefleri ve gerçekleştirilen aktiviteler

Destinasyon Türü	Müşteri Profili	Aktiviteler
Kentsel	İş,	Toplantılar, etkinlikler, konferanslar, sergiler, eğitim, din, sağlık,
	Boş Zaman	Gezme, alışveriş, gösteriler
Kıyı	İş	Toplantılar, etkinlikler, konferanslar, sergiler,
	Boş zaman	Deniz-güneş-kumsal-seks-spor
Dağ	İş	Toplantılar, etkinlikler, konferanslar, sergiler
	Boş zaman	Kayak, dağ sporları, sağlık
Kırsal	İş	Toplantılar, etkinlikler, konferanslar, sergiler,
	Boş zaman	Rahatlama, tarım, eğitici faaliyetler, spor
Otantik Üçüncü Dünya	İş	İş fırsatları keşfetme,
	Boş zaman	Macera, otantik ilgi, hayırseverlik, özel ilgi
Eşsiz - Egzotik - Özel	İş	Toplantılar, özel fırsatlar
	Boş zaman	Özel fırsatlar, bal ayı, yıl dönümleri

Kaynak: Buhalis, Dimitrios (2000), Marketing the Competitive Destination of Future, Tourism Management, Vol:21, s. 101.

2.1.4 Destinasyon Pazarlaması

Bir yer ya da bölge (place, location) pazarlaması olarak da adlandırılabilen destinasyon pazarlaması, bir alanın veya bölgenin, yatırımcıların, organizatörlerin veya potansiyel müşterilerin ilgisini çekici özelliklerinin olduğunu göstermeye yönelik yapılan pazarlama faaliyetlerinin bütünüdür (Dacko, 2008: 389).

Bir destinasyonun pazarlanması konusu ürün geliştirme, uygun fiyatlandırma politikaları oluşturma, etkili dağıtım kanalları kurma ve ürün paketleme (sunum) gibi

bir takım tanıtım ile ilgili faaliyetlerle ilişkilidir. Bu konu, ayrıca uygun hedef pazarların seçimini de içerir. Destinasyonda üretilen ve elde edilen hizmet ve deneyimlerin kalitesi de destinasyon yönetim faaliyetleri içerisinde gözetilen diğer önemli bir bileşendir. Hizmet kalitesinin iyileştirilmesinin, turist tatminini arttırdığı bilinmelidir (Aksöz, 2010: 13).

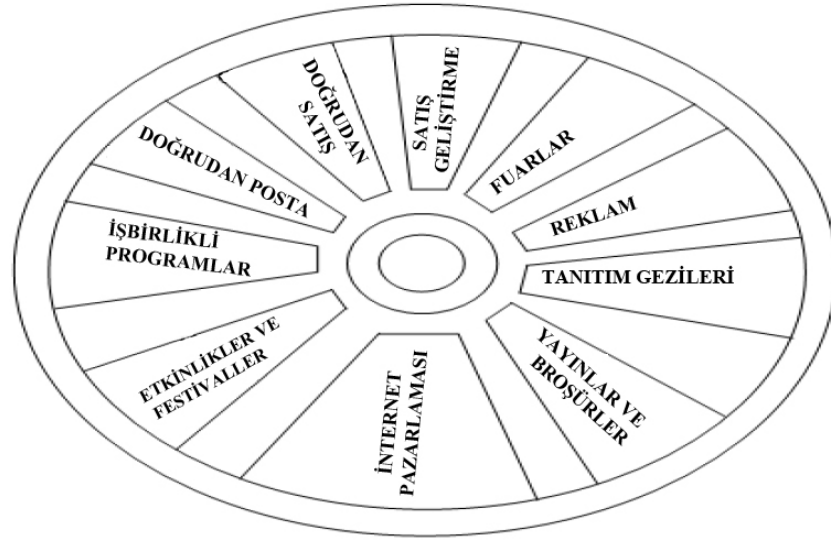
Destinasyon pazarlamasında destinasyon bünyesinde bulunan işletmeler tek tek pazarlanmaktan ziyade tüm destinasyonunun bütüncül olarak pazarlanması söz konusudur. Bu bütüncül pazarlama ise destinasyona farklı şehir, ülke ya da kıtalardan gelen tüm turistleri kapsayan bir nitelikte olması gerektiğinden önemli zorlukları da beraberinde getirmektedir. Zira hizmetin pazarlandığı turizm sektöründe turistin algısı da çok önemli olmakla beraber tamam farklı kültürlerden gelen turistlerin aynı üründen aynı şekilde memnun kalmasını sağlamak kolay değildir (Özdemir, 2008: 73).

Rekabetin her geçen gün daha da arttığı turizm sektöründe destinasyonlar pazarlama açısından başarıya ulaşabilmesi için şu hususlarda dikkatli olması gerekmektedir (Çelik, 2009: 28)

- Destinasyonun hedef kitlesi üzerinde olumlu etki bırakacak başarılı bir marka imajı geliştirilmelidir.
- Turizmde arz esnekliğinin yüksek olmaması sebebi ile turistlerin ihtiyaç ve beklentilerinin daha iyi karşılanması için tüketici ihtiyaçları araştırılmalı, bu araştırmalar sonucu memnuniyet yükseltici stratejilere yönelilmelidir.
- Destinasyon pazarlamasında bir diğer önemli konuda tüm iletişim kanallarının açık tutularak kilit noktalarda bulunan turistler ile doğrudan iletişim halinde olunması ve gelişmelerden haberdar edilebilmeleridir.
- Tüketicileri haberdar etmek adına pazarlama faaliyetlerinde tüketici deneyimlerine yer verilmelidir.
- Daha etkili bir şekilde iletişim için tutundurma faaliyetlerinin de kullanılması gerekmektedir.

Destinasyon pazarlamasında kullanılan pazarlama araçları Şekil 4’de destinasyon pazarlama tekerleği çerçevesinde açıklanmaktadır. Bu unsurlar satış geliştirme, doğrudan satış, işbirlikli programlar, etkinlikler ve festivaller, internet pazarlaması, yayınlar ve broşürler, tanıtım gezileri, reklamlar ve fuarlardan oluşmaktadır . Bir destinasyonun pazarlama faaliyetleri esnasında bu tekerlekte bulunan unsurlar gözetilerek uygun pazarlama faaliyetlerinin yapılması gerekmektedir (Prezensa, Sheehan ve Ritchie, 2004: 5).

Şekil 4: Destinasyon Pazarlama Tekeri



Kaynak: Prezensa vd, **Towards A Model Of The Roles And Activities Of Destination Management Organizations**, World Tourism Organizations, Spain 2004: 5

2.2. Şanlıurfa Destinasyonu

2.2.1. Şanlıurfa

Şekil 5: Şanlıurfa Haritası



Kaynak: Haritalar Genel Müdürlüğü, 2014.

Güneydoğu Anadolu Bölgesinde bulunan Şanlıurfa, batıda Gaziantep, doğuda Mardin, kuzeydoğuda Diyarbakır, kuzeybatıda Adıyaman illeriyle çevrilidir. 789 km'lik Türkiye-Suriye sınırı ilin güneyinde uzanmaktadır.. Karasal bir iklim özelliği gösteren ilde yazları çok kurak kışları bol yağışlı ve ılıman şekilde geçer. İl Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP) kapsamında merkezi bir konumdadır ve projenin idari yerleşkesini içermektedir. Bu proje dünyanın en büyük bütünleşmiş kalkınma projelerinden biridir ve projenin kısmen devreye girmesiyle bile 1995 yılından sonra sanayi ve tarım ürünlerine dayalı gelişim çok hızlı yükselmiştir (Türk,2011: IX). GAP'ın tamamlanmasıyla Şanlıurfa'da tekstil ve giyim sanayine ağırlık verilecek, aynı zamanda yemeklik yağ ile yem üretimi sanayii kuruluşlarının ekonomik kapasiteleri ve sayısı arttırılarak, bu ürünler Türkiye içine ve dışına pazarlanacaktır (gap.gov.tr). Buradan hareketle projenin tamamlanması şehre ulusal ve uluslararası ticaret konusunda artı bir değer sağlayacak olup daha bilinilirliğini de arttıracaktır ortadadır.

11 ilçe, 26 belediye ve 1152 köyden oluşan Şanlıurfa ili milli geliri Türkiye ortalamasının çok altında olup, 3.970\$ civarındadır. İlin ekonomik açıdan önemli materyalleri Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre Gap projesi aracılığı ile daha fazla gelişme bulan tarım, enerji ve sanayi yanı sıra hayvancılık, balıkçılık ve son dönemde özellikle tarihsel derinliği gittikçe daha fazla öne çıkması ile turizmdir (Tüik,2011: XV).

Şanlıurfa belediyesinin resmi internet sitesinde (sanliurfa.bel.tr) verilen bilgilere göre şehirde yetiştirilen tarım ürünleri dağılımı şu şekildedir: ekilen tarla bitkileri arasında buğday %42,8, arpa %23,3, pamuk %18,2, kırmızı mercimek %13,2, susam %1,9, nohut ise %0,4 ile yer almaktadır. Yetiştirilen başlıca meyveler ise nar, erik, kayısı, elma, ceviz, badem ve üzumdür. İlde yetiştirilen başlıca sebzeler ise domates, biber, patlıcan, kavun ve karpuzdur.

İlin en önemli akarsuyu Fırat Irmağı'dır. Diğer akarsulardan bazıları Cülap, Çeltik, Pınar, Pamuk, Zengeçur, Aslanlı, Karabağ, Bahçecik, Necarık, Titriş, Giresav, Halfeti, Pınarbaşı, Süleyman, Bamyasuyu, Kehriz, Germuş, Açık Su, Halilürrahman, Direkli ve Mercihan olarak sayılabilir (Çetiner, 2012: 2).

2.2.2. Şanlıurfa ve Turizm

Şanlıurfa, geçmişten bu yana sahip olduğu değerler ile inanç turizmi, kültür turizmi, , kış turizmi, termal turizm, av turizmi, akarsu turizmi, kuş gözlemciliği potansiyeline sahip olması ve bunların bilinçli bir şekilde değerlendirilmesi ile ulusal ve yöresel düzeyde ekonomik, kültürel ve sosyal açıdan büyük önem arz etmektedir (Kürkçüoğlu ve Sarıfakıoğlu, 2002: 2). Yukarıdaki alternatif turizm çeşitlerine dair Şanlıurfa ilini incelediğimizde rekabet açısından öne çıkan şu turizm çeşitleri ve potansiyelleri karşımıza çıkmaktadır:

- **Kültür ve İnanç Turizmi**

Şanlıurfa şehri tarihsel süreç ile birlikte ele alındığında hem bölgesel kültürün tarihsel derinliği açısından hem de inanç merkezlerinin niteliği açısından bu iki turizm türü için de son derece önemli bir destinasyon niteliğindedir. İnanç turizminin dünyada ve Türkiye'deki önemli merkezi bir olan Şanlıurfa; Harran, Şuayb Kenti, Somatar, Göbekli Tepe gibi dünyaca ünlü ören yerleri ile, il sınırları içerisinde

yapılan 33 antik yerleşmedeki arkeolojik kazılarıyla, korunarak günümüze ulaşmış tarihi mimari zenginliği ile kültür turizmini sevenlerin de ilgisini çekmektedir . Ayrıca semavi dinlerin babası olarak anılan İbrahim Peygamberin de şehri olarak kayıtlara geçmiş bir şehirdir (Gürü, 2006: 73). Şehir kültürel tarih açısından oldukça önemli ve çok sayıda eseri içerisinde barındırmaktadır. Karacadağ kalkınma ajansının verilerini incelediğimizde, Şanlıurfa il genelindeki tescilli varlıkların türü ve sayısı şu şekildedir:

Tablo 7- Tescil Gruplarına Göre Şanlıurfa Kültür Varlıkları

Tescil Grubu	Sayısı	Tescil Grubu	Sayısı
Arkeolojik Sit Alanı	350	Endüstriyel ve Ticari	16
Doğal Sit Alanı	3	Han	2
Kentsel Sit Alanı	6	İdari Yapı	16
Tarihi Sit Alanı	1	Kalıntılar	6
Sivil Mimarlık Örneği	1054	Kültürel Yapı	102
Anıtsal Yapı ve Abideler	3	Kümbet Ev	108
Antik Yerleşme	1	Mezarlar	21
Askeri Yapı	10	Şehitlikler	2
Çeşme	1	Roma ve Yerleşim Yeri	3
Dinsel Yapı ve Türbe	110	Su Yapısı	7
Doğal Varlık	4	Ticaret Yapısı	1
Toplam		1827	

Kaynak: Karacadağ Kalkınma Ajansı, 2011: 3

Şanlıurfa ilindeki tarihi ve dini yapılara baktığımızda şehrin tarihsel süreç içerisinde tek bir inanç sistemi boyunduruğunda yaşamadığı, farklı inanç sistemlerini farklı dönemlerde sanattan, mimariye yaşadığını gözlemlemek mümkündür.

Şanlıurfa kentinde bulunan hem kültürel birer nitelik taşıyan hem de semavi dinler öncesi ve sonrası dönemlere ait kutsal mekanlar, camiler, kiliseler ve antik kentleri şu şekilde listelemek mümkündür:

Tablo 8:Şanlıurfa İlindeki Önemli Dini Turizm Çekicilikleri

Kiliseler	Surp Astvadzadzin Katedrali, Aziz Havariler Kilisesi, Mar Petrus Mar Paulus Kilisesi, Fransisken Rahibeler Kilisesi, Deyr Yakub Manastırı Germuş Köyü Kilisesi, Aziz Georges Kilisesi,
Camiler	Ulu Camii, Hasan Padişah Camii, Pazar Camii, Rızvaniye Camii, Halil-ür Rahman Camii, Mevlid-i Halil Camii, Fırfırlı Camii, Selahaddin Eyyubi Camii, Peygamber Camii, Fırfırlı Camii, Selahaddin Eyyubi Camii, Peygamber Camii, Eski Ömeriye Camii, Nimetullah Camii, Kadıoğlu Camii, Yusuf Paşa Camii, Dabakhane Camii, İmam Bakır Camii
Türbeler	Eyyubiye Medresesi, Nakibzede İbrahim Efendi Medresesi, Halil-ür Rahman Medresesi, Rızvaniye Medresesi
Medreseler	Cabir el Ensar Türbesi, İmam Bakır Türbesi, Şuayb Peygamber Makamı, Şeyh Hayat el-Harrani Türbe ve Camii Abdülkadir Elberi Türbesi, Hartavizade Hafız Muhammed Selim Türbesi, Şazeli Ali Dede Türbesi, Nebiefendi Türbesi, SeyyidMaksudoğluSeyyid Hacı Ali Türbesi, Şeyh Müslüm Hafız Türbesi, Şeyh Mes'ud Türbesi,
Arkeolojik Alanlar	Göbekli Tepe, Harran Somatar, Şuayb Kenti

Kaynak: Rızvanoğlu vd. 2008: 16-33

- **Termal Turizm**

Merkeze bağlı Karaali Köyü'nde İl Özel idaresi tarafından yaptırılmış üç yıldızlı 32 odalı ve 100 yatak kapasiteli otel özellikle çevre illerden çok sayıda ziyaretçi çekmektedir. 41-49 C su sıcaklığı bulunan kaplıca, 150.000 metreküp saat sıcak su kapasitelidir ve suyun özellikle romatizmal hastalıklar, deri hastalıkları ve iltihabi hastalıklar ile böbrek taşlarında etkili olduğu bilinmektedir. Isı yüksekliği sebebi ile suyun sıcaklığı düşürülmekte aynı zamanda kaplıcanın yanında bulunan seralara da verilmektedir (Gürü, 2006: 73).

- **Av Turizmi**

Şanlıurfa şehri özellikle bilinçsiz avlanma sebebi ile faunası son derece zarar görmüş bir şehirdir. Günümüzde Fırat nehrindeki bol miktarda olan tatlı su balığı sayesinde balık avlamak isteyen kişilerin ilgisin çekmektedir. Fakat Şanlıurfa’da eskiden en çok keklik, bıldırcın, turaç, göl ördekleri, toy , çöl tavuğu, bağırtlak, kıkırlık toygar , kız kuşu, üveyik, karabatak, yeşilbaş, tavşan, ceylan avı yapılmaktayken günümüzde bu hayvanlar yok denecek kadar azalmıştır(kulturturizm.gov.tr). Aynı zamanda kuşların yanı sıra ilde dünyada nadir bulunan diğer bir canlı türü de anavatani Ortadoğu ve Kuzey Afrika olan ceylanlardır ve Türkiye’de yalnızca Şanlıurfa’nın Ceylanpınar ilçesi çevresinde bulunmaktadır (Gürü, 2006: 74).

- **Akarsu Turizmi**

Dünyada sadece Fırat ve Dicle nehirlerinde bulunan Fırat Kaplumbağası (Rafetus- Euphraticus) ve Yeşil su kaplumbağası yaklaşık 250 kg ağırlığında, 1 metre boyunda doğal ortamında görülebilmektedir. Günümüzde nesli tehlike altında bulunan bu kaplumbağalar Bozova Doğal Koruma Alanı'nda gelecek nesillere ulaştırılmaya çalışılmaktadır. Baraj Gölü civarında tatil amaçlı kamp ve spor yapmaya uygun görsel zenginliğe sahip "Bozova Kaymakamlık Tesisi" hizmet vermektedir. Yılın sekiz ayı su sporları için uygun ortam içeren merkezde yelken, kürek ve sörf sporları yapılmaktadır (Kürkçüoğlu ve Sarıfakıoğulları, 2002: 89).

- **Kuş Gözlemciliği**

Dünya genelinde sadece Birecik ve Kuzey Afrika'ya üremek amacıyla gelen Kel Aynak ya da diğer adı ile İbis olarak ta bilinen göçmen kuşlar günümüzde nesli tükenmeye başlamış türler arasında bulunmaktadır. 1950'li dönemlerde bölgedeki sayıları binler ile ifade edilen Kel Aynak kuşları yasak avlanma, düzensiz ve hatalı kullanılan tarım ilaçları gibi nedenler ile beslenme kaynaklarını kaybetmiş ve yok olmaya başlamışlardır. 1977 yılında bölgede Orman Genel Müdürlüğü tarafından kurulan "Kelaynak Üretim ve Koruma İstasyonu"nda soyu tükenmekte olan bu tür koruma altına alınmıştır. Özellikle göç dönemlerinde bölgeye gelen kuş gözlemcisi gruplar tarafından

turizm faaliyetleri gerçekleştirilmekte, Kel Aynakların doğal alanlarına zarar verilmeden , doğal yaşam alanlarında sürdürülebilir bir çerçevede kuş gözlemciliği faaliyetleri gerçekleştirilmektedir (Rızvanoğlu vd.: 141).

2.2.2.1. Doğal Kaynaklar

Şanlıurfa Valiliği, Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü, Şanlıurfa İl Çevre Durum raporuna göre şehirdeki doğal kaynaklar ve kullanım alanları şu şekilde kategorilenmiştir (csb.gov.tr):

- **Enerji Kaynakları:** Yılda ortalama 3000 güneş gören kent güneş enerjisini kullanım açısından avantajlı bir konumdadır. İl genelinde mevcut binaların %95 i civarında güneş enerjisinden yararlanmak maksadı ile paneller bulunmakta bu yolla sıcak su ihtiyacı karşılanmaktadır. Su gücü açısından temel güç kaynağı olan Fırat nehri üzerinde sulama ve enerji amaçlı Atatürk Barajı ve Birecik Barajı ile enerji amaçlı Karkamış Barajı yapılmıştır. Ayrıca şehir de İl özel idaresi tarafından açılmış 11, sivil vatandaş tarafından açılmış 4 adet sıcak su kuyusu bulunmakta, bu jeotermal kaynaklardan çıkan sıcak sular seraların ısıtılmasında, sulamada ve kaplıca işlevinde kullanılmaktadır. Bu enerji kaynakları dışında ilde kömür rezervi ya da petrol rafinerisi bulunmamakta, herhangi bir doğal gaz arama faaliyeti yapılmamaktadır.
- **Biyolojik Çeşitlilik:** Coğrafi etkenler sebebi ile Şanlıurfa ilinin de içinde bulunduğu Güneydoğu Anadolu bölgesi Türkiye'nin orman açısından en fakir bölgesidir. Dolayısı ile Şanlıurfa ilinde de herhangi bir odun üretim alanı veya mera, otlak gibi yeşillik alanlar bulunmamaktadır. Flora açısından Fırat kavağı, Söğüt, Çınar, Elder çamı, Kızılçam ,Okalıptüs, Y.Akasya, Aylantus, Melia, Sofora, Kavak, Gledicya, İğde, Antep fıstığı, Erik, Kayısı gibi bitki ve ağaç türleri yetişirken, fauna çeşitliliği Kelaynak, Çizgili İshak kuşu, Yeşil Arıkuşu, Serçe, Kaya Güvercini, Peçeli Baykuş, Sığırcık, Sakarmeke, Yeşilbaş, Balıkçıl, Karabatak, Ebabil, Alaca yalıçapkını, Kırlangıç ,Kalkuyruk, Yaz ördeği, Macar ördeği şeklindedir.

2.2.2.2. Tarihi Değerler

Şanlıurfa şehri sahip olduğu coğrafi konu sebebi ile pek çok bağımsız devlet ve beyliğe tarihsel süreç içerisinde ev sahipliği yapmış, bir çok uygarlığa beşiklik etmiştir. Meşhur Arap tarihçisi Ebul Farac'a göre Şanlıurfa şehri, Nuh tufanından sonra dünyada kurulan ilk şehirlerden biridir. Coğrafya da tarihin hareketliliklerin başladığı ilk çağlardan bu yana, kent doğu ve batı medeniyetleri arasında bir köprü görevi görmüştür. Doğu ve batı medeniyetlerini birbirine bağlayan ticari ve askeri yolların bölgeden geçmesi böyleyi bir kavşak konumuna sokmuş stratejik önemini de arttırmıştır (Yıldız, 2006: 1).

2.2.2.2.1. Arkeolojik Çağlar da Şanlıurfa

2.2.2.2.1.1. Paleolitik Çağ

Eski ya da Yontma Taş çağı olarak da adlandırılan paleolitik çağ M.Ö. 2.000.000-10.000 arası insanoğlunun avcı toplayıcı bir şekilde yaşadığı henüz yerleşik hayata geçmeden konar göçer bir yaşam sürdüğü, yaşamak için üretim yapılmayan, doğrudan doğadan hazır olarak besinlerin temin edildiği çağdır (Değirmencioğlu ve Ahipaşaoğlu 2008: 430).

Paleolitik çağ kalıntılarının çok basit eşyalar olması sebebi ile elde edilmesi de zordur. Dolayısı ile yaşanan mağaralar veya farklı yaşam alanlarındaki buluntulardan hareket ile çağa ait istasyonlar belirlenmektedir. Şanlıurfa'da Birecik'te yapılan yüzey araştırmaları, Uluk Mevki, Hasimerte Bağları, Söğüt Tarlası, Biris MEzarlığı Cümcüme köyü yakınları, Değirmentepe, Çekiş Sırtı, Koruklu Tepe ve Zibini höyük tespit edilmiş paleolitik çağ yaşam alanlarıdır (Ekinci, 2006: 8-11).

2.2.2.2.1.2. Neolitik Çağ

M.Ö. 10000 - 5500 yılları arasında yaşanan ve insanlık tarihinin en önemli devrimlerinin yapıldığı çağ olarak adlandırılan Neolitik Çağ, neos ve lithos kelimelerinden üretilmiş olup Türkçe birebir karşılığı "yeni taş çağı" olarak adlandırılmaktadır. Buzul çağ sonrası toprak ile tanışan insan oğlunun yerleşik hayata geçtiği, hayvanları evcilleştirdiği ve tarım başladığı çağdır. Toplumlar bu çağ ile beraber toprağa bağlanmış bu da onu pek çok yeni keşfe itmiştir. Dini açıdan

da yerleşik tapınakların yapılmaya başladığı dönem olarak ta karşımıza çıkmaktadır (Sevin, 2003: 19).

Neolitik Çağ Güneydoğu Anadolu bölgesi için önemli bir zaman dilimi olmakla beraber bu günkü Şanlıurfa ve çevresinde de etkileri gözle görülür derecede büyüktür. Göbekli Tepe, Nevali Çori, Sefer Tepe, Karahan, Tepe, Hamzan Tepe ve Balıklıgöl Höyüğü dönemin bölgedeki en önemli yerleşim merkezlerini ihtiva etmektedir (Çelik, 2008: 6).

2.2.2.2.1.3. Kalkolitik Çağ

M.Ö. 5500-3000 arası döneme denk gelen çağ, taşın yerini bakırın aldığı, maden kullanımının başladığı ve köylerin daha büyük ve korunaklı yaşam yerlerine dönüştüğü bir çağ olarak karşımıza çıkar. Ayrıca yazının da keşfedildiği ve yayılmaya başladığı çağdır. (Ekinci 2006: 38-39). Çağın Şanlıurfa ve çevresinde 100 hektara ulaşan alanı ile savunma duvarları bulunan şehirler gözlemlenmektedir. Bakır kalem, yazı malzemeleri, tarım ve gündelik işlerde kullanılan araç ve gereç buluntularına pek çok kazı alanlarında rastlanmıştır. Şanlıurfa Kalkolitik çağ yerleşimlerinden bazıları şu şekildedir; Hassek Höyük, Kurban Höyük, Lidar Höyük, Nevali Çori, Kazane Höyük, Hacı Nebi (Ekinci, 2006: 49-53).

2.2.2.2.1.4. Tunç Çağı

M.Ö. 3000li yılların başları itibariyle bakır ile kalayı karıştırarak daha sert ve dayanıklı olan tunç elde edilmesi çağa ismini de vermiştir. Bu çağda gelişen şehir devletleri daha da büyümüş, ticaret kavramı çok daha geniş coğrafyalara daha büyük çapla yayılmıştır (Değirmencioğlu ve Ahıpaşaoğlu, 2008: 101). Ülkelerin birbiri ile ilişkilerinin güçlendiği bu çağda Anadolu'da önemli ticaret merkezleri kurulmuştur. Çağın son 400 senelik evresi Hitit uygarlığı hakimiyetinde geçmiş olup özellikle son 200 senesinde Anadolu'da bir barış hakimiyeti söz konusuyken çağın bitişine yakın Anadolu'ya yapılan saldırılar tüm coğrafyadaki dengeleri değiştirmiştir (Çelik, 2008: 11) Şanlıurfa Tunç çağına ilişkin oldukça fazla buluntu veren höyüklerle sahiptir. Silindir mühürler, damga mühürler, yaka iğneleri, tablet kayıtlar, mezarlar, tapınaklar, çanak çömlek örneklerine rastlanmıştır. Şehirdeki önemli Tunç çağı buluntu merkezleri, Kazane Höyük, Hassek Höyük, Lidar Höyük, Nevali Çori, Koruklu

Tepesi Höyük, Çamurlu Höyük, Köprülü Höyük, Şavi Höyük, Tell Seyf, Yarımca Höyük'tür (Ekinci, 2006: 67-85).

2.2.2.2.1.4. Helenistik Dönem

M.Ö. 330 da İskenderin Persleri Anadolu'dan atması ile başlayan Helenistik dönem Güneydoğu Anadolu bölgesini de içine alan bir dönemdir. Bu dönemde doğu ve batı arasında ciddi anlamda bir etkileşim olmakla beraber özellikle Grek ve Makedonlar yurtlarından göç ederek Mezopotamya bölgesine gelmişlerdir. Bölgede hızlı bir Helenleşme başlamış, Grek kültürü Araplarca oldukça ilgi görmüştür. Öyle ki bu kültürün inanç yapı taşları bölgenin inanç sistemlerinde ciddi anlamda yapısal değişikliklere yol açmıştır (Çelik, 2008: 12).

Helenistik dönem Şanlıurfasında özellikle Haran'ın parlayan bir değer konumuna geldiğini söyleyebiliriz. Bölgeye hakim olan Helenistik akım felsefesi Harran'ın bölgesel inancı olan ve tam olarak hangi tarihe dayandığı konusunda netlik olmayan Sabiilik (Harranilik) ile karışmış, böylece bir çeşit Sabii helenistik bir düşünce ortaya çıkmış, doğu ve batının sentezi bu coğrafyada merkezi bir konuma oturmuştur (Bekiryazıcı, 2006: 167).

2.2.2.2.2. İslam ve Türk Dönemi

Genel olarak İslami fetih döneminde Şanlıurfa'yı incelediğimizde kentin sosyal ve kültürel yaşamda çok büyük değişiklikler olmadığını görürüz. Mevcut yapıdan faydalanmaya giden Müslümanlar varlıklarını daha çok kültürel, sanat ve düşünce gibi yollar ile ortaya koymuşlardır (Kurtoğlu, 2006: 31).

İslam ordularının 634-636 yılları arasında Bizans ordularını mağlup etmesi ile Filistin ve Suriye topraklarına da ulaşır ve İslam coğrafyası giderek genişleme eğilimine girer. Zaman içerisinde Şanlıurfa ve çevresi bölgelerin de, İslam coğrafyası içerisinde yer alması, çağının önemli bilim merkezlerinden biri olan Harran'ın önemini bir kere daha arttırmıştır. Müslümanlar Harran'da felsefe okulu ile karşılaşmışlar ve okulun işlevselliğini devam ettirerek kendi inançları çerçevesinde bu okulu tekrardan şekillendirmişlerdir. Harran bir ilim merkezi olarak hem Emeviler hem de Abbasiler döneminde önemini korumuştur. Hatta Emevi halifelerinden II. Ömer, Abbasilerden Harun Reşid, Me'mun ve Mutedi Billah vs. gibi devlet adamları buradaki bilimsel faaliyetlerin devamında önemli rol oynamışlardır. Bu okuldan

yetişen filozoflar, doktorlar, astronomlar önemli tercüme görevlerinde bulunmuşlar ve pek çok eseri Yunanca ve Süryanice'den Arapça'ya çevirmişler, pek çok yeni kitap yazmışlardır. Buradan hareketle Şanlıurfa ve çevresi İslami dönemde üstlendiği rol ile İslamiyet'e hizmet eden önemli bir merkez olmuştur (Bekiryazıcı, 2006: 168).

2.2.2.3. Kültürel Değerler

Daha önceki konu başlıklarında da incelendiği üzere Şanlıurfa kenti tarihin çok eski çağlarından bu yana önemli kültürel bir merkez, medeniyetler arası bir kavşak, Mezopotamya ve batı dünyası arasında adeta bir kesişme noktası olmuştur. Buradan hareketle bu durumun zengin bir bölgesel kültür doğurması gerekliliği ise kaçınılmazdır. Şanlıurfa'nın önemli kültürel değerlerine göz attığımızda şu başlıklar öne çıkmaktadır:

2.2.2.3.1. Şanlıurfa Mutfağı

Şanlıurfa'da yemek kültürü ve mutfak oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Farklı durumlarda yapılan toplantılara farklı isimler verilmekte, taziye, misafirlik gibi farklı toplantıların farklı isimlerde yemekleri tertip edilmektedir. Şanlıurfa'da gerçekleştirilen yemekli toplantıları şu şekilde gruplandırmak mümkündür (kulturturizm.gov.tr) :

- **Sıra Gecesi** : Çeşitli yaşlarda ve mesleklerdeki arkadaş gruplarının özellikle sonbahar ve kış gecelerinde her hafta gruptan bir kişinin evinde düzenlenecek şekilde yaptıkları toplantılar, "sıra gezmeleri" dir. O hafta sırası gelen kişi o geceki masrafları kendisi üstelenerek misafirleri ağırlamaya çalışır. Yöresel müzikler çalındığı ve sohbetlerin yapıldığı bu toplantılarda çiğ köfte gecenin vazgeçilmez yiyeceği olarak yapılır. Taze şekilde orada yapılır servis edilir.
- **Aspap (Esvap) Yemeği**: Şanlıurfa'da gerçekleşen düğünlerde damada elbise giydirilmesi esnasında misafirlere sunulan yemek türüdür. Genelde pilav eşliğine mevsimine göre kuru fasulye kaburga ya da doğrama gibi yemekler ikram edilir.
- **Süpha Yemeği**: Şanlıurfa düğünlerinde verilen yemeklere denir. 300 kişiden fazla olan misafir grupları için hazırlanan süpha yemeğinde tek amaç akrabaları ağırlamak değil aynı zamanda muhtaç kimselerinde karnını

doymaktır. Verilen yemek genel de kuzu içi kaburga, üzümlü pilav, zerde tatlısı şeklindedir. Tanıdık tanımadık herkese yemek yedirmeyi amaçlayan süpha yemeği sabahtan başlayıp ikindiye kadar devam eder.

- **Taziye Yemeği:** Ölen kişinin ailesi tarafından üç gün süre ile taziye amacı ile eve gelenlere verilen yemek çeşididir. Kebap türleri, lahmacun ve kadayıftan oluşan bu yemekten fakirlere de dağıtılır.
- **Hac Yemeği:** Hac ibadetini yerini getirdikten sonra insanların evlerine ziyarete gelenlere verdikleri yemektir.
- **Sahaniye:** Arkadaşlar arasında sürdürülen bir çeşit gelenek olan sahaniye de Sahaniye yapılacak güne karar verilmesi sonrası davet edilen herkes. o gün evinde pişen yemeklerden bir iki sahan (tabak) davet edildiği eve getirir. Böylece farklı evlerden gelen farklı lezzetler eşliğinde yemek sohbet eşliğinde yenilir.

Şekil 6 : Şanlıurfa Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi



Kaynak: <http://www.urfakultur.gov.tr/>

Şanlıurfa'daki yemek kültürü şehirde bir yemek müzesinin varlığını gerektirecek kadar önemlidir. Belediye tarafından 2011 yılında Hacıbanlar isimli ev satın alınıp restore edilerek "Geleneksel Mutfak Müzesi" ismi ile geçmişten günümüze şehrin mutfak malzemeleri ve yemek kültürü sergilenmektedir (şekil: 5). Urfa mutfak kültürünün önemli örnekleri olan objelerin Şanlıurfa yöresine özgü kıyafetler giymiş mankenler yardımıyla canlandırıldığı "Geleneksel Mutfak Müzesi"; 12 odalı, içerisinde 2 su kuyusu bulunan ve geniş avlusu ile Tarihi Urfa

Evleri'nin vazgeçilmez örneklerinden biridir. Şanlıurfa Mutfak Müzesinde tarihi mutfağın yanı sıra bir adet de modern mutfak bulunmaktadır (Şanlıurfa Belediyesi)

2.2.2.3.2. Festival ve Etkinlikler

Şehirde merkezde ve ilçelerde olmak üzere gelenekselleşmiş festival ve etkinlikler yapılmaktadır. Şehir genelinde yapılmakta olan ve geçmişi 8 yıldan 93 yıla kadar uzayan ikisi uluslararası toplamda yedi adet festival düzenlenmektedir. Tablo 9 da Şanlıurfa'da gerçekleştirilen festival ve etkinliklerin tarih, bölge ve düzenlenme süreleri ile birlikte verilmiştir:

Tablo 9: Şanlıurfa'da Gerçekleştirilen Festival ve Etkinlikler

Festival - Etkinlik Adı	Tarihi	İlçe	Düzenlenme Süresi
Halil İbrahim Buluşmaları	Mayıs ayının son haftası	Merkez	8 .Yıl
Şanlıurfa'nın Kurtuluşu	11 Nisan	Merkez	93.yıl
Şanlıurfa Uluslararası Kültür ve Sanat Haftası	25-27 Ekim	Merkez	22. yıl
Kelaynak ve Çevre Festivali	Mayıs ayının ilk haftası	Birecik	27. yıl
Eyyübnebi Sabır Günü	Mayıs ayının İlk haftası	Viranşehir Eyyübnebi Beldesi	12.yıl
Karakeçili Uluslararası Kültür Şenlikleri	Mayıs ayı	Siverek	15.yıl
At Yarışları	7 Kasım- Mayıs ayı arası	Merkez	13.yıl

Kaynak: Rızvanoğlu vd. 2008, 284-287

2.2.2.3.3. El Sanatları

Günümüzde Şanlıurfa'da özellikle Gümrük Han ve çevresinde sürdürülmekte olan geleneksel el sanatları kimileri zamanla fabrikasyon üretime geçmeye başlamış olsa da devam etmektedir. Kimi el sanatları hala varlığını koruyup somut birer kültürel miras olarak şehirde karşımıza çıkarken kimileri fabrikasyon üretime yenik düşmüştür. Şehrin önemli geleneksel el sanatlarını şunlardır (Şanlıurfa İl Yıllığı 97 97-105):

- **Dabbaklık:** Hayvan derilerinin işlendiği bu el sanatı, şehirde büyük baş hayvancılığın gelişmiş olması sebebi ile 1900 lü yılların başına kadar etkin bir şekilde varlığını sürdürmekteydi. Fakat günümüzde fabrika türü derilere yenik düşmüş ve terke dılmıştır.
- **Ağaç Oymacılığı:** Şanlıurfa şehrinde gezildiğinde müzelerde, devlet dairelerinde ve evlerde sıklıkla kapı ve pencerelerin ağaç oymacılığı işleri ile bezendiği görülmektedir. Marangozluk sanatı Şanlıurfa'da eski dönemlerden bu yana önemini korumuştur. Neccar olarak ta adlandırılan meslek sahipleri sadece kapı pencere değil, oda duvarları, tavanlar ve mimari yapıların nişlerinde de sanatlarını icra etmektedirler.
- **Kazzazlık:** İpek ipliğin el ile bükülerek işlenmesi anlamına gelen Kazzazlık 100-150 yıl kadar öncesine kadar Şanlıurfa'da önemli bir sektör olan ipekçilik ile oldukça yaygındı bu gün bu sektör tamamen terk edilmiş olup Bursa ve Diyarbakır dan ipek temin edilmektedir.
- **Taşçılık:** Şanlıurfa ve çevresinde ağaç malzemelerinin bulunmayışı, taşın mimaride hakim malzeme olarak kullanılmasına neden olmuştur. Kolay işlenen, uzaktan çıktıktan sonra hemen sertleşen ve halk arasında "havardaşı" olarak adlandırılan kireç oluşumlu bu taş türü Şanlıurfa'da çok uzun zaman önceden bu yana kullanılmaktadır. Öyle ki bu gün dünyanın en önemli arkeolojik kazı alanlarından biri olan Göbekli Tepe kazı alanındaki T şekilli mono blok steller bölgedeki taş ustalığını günümüzden 12 bin sene öncesine kadar çekmektedir. Şanlıurfa taşının işlemeye elverişli olması mimaride zengin bir üslubu da beraberinde getirmiştir.

Şehirde geçmişten günümüze rastlanan diğer geleneksel el sanatları ise Cülhacılık, Çulculuk (Semercilik), Tarakçılık ve Bakırcılık şeklindedir.

2.3. Şanlıurfa'daki Turizm Arzı

Yukarıda bir destinasyon olarak incelenmiş olan Şanlıurfa şehri pek çok alternatif turizm çeşidine olanak sağlayan ve kendisine has eşsiz değerler barındıran önemli bir turistik merkezdir. Yoğun küresel rekabet ortamında destinasyon bazında gerekli payı alabilmesi için yeterli ve doğru turistik arz ile turistlere hizmet sunmalıdır. Bu bölümde Şanlıurfa şehrinin sahip olduğu turizm arzı incelenmiştir.

2.3.1. Ulaştırma ve Seyahat İşletmeleri

Şanlıurfa şehri yer şekillerinin elverişli olması nedeniyle eski çağlardan beri önemli ulaşım yollarının üzerindedir. Günümüzde de Ön Asya ülkeleri ile Avrupa'yı birbirine bağlayan yol üzerinde bulunmaktadır. Arap ülkeleri ile Akdeniz'de bulunan Mersin, İskenderun gibi limanlar arasında transit kara taşımacılığında önemli bir kavşaktır (Şanlıurfa İl Yıllığı, 1997: 27).

Şehre karayolu ile ulaşım otoban yolu üzerinden İstanbul, Ankara, Adana ve Gaziantep istikametlerindendir. Şehirler arası otobüs yolculuklarında dört adet Şanlıurfa firması ve diğer şehirlerdeki otobüs firmaları bölgeye açtıkları ofisler ile hizmet vermektedirler (sanliurfa.bel.tr).

Bölgedeki turizm hareketlerinin artması kendisini zaman içerisinde havayolu ulaşımında da göstermektedir. 2007 yılında şehir merkezine 35 km uzaklıkta hizmet vermeye başlayan Gap Havalimanı 8 uçak kapasiteli olup 12000 metrekaarelik bir alana kurulmuştur (dhmi.gov.tr).

Havalimanına iniş yapan uçakların son üç yılın içerisindeki iç hat ve dış hat bilgileri tablo 10 da verilmiştir:

Tablo 10: Şanlıurfa GAP Havalimanı Yıllara Göre Tüm Uçuşlar

Tüm Uçuşlar	2011			2012			2013		
	İç Hat	Dış Hat	Toplam	İç Hat	Dış Hat	Toplam	İç Hat	Dış Hat	Toplam
Ocak	141	4	145	160	-	160	276	2	278
Şubat	420	30	450	330	2	332	549	7	556
Mart	616	37	653	532	20	552	868	23	890
Nisan	837	32	869	833	40	873	1288	25	1313
Mayıs	1055	43	1098	1144	33	1177	1696	25	1721
Haziran	1267	45	1312	1502	43	1545	2082	25	2107
Temmuz	1467	47	1514	1815	64	1879	2476	33	2509
Ağustos	1617	49	1666	2096	80	2176	2885	40	2925
Eylül	1813	53	1866	2371	89	2460	3282	52	3334
Ekim	2014	64	2078	2687	102	2789	3717	80	3797
Kasım	2201	65	2266	3017	119	3136	4135	90	4225
Aralık	2396	78	2474	3307	119	3426	4535	92	4627

Kaynak: dhmi.gov.tr

Tablo 10 rakamlar incelendiğinde havalimanına yapılan uçuşlarda yıllara göre bir artış olduğu gözlenmektedir. Havayollarındaki artan uçuşlar ve beraberinde fiyatların düşmesinin bunda etken rol oynadığını söylenebilir. Ayrıca aylara göre uçuşlar incelendiğinde Nisan- Haziran ve Ağustos Ekim ayları arasında uçuşların daha yoğun olduğu, bölgedeki turistik hareketliliklerin arttığı da gözlenmektedir.

Şehre gelen turist sayısının artışı seyahat acentalarının sayısını da etkilediği kentin acenta istatistikleri tablo 11 de verilmiştir.

Tablo 11: Şanlıurfa İl Geneli Turizm İşletme Belgeli Seyahat Acenta Sayısı

A Grubu Merkez	A Grubu Şube	B Grubu Merkez	TOPLAM
22	9	1	32

Kaynak: Şanlıurfa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2014

Şanlıurfa genelinde şehirde toplam 21 adet A grubu seyahat acentası bulunmakta, bu acentaların kimi merkezlerine bağımlı kimi ise bağımsız acentalar konumundadır. Bölgedeki seyahat acentaları farklı beklentiler içerisinde şehre gelen turist gruplarına isteklerine göre çeşitli tur alternatifleri sunabilmektedir.

Acentaların verdikleri hizmetler bölge de yapılan gözlem ve acentalar ile yapılan telefon görüşmelerinden hareketle, ağırlıklı olarak düşük fiyatlı bölgesel turlardan

oluştugu öğrenilmiştir. Bununla beraber V.I.P. hizmetler acentaların önemli birer gelir kaynağıdır. Bölgeye ve özellikle Göbekli Tepeye devlet protokolünün çeşitli kademelerinden, şehir ve belediyelerden pek çok temsilciler gelmekte, üniversitelerden ziyaretler yaşanmaktadır. Bu ziyaretleri yapan üst kademe yöneticilere hizmetler bölge acentalarınca üstlenilmektedir.

2.3.2. Konaklama ve Yiyecek İşletmeleri

Sahip olduğu kültürel, coğrafik ve tarihi değerler ile önemli bir destinasyon olan Şanlıurfa'da hedeflenen turizm gelirine ulaşmak hususunda bölgeye sadece turist çekmek değil, gelen turistin konaklamasını sağlamak da oldukça önemlidir. Tablo 12 da Şanlıurfa il geneli konaklama tesislerinin kapasiteleri verilmiştir :

Tablo 12: Şanlıurfa İl Geneli Konaklama Tesisleri Kapasitesi

	Merkez	İlçe	Toplam
Tesis Sayısı	44	24	68
Oda Sayısı	1686	602	2288
Yatak Kapasitesi	3650	1247	4897

Kaynak: Şanlıurfa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2014

Şanlıurfa' ilinin 2013 yılı itibariyle sahip olduğu konaklama kapasitesine bakıldığında turizm işletme belgeli, turizm yatırım belgeli, belediye belgeli ve kamu kurum misafirhaneleri olmak üzere toplam 68 tesis, 2288 oda ve 4897 yatak kapasitesine sahip olduğunu, arzın genelde şehir merkezine yoğunlaştığını, ilçelerdeki arzın daha düşük seviyede seyrettiğini görmekteyiz.

Şehri yiyecek içecek işletmeleri açısından incelendiğinde bölgede yapılan gözlemler ve görüşmeler sonucunda, zengin Şanlıurfa mutfağını tam olarak yansıtmayan bir menü ortaya çıkmaktadır. Türkiye'nin her yerinde bilinen yemekler ağırlıklı menülerde, ismi duyulmamış ve turistik birer ürün olabilecek potansiyeldeki yemeklerin olmadığı göze çarpmaktadır. Mutfak açısından şehir imajına değer

katacak az bilinen ögelere önem verilmemekte, gelen turistler haberleri bile olmadan destinasyonu terk etmektedirler. Ayrıca bölgede imaj açısından ünlü restoranlar olması ile birlikte bu işletmelerin ulusal çapta yeterince tanınmamaları da önemli bir eksiklik olarak göze çarpmıştır.

2.4. Şanlıurfa'ya Olan Turizm Talebi

Şanlıurfa ili Güneydoğu Anadolu bölgesi açısından ele alındığında turizm potansiyeli her geçen gün artan bir şehir olarak karşımıza çıkmaktadır. İl sahip olduğu inanç turizmi ve kültür turizmi gibi son dönemlerde turistler tarafından oldukça ilgi gören turizm çeşitlerine olan yatkınlığı ve her geçen sene daha fazla bu özellikleri ile tanınması sebebi ile turist sayısı da bu yönde artmaktadır. Şanlıurfa'ya olan turizm talebinin inceleneceği bu bölümde turist sayıları şehirde yapılan konaklamalar ve Akçakale İlçesi Kara Hudut Kapısı verileri üzerinden yorumlanacaktır. Fakat bu veriler şehrin tam olarak turizm potansiyelini yansıtmadığı ve gelen turist sayısını yansıtmamaktadır. Zira şehrin en çok ziyaret edilen turistik yerleri olan Balıklı Göl, Harran ya da Göbekli Tepe gibi noktalarda turist sayısını ölçebilecek turnike ya da biletli giriş gibi hiç bir sistem olmaması ile birlikte, bölgede yapılan turlar incelendiğinde Şanlıurfa'ya gelen her grubun şehirde konaklamadığı, günü birlik bir gezi noktası olarak kullanıp tur sonrası şehirden ayrıldığı da gözlenmektedir.

2.4.1. Şanlıurfa'da İç Turizm

Bir ülke vatandaşlarının kendi ülke sınırları içerisinde gerçekleştirdikleri turizm şekline iç turizm denmektedir (Kozak, v.d. 2012: 12).

Şanlıurfa şehrinin daha önceki başlıklarda üzerinde durulan kültürel birikimi, inanç hususunda Müslümanlık dini açısından da önemli değerlere sahip olması iç turizm açısından rekabet üstünlüğü sağlayabilecek nitelikte bir destinasyon görüntüsü vermektedir. Bu görüntüye paralel olarak, ülkemizde yapılan paket turlar incelendiğinde Şanlıurfa şehri, son yıllarda en çok yapılan paket turlardan biri olan GAP turlarının vazgeçilmez bir durağı olduğu görülmektedir. İç turizm hareketlerindeki artış şehrin turizm istatistiklerine de yansımıştır. Tablo 13'de Şanlıurfa ili 2007-2014 seneleri arası yerli turistin konaklama rakamları verilmiştir.

Tablo 13: Şanlıurfa İli Yıllara Göre Yerli Turist Konaklama Verileri

Yılı	Yerli Turist	Yılı	Yerli Turist
2007	134.688	2011	420.202
2008	329.038	2012	459.493
2009	345.317	2013	565.210
2010	397.283	2014 (Mayıs Ayı)	295.373

Kaynak: Şanlıurfa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2014

Tablo 13 verileri incelendiğinde Şanlıurfa'ya gelen turist sayısında sürekli bir artış olduğu, 2007 yılında 134.688 olan turist sayısı 2008 yaklaşık olarak üç kat artarak 329.038'a yükseldiği bu sayının 2013 yılında yarım milyonu aşarak 565.210'a ulaştığı görülmektedir.

2.4.2. Şanlıurfa'da Dış Turizm

Şanlıurfa'nın dış turizm verilerinin inceleneceği bu bölümde, dış turizm; dış aktif turizm ve dış pasif turizm olarak iki kısımda ele alınacaktır. Dış aktif turizm bir ülkenin turistik bir destinasyonuna başka ülkelerden gelen turistleri ifade ederken, dış pasif turizm, bir ülkede yaşayan insanların kendi ülkeleri dışına çıkmaları ile oluşan turizm faaliyetlerini ifade etmektedir (Kozak, v.d. 2012: 13-14)

2.4.2.1. Şanlıurfa'da Dış Aktif Turizm

Şanlıurfa'nın sahip olduğu inanç merkezli değerlerin sadece İslam dinine özgü olmaması ve tüm dinleri kapsayıcı yapısı bölgeye yabancı turisti çekebilecek bir etkidir. Özellikle 2007 sonrası Göbekli Tepe kazılarının başlaması ve dünyaya duyurulması ile şehre eskiye oranla çok daha fazla yabancı turistin geldiği gözlenmiştir.

Tablo 14: Şanlıurfa İli Yıllara Göre Yabancı Turist Konaklama Verileri

Yılı	Yabancı Turist	Yılı	Yabancı Turist
2007	11.433	2011	36.646
2008	44.868	2012	34.997
2009	41.710	2013	62.347
2010	31.700	2014 (Mayıs Ayı)	24.745

Kaynak: Şanlıurfa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2014

Tablo 14 incelendiğinde 2007 yılında 11.433 olan yabancı turist sayısının 2008 yılında dört katlık bir artış ile 44.868'e yükseldiği gözlenirken devam eden senelerde bir dalgalanma yaşandığı fakat 2013 senesi itibari ile 62.347 sayısına çıkarak tekrardan yükselişe geçtiği görülmektedir.

Tablo 15: Akçakale İlçesi Kara Hudut Kapısından Yıllara Göre Yabancı Turist Giriş İstatistiği

Yılı	Yabancı Turist
2008	16.231
2009	40.530
2010	70.462
2011	143.406
2012	69.743
2013	127.856
2014 (Mayıs Ayı)	854

Kaynak: Şanlıurfa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2014

Tablo 15'de Akçakale İlçesi Kara Hudut Kapısından yıllara göre yabancı turist giriş çıkış istatistiği verilmiştir. Verilerde 2008 yılında 16.231 olan yabancı turist sayısının olağan üstü arttığı dikkat çekmekte, 2009 yılında 40.530'a 2010 yılında 70.462'ye ve 2011 de 143.406'ya yükseldiği gözlenmektedir. 2014 yılını incelediğimizde giriş sayısının ciddi anlamda düştüğü gözlenmektedir. Şanlıurfa İl Kültür ve Turizm Bakanlığı ile yapılan görüşmelerde bu durumun bölgenin sınır hattında yaşanan politik olaylar ile alakalı olduğu öğrenilmiştir.

Tablo 14 ve 15 üzerinde incelemeler yaptığımızda, şehre gelen turistlerin konaklama yapmaması ile ilgili bir önceki başlıkta verilen bilgiler ile paralellik gözlenmektedir. 2011 yılında 36.646 yabancı turist konaklamasına karşın sadece sınır kapısından yapılan giriş miktarı 143.406 olarak kayıtlara geçmiştir.

2.4.2.2. Şanlıurfa'da Dış Pasif Turizm

GAP projesinin de etkileri ile kalkınan bir şehir konumunda olan Şanlıurfa da bölge halkının turistik hareketliliklerinin de bu kalkınmadan etkilemesi beklenen bir gelişme olarak karşımıza çıkmaktadır. Akçakale ilçesi Kara Hudut Kapısı'ndan yapılan yerli turist çıkışı tablo 16'deki gibidir.

Tablo 16: Akçakale İlçesi Kara Hudut Kapısından Yıllara Göre Yerli Turist Çıkış İstatistiği

Yılı	Yerli Turist
2008	43.023
2009	99.712
2010	250.097
2011	241.980
2012	7.654
2013	348
2014 (Mayıs Ayı)	3

Kaynak: Şanlıurfa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2014

Tablo 13 verileri incelendiğinde 2008 yılında 43.023 olan çıkış sayısının 2010 yılına kadar düzenli olarak artarak 250.097 sayısına ulaştığı 2011 de 241.980 e gerileyim 2012 yılında bu rakamın 7654'e düştüğü ilerleyen senelerde 2013'de 358 ve Mayıs ayı dahil 2014 yılının ilk beş aylık süreçte sadece 3 çıkışın olduğu gözlenmektedir. Şanlıurfa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile yapılan görüşmelerde bu düşüşün bölge sınır hattında yaşanan politik gelişmelerden kaynaklı olduğu öğrenilmiştir

3.BÖLÜM

GÖBEKLİ TEPE'NİN ÖNEMİNİ VE ŞANLIURFA DESTİNASYONUNUN PAZARLANMASINA ETKİSİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK GZFT ANALİZİ

3.1. Göbekli Tepe Kazısı ve Önemi

Dinler tarihi ve inanç turizmi açısından fevkalade önemli bir destinasyon olan Şanlıurfa ili daha önceki bölümlerde de üzerinde durulduğu üzere sahip olduğu potansiyel oldukça üst seviyededir. Bu mevcut potansiyele 2008 yılı itibariyle Göbekli Tepe höyüğünün de eklenmiş olması destinasyonun uluslar arası arenadaki önemine çok büyük bir katkıda bulunmuş, önemli bir farkındalık yaratmıştır. Araştırmanın bu bölümünde Göbekli Tepe'nin tarihi ve turistik açıdan önemi vurgulanacak devamında yapılmış olan alan araştırmasına yer verilecektir.

3.1.1 Göbekli Tepe'nin Konumu

Göbekli Tepe Güneydoğu Anadolu'da Şanlıurfa şehir merkezinin 15 km kuzeydoğusunda bulunan Örnecik Köyünün 2.5 km doğusunda yer alan, çanak çömleksiz neolitik çağa ait bir buluntu yeridir (Schmidt, 2007a: 115).

Şekil 7: Göbekli Tepe'nin Konumu



Kaynak: Turkish Airlines, 2014

Ayrıca Göbekli Tepe Höyüğü, 800 m'lik yükseltisiyle Şanlıurfa'nın kuzeydoğusundaki Germuş Sıradağları'nın en yüksek tepesi olması itibariyle güneye doğru uzanan Harran Ovası'na hakim konumda bir bölgedir . Höyük 1995 yılından beri Şanlıurfa Müzesi'nin ve Alman Arkeoloji Enstitüsü'nün çalışanları tarafından sürdürülmektedir. (Schmidt, 2007a: 115)

3.1.2. Göbekli Tepe Kazılarının Önemi

Genel de oval bir düzende inşa edilmiş olan Göbekli Tepe tapınakları "T" ve ters "L" şeklinde ki anıtsal dikilitaşlardan oluşmaktadır. Şekil 8 de görülmekte olan tapınak da bu sisteme göre inşa edilmiş ve bu gün araştırmaları sürmekte olan tapınaklardan biridir. Göbekli Tepe'de dört adet dairesel yapı ortaya çıkarılmıştır ve yerleşim planına göre meydana çıkarılmayı bekleyen on altı tane daha benzer yapı vardır Bu yuvarlak ya da oval yapıların çapları 10-30 m arasında değişir. Her biri iç içe dairelerden ve aralarındaki dar koridorlardan oluşan yapılar duvarlarına bitişik ortalama 12 adet ve ortada iki adet daha olmak üzere 13-14 arası dikili taş ile donatılmışlardır. Böylece Göbekli Tepe gibi bir ritüel merkezinde toplamda 200'ün üzerinde büyük taş sütundan söz edilebilir. Bugüne kadar yaklaşık 50 tanesi kazılarak açığa çıkarılmıştır (Schmidt 2007a: 116-121).

Şekil 8: Göbekli Tepe'den Tapınak Görüntüsü



15.04.2011 tarihinde UNESCO geçici dünya miras listesine alınan Göbekli Tepe, UNESCO tarafından şu özellikleri belirtilerek Kriter I,II,III,IV ve VI uyarınca bu listeye dahil edilmiştir (unesco.org).

Kriter I:Göbekli Tepe'de bulunan anıtsal mimari örnekler, kutsal alan yapısı ve sembolik motifler, 12000 yıl önce insanoğlu tarafından yaratılmış olup gelişmiş sosyal bir sistemin göstergeleridir. Göbekli Tepe kazı sonuçlarından önce, neolitik yaşam tarzı basit kriterler ile yorumlanmıştır. Büyük ölçekli heykel ve mimari anıtların oluşturulması için gerekli olan alt yapı, geniş gruplar halinde hareket edebilme yeteneği, el sanatları ve bireysel sanatsal beceriler, ritüel dürtüleri ve inançları gibi tüm bu faaliyetler bize dönem insanların karmaşık sosyal bir hayatlarının olduğunu ve belirli amaçlar için organize olabildiklerini göstermektedir. Özellikle Göbekli Tepe halkının yaşamış olduğu belirli bir dönem göz önünde bulundurulduğunda tüm bu belirtiler, kültürel tarihte çok önemli adımlar olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle Göbekli Tepe kültürleri yaratıcı insan dehasının birer başyapıtını temsil eder.

Kriter II: MÖ. 9. ve 10. bin yılda Yukarı Mezopotamya bölgesi avcı-toplayıcı yaşam tarzından dünya tarihindeki ilk tarımsal sisteme geçişe tanıklık etmiştir. Evrensel veriler ışığında bu tarih bahsedilen ilerleme için en eski tarihtir. Göbekli Tepe, bu kültürel ilerlemenin merkezinde olan bölgede bulunmaktadır. Göbekli Tepe'deki bu kültürel geçişi yapan insanlar aynı zamanda ilk tapınakları da inşa ettiler. Tapınakların mimarları ve yapı ustaları aynı toplum içerisinde dünya tarihini yükseltmişlerdir. Ayrıca heykel ve alçak rölyef sanatının gelişmiş örnekleri ile Göbekli Tepe'de zengin bir sembolik repertuar yaratılmıştır. Bu semboller sadece süsleme için değil aynı zamanda bir hikaye, bir anlam ve/veya bir mesaj taşıyan motiflerdir. Göbekli Tepe'de bulunan semboller aynı çağa ait yerleşim sitelerinde daha küçük ölçeklerde de ortaya çıkmıştır. Kuzey Irak ve Suriye'de yapılan arkeolojik kazılar sonucunda kurulan benzerlik ilişkileri neticesinde, görülüyor ki Göbekli Tepe neolitik çağda kültürel etkileşim ve insani değerlerin değişimi açısından merkezi bir konumdaydı.

Kriter III: Anıtsal mimari yapılar, büyük ölçekli heykeller, kabartma tekniğindeki motiflerin zengin içerikli sembolik dili ile ortaya çıkan neolitik dönem kültü MÖ. 8000 dolaylarında sona ermiştir. Bu tarihten sonra Göbekli Tepe insanlar tarafından terk edilmiş ve benzer veya farklı amaçlar için kullanılmamıştır. Böylece, Göbekli Tepe avcı-toplayıcı yaşam tarzınca oluşturulan benzersiz bir kültür olma özelliğini taşır ve bu sosyal sistem sadece bu zaman periyodu için geçerli olup, ilerleyen çağlarda tekrarlanmamış veya devam etmemiştir.

Kriter IV: Göbekli Tepe insan eliyle yapılmış en eski kutsal yapılara ev sahipliği yapmaktadır. Daha önceki zamanlarda insanların kendileri için ritüel alanları bulunmaktaydı fakat bu alanlar için mağara gibi doğal bölgeler kullanılmaktaydı. Öte yandan Göbekli Tepe kutsal alanları insan gücü tarafından inşa edilmiştir. Göbekli Tepe'deki mimari büyük eğrisel ve küçük dikdörtgen yapıları T şeklinli taş sütunlu megalitlerin varlığı nedeniyle kendine özgün bir yapıdadır. Bu T şeklinli sütunların stilize antropomorfik (insan biçiminde) varlıkları, yatay ve dikey kısımlarına sırasıyla baş ve vücudu temsil ettiği düşünülmektedir. Sütunlardaki çeşitli antropomorfik varlıklar muhtemelen insanların efsaneleştirdiği atalar ya da insanlık tarihinde anıtsal şekilde tasvir edilen ilk tanrılardır. Söz konusu yapılar anıtsal boyutları ve inşa edildikleri tarihin topografyasına göre benzersiz parçalardır.

Kriter VI: Göbekli Tepe dünya inançlarının en eski kompleks sisteminin izleri ile, insanların antik çağlarda inanç ve kutsallık güdülleri ile anıtsal yapılar inşa ettiklerinin kanıtıdır. Tüm bu süreçleri yaşamış Göbekli Tepe insanı, seramiği, metal ekipmanları, tahıl ekmeyi, hayvanları evcilleştirmeyi ve gıda üretimi de dahil olmak üzere yerleşik hayatı bilmiyordu. Yine de onlar hala kaybolmamış ve zengin sembolik bir dilden oluşan büyük ölçekli anıtların, tapınak yapılarının ve kabartma motiflerinin yaratıcılarıydılar.

Göbekli Tepe'nin uluslararası arenada bu kadar çok ilgi görmesinin ve keşfinin duyurulması ile bu kadar ilgi odağı bir destinasyon haline gelmesinin sebebi sadece sahip olduğu tarihsel geçmiş ve tapınakların mimari, sanatsal üsluplarının eşsiz

olmasından kaynaklanmamaktadır. Göbekli Tepe'nin keşfi ile bildiğimiz kronolojik tarihin ciddi anlamda değişmesi, yerleşik hayata geçiş ve inanç sürecindeki düşündüğümüz sıralamanın aslında tam tersi bir düzende olduğunu göstermekle beraber, açıklanamayan ve sebebi bilinemeyen pek çok konuda gündeme gelmiştir. Höyüğün bu tarihsel bilgileri değiştirici ve yeni bilgiler ekleyici özelliklerini şu alt gruplarda incelememiz mümkündür:

3.1.2.1. Dinsel Otorite Yapısı ve Yerleşik Hayat Düşüncesi

Göbekli Tepe keşfedilmeden önce medeniyetleşme süreci insanların yerleşik hayata geçmeleri sonrası tarımı bulmaları ve tarım ile ilişkilendirdikleri din sistemi üzerine kuruluydu. Bu sistemde toprağın bereketi kadının doğurganlığı ile özdeşleştirilerek, kadın tanrısal bir simge olarak karşımıza çıkar. Yani insanlar önce yerleşik hayata geçmiş, sonra tarımı keşfetmiş devamında ise yerleşik tapınakları kurmayı gerektirecek inanç sistemlerini ortaya koymuşlardır (Eliade 2007: 58-59).

Günümüzden yaklaşık 12.000 sene önce o çağlarda yaşamakta olan avcı-toplayıcı halklar tarafından inşa edilmiş olan Göbekli Tepe'de bu güne kadar herhangi bir yerleşim amacı ile inşa edildiği düşünülen yapıya rastlanmamıştır (Schmidt, 2007b: 273). Henüz insanların toplu yaşamaya başlamadığı, şehirlerin kurulmadığı bir çağda ortaya çıkan Göbekli Tepe şaşırtıcı bir grup içi organizasyonunun göstergesidir. Yapılan deneysel araştırmalar sonucunda ağırlığı on tona kadar ulaşabilen dikili taşların taşımak için ortalama 525 erkek gücüne ihtiyaç duyulmaktadır. Bazı nadir taş örneklerinde yapının 50 ton a kadar ulaştığı düşünülür ise çok daha büyük grupların antik tapınakların yapımında çalıştığı sonucuna ulaşılabilir. Ayrıca kazılar sırasında anlaşılmıştır ki Göbekli Tepe de yaşayan insanlar inşa ettikleri bu yerleşik tapınakları bir süre sonra toprak altına gömerek bir başka tapınak inşa etmişlerdir. Bu davranışın henüz sebebi bilinmiyor olsa da tapınak yapımının organizesi ve toplu hareket etme davranışı gibi tapınakları gömmeye eylemi de iş birliği ile yapılabilecek bir eylemdir. Bu yapıların inşa ediliş süreçlerinden, inşa sonrası yönetimi ve gömülmesi, çoğu bilim insanına göre ancak ayrıcalıklı ve güçlü, katı bir dinsel sınıfın varlığı ile mümkün olabilir. (Özdöl, 2011: 193).

Göbekli Tepe gibi merkezlerde sürekli yaşayan ve belki bu alanı koruduklarına inanılan, önemli kutsal günlerin dışındaki yılın diğer zamanlarında tapınakların inşaat faaliyetlerini yürütmek için liderlik yapan ve kuvvetle muhtemel ki bazı önemli dinsel günlerde büyük toplantıları ve şölen anlarındaki törenleri yöneten bir dinsel sınıfın varlığından söz etmeliyiz. Bu konuya ekleyebileceğimiz bir diğer açılım da tapınakları kullananlar ile yerleşik yaşama geçiş arasında kurabileceğimiz bağdır. Belki de Yakınoğu’da neden bazı avcı-toplayıcıların yerleşik topluluklara dönüşürken bazılarının göçebeliğe devam ettikleri de, topluluk içindeki “belli” bir grup insanın sabit kutsal mekanlar oluşturup, buraların inşası ve kullanımıyla ilgili işler için toplulukları organize ederek yerleşiklik olgusuna yaklaşmasıyla açıklanabilir (Özdöl, 2011: 192).

Özetle Göbekli Tepe insanların küçük gruplar halinde göçebe olarak yaşadığı bir çağda ortak bir amaç uğruna yüzlerce kişiyi bölgeye toplayacak güçlü bir dinin merkezi olarak karşımıza çıkmaktadır. Daha öncesinde düşünülen ilk olarak yerleşik hayata geçilip sonrasında tarımın, dinsel inançların ve tapınakların inşası fikri yerini önce tapınakları inşa eden toplumların bu esnada tarımı keşfettikleri ve tapınak inşası ile birlikte yerleşik hayata geçmiş olduklarını göstermektedir.

3.1.2.2. Dinsel Motifler, Simgeler ve Ana Tanrıça Kültü

Göbekli Tepe dikili taşlarında çok zengin bir sembolizmden söz edilebileceği gibi bu sembolizm daha geç dönem mitolojilerinde rastladığımız mitolojik yaratıklar ile değil doğrudan o bölgede dönemin hayvanları üzerinde kurulmuştur. Sayıca çok kalabalık olan hayvan tasvirlerini incelediğimizde yabandomuzu, aslan, tilki, boğa, örümcek, yılan, farklı kuş çeşitleri ve kurbağa gibi türlerin bulunduğunu ve temsil edilen memeli hayvan motifleri arasında cinsiyeti ayırt edilebilenlerin hepsinin erkek olarak işlendiği görülmektedir (Hauptmann ve Schmidt, 2007: 34). Göbekli Tepe de işlenen bu zengin hayvan motifleri içerisinde en çok karşılaşılan motif yılan motifidir (Schmidt, 2007b: 220). İlk tapınak olarak belirlenen bu destinasyonda bu kadar baskın şekilde yılan motifi ile karşılaşılması akla semavi dinlerin kutsal kitaplarında anlatılan insanın cennetten kovulması ve yılan ilişkisini de getirmektedir. Şekil 9 da yılan motifli dikilitaşlardan bir örnek görülmektedir;

Şekil 9: Yılan Motifli Dikilitaş Örneği



Şekil 9' da dikili taş üzerinde işlenmiş sarmal şekilde ilerleyen yılanların hemen karşılarında keçi olduğu düşünülen bir başka hayvan motifine ilerledikleri görülür. Bu olay örgüsü Doğu ve Anadolu mitolojilerinde sık karşılaşılan hatta Hititlerde bir büyü ritüelini oluşturan kötü güçlerin ve büyülerin bir keçi ya da koyuna aktararak hayvanı köyün dışına çıkartmak sureti ile uğursuzluğu kovma büyüğü ile benzerlikler sunabilecek bir görüntüdür (Schmidt, 2007b: 218).

Buradan hareketle Göbekli 'Tepe'deki sembolizmin, ören yerinden binlerce yıl sonra ortaya çıkmış farklı coğrafyalardaki inançlar ile farklı şekillerde bağlantılar kurabilmenin mümkün olduğu kanısı oluşmaktadır. Zira kullanılan sembol ve motiflerin aynı orijin içerisinde, aynı kompozisyonlara sahip olması, birbirinden uzak bu kültürler ve dinler arasında bir bağlantı olabileceğini de akla getirmektedir.

Bir diğer konu da Çatalhöyük'teki kadın vurgusu aksine Göbekli Tepe de baskın bir erkek motif üstünlüğü dikkat çekmektedir. Kazılarda bulunan antropomorfik heykellerden bazılarının erkek olduğu kesindir, cinsiyeti tespit edilen hayvan kabartmalarının hepsi erkektir. Ancak kadın heykellerinin varlığını kanıtlayacak bir örneğe henüz rastlanamamıştır. Bu durum Çatalhöyük kazılarından hareketle ana

tanrıça kavramının önemi ve anlamı yönünde oluşan beklentiler konusunda düş kırıklığı yaratmaktadır (Hauptmann ve Schmidt, 2007: 24).

Şekil 10 : Erkek Tilki Kabartmalı Dikilitaş



Buradan hareketle bir önceki konuda üzerinde durulmuş olan tarım, toprak, bereket ve oradan hareketle kadın ile doğurganlık temalarından hareket ile dinsel inançların temeli atıldığı düşüncesi Göbekli Tepe'de gözlenmemektedir.

3.1.2.3. Hac Merkezi İşlevi

2011 yılı Şubat ayında İspanya'nın Barselona şehrinde düzenlenen 7. Uluslararası Çanak Çömleksiz Neolitik Çağda Yontma ve Sürtme Taş Endüstrisi Konferansında McMaster Üniversitesinden obsidiyen araştırmacısı ve Antropolog Prof. Tristan Carter, grubu ile Göbekli Tepe de yaptığı araştırmalar sonucunda bölgenin bir hac merkezi olabileceğini önemle vurgulamıştır. Ellerindeki bilgiler sayesinde inceledikleri bulguların hangi volkandan ve hatta volkanların hangi kanadından dahi geldiklerini analiz edebilen grup kazı alanında Göbekli Tepeye 500 km uzaklıkta olan Kapadokya dan, 250 km uzaklıkta olan Van Gölünden ve 500 km mesafesindeki Türkiye'nin kuzeydoğu bölgelerinden gelen obsidiyen aletlerin varlığını tespit etmişlerdir (ntvmsnbc).

2011 yılı kazı raporlarında Schmidt'in rapor sonundaki : " 12000 yıl öncesinin büyük bir buluşma merkezi olduğu, törensel amaçlı inşa edilmiş, anıtsal yapılarla kaplı olduğuna dair görüşümüzü bir kez daha destekler nitelikte idi" yorumu da bu buluntuyu destekleyecek niteliktedir (Schmidt, 2011: 319)

3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın temel amacı Şanlıurfa şehrinde bulunan Göbekli Tepe Höyüğü'nün, bölgede hizmet veren ya da bölge ile yakından ilgili turistik işletmelerin, turizm örgütlerinin üst ve orta kademe yöneticiler ile bölgeye hakim turizm ile ya da Göbekli Tepe ile alakalı akademisyenlerin ve uzmanların Göbekli Tepe'nin destinasyon pazarlamasına etkisine dair görüşlerinin tespit edilmesi, Göbekli Tepe'nin sahip olduğu inanç turizmi potansiyelinin bölgenin tarihsel açıdan daha erken dönemlere dayandırılan inanç turizmi potansiyeline etkisinin ölçülmesi, mevcut potansiyelden pazarlanma hususunda ne derece yararlanıldığı ve nasıl yararlanılması gerektiğinin bulunması ve mümkünse bu yargılar çerçevesinde Anadolu'da bulunan diğer semavi dinler öncesi inanç turizmi destinasyonları için belirlemelerde bulunulmasıdır.

Araştırmanın birincil önemi daha önce literatürde ele alınmamış olan semavi dinler öncesi kutsal mekanların inanç turizmi kapsamında incelenmesidir. Bu gruba giren inanç merkezleri çeşitli inanç turizmi tanımları içeriğine alınsa da doğrudan bir araştırmanın konusu olarak ele alınmamıştır. Öte yandan araştırmanın yapıldığı Göbekli Tepe ilerleyen süreçte kazıların devam etmesi ile çok daha önemli bir destinasyon konumuna geleceğine kesin gözüyle bakılmaktadır. Höyüğün mevcut potansiyeli göz önüne alındığında bu günden turizm ile bağlantısını, destinasyon ve inanç turizmi açısından sağladığı yararları ortaya koymak, mevcut durumu ve gelecek dönemde yapılması gerekenleri ortaya koyması açısından önem teşkil etmektedir.

3.3. Araştırmanın Kapsamı

Bu araştırma, Şanlıurfa ve Göbekli Tepe konusunda donanımlı, bölgedeki turizm hareketliliklerine hakim otel ve acentalar, akademisyenler ve birlik/oda yöneticilerini kapsamaktadır.

3.4. Araştırmanın Yöntemi

Bu tez kapsamında; gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel araştırma yöntemlerine başvurulmuş, algı ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir süreç izlenmiştir (Yıldırım ve Şimşek 2011: 39).

Nitel araştırmalarda en sık kullanılan yöntemlerden biri olan görüşme tekniğinin çeşitli avantajları bulunmaktadır. Bu avantajlar şöyledir (Arıkan, 2011: 69):

- Diğer anket yöntemlerine kıyasla alınan yanıtlardaki doğruluk payı daha yüksektir
- Soruların yanıtlanma payı daha yüksek olur
- Tam anlaşılmayan veya açıklama gerektiren soruların aydınlatması mümkün olur
- Karşılıklı diyalog ile oluşan güven ortamı daha sağlıklı yanıtlar alınmasına yardımcı olur
- Cevap veren kişinin jest ve mimiklerinden sorulara karşısında duyduğu sıkıntılar anlama veya yanlış beyanı fark etme yolu doğar.

Bu araştırmada Ek 1'de sunulan görüşme formu yardımı ile görüşmeler yüz yüze ve telefon yolu ile yapılmıştır. Araştırmanın daha amaca uygun olabilmesi için araştırmacı gerekli gördüğü yerlerde görüşülen kişinin uzmanlık alanı hususunda farklı sorular yöneltilmiş, konu ile ilgili daha derin bilgilere ulaşmaya çalışılmıştır.

3.4.1. Araştırmanın Örneklemi

Araştırmanın örneklemi belirleme de kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yaklaşımda araştırılacak konunun bilgi kaynağı olabilecek nitelikteki kişi ve durumların saptanması etkilidir. Devamındaki süreç "Bu konuda en çok kimler bilgi

sahibidir ve bu konu ile ilgili kimler ile görüşmemizi önerirsiniz? " soruları ile başlar. Sürecin ilerlemesi ile elde edilen isimler kartopu gibi büyür ve belirli bir süre sonra görüşülmesi gereken belirli kişiler öne çıkarken ve araştırmacının listesindeki kişi sayısı azalmış olur (Yıldırım ve Şimşek 2011: 111). Bu yöntem kullanılarak çalışmada görüşülen kişiler de ortaya çıkmıştır.

Şanlıurfa'da turizm ile ilgili kararlar veren, uygulayan ve çeşitli turizm faaliyetlerinde bulunan kamu sektörü ve özel sektörden üst ve orta kademe yöneticiler ile ülke çapında turizm konusunda söz sahibi birlik ve platformların üst seviye yöneticilerinden oluşan 22 uzman kişi ile görüşme talebinde bulunulmuştur. Görüşme isteği gönderilen 4 kişi turlarda olmaları sebebi ile görüşilememiş, olumlu yanıt alınan diğer 18 kişi ile uygun gördükleri zaman diliminde yüz yüze ve telefonla görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Ek 2'de görüşme yapılan kamu ve özel sektör ile sivil toplum örgütü temsilcisi 18 kişinin isimleri, temsil ettikleri kurumları ve bu kurumdaki görevlerinin belirtildiği liste görünmektedir.

3.4.2. Veri Toplama Süreci

Araştırmada veriler yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği; ana hatları belirlenmiş görüşmelerin, görüşme anında sunulan yeni bilgiler ışığında, yeni sorular üretebilme esnekliğine sahip, duruma ve konuşulan kişiye göre bazı soruların atlanabileceği, görüşmenin seyrine göre çeşitli soruların sıralarının değiştirilebileceği görüşme türüdür (Yüksel ve Yüksel 2004: 257). Burada en önemli etken araştırmacının konuya olan hakimiyetidir. Zira alınan yanıtlara göre seyri değişebilen ve genişleyen konu ölçüsünde soruları değiştirebilecek alt yapıya sahip olması gerekmektedir (Kozak 2014: 90). Bu çalışmada da EK 1'de sunulan sorular sırası ile sorulmaya gayret edilmiş fakat kimi görüşmelerin seyrine göre bu sıralama değişmiştir. Katılımcıların kimi soruların cevabını, bir başka soru içerisinde vermesi veya doğrudan kendi uzmanlık alanına giren turizm konuları hususunda daha derinlere inmeleri görüşmelerde farklı soruların gündeme gelmesine sebep olmuştur.

Yapılan görüşmeler 1 -10 Haziran tarihleri arasında gerçekleşmiş olup, görüşülen kişilerin çoğunun turizm sektöründe aktif olarak çalışan yöneticiler olması sebebi ile randevu alma hususunda sıkıntılar yaşanmış ve görüşmeler 10 günlük bir süre içerisinde tamamlanabilmiştir.

3.5.Araştırmanın Sınırları

Yapılan araştırma, görüşme tekniği kullanılması sebebi ile en önemli kısıtlama zaman konusunda yaşanmıştır. Görüşme yapılması gereken kişilerin uzmanların büyük çoğunluğunun turizm sektöründe aktif olarak çalışan üst kademe yöneticiler olması sebebi ile randevu almak ve randevuyu gerçekleştirmek oldukça zaman almıştır. Örneklem olarak konu uzmanlarının hedef alınması ve görüşülecek kişilerin çeşitli turizm örgütlerinin yönetim kadrolarından olması ve görüşmelerin turizm sezonu içerisinde yapılmış olması bu bağlamda önemli bir sınırlama olarak değerlendirilebilir. Ayrıca görüşülecek kişiler ile buluşma, bazıları ile İstanbul dışında görüşme gerekliliği ve telefonla yapılan uzun görüşmeler ulaşım ve iletişim hususundaki yüksek maliyet unsuru da sınırlamalar içerisinde. Şanlıurfa destinasyonuna yönelik yapılan araştırmalarda istatistiki verilere ulaşma sıkıntısı araştırmanın bir diğer sınırı içerisinde sayılabilir.

Uzmanlar ile yapılan görüşmeler 25 dakika ile 50 dakika arasında gerçekleşmiştir. Yöneltilen sorular, araştırmanın amacı ve önemi üzerine yoğunlaşan, literatür taramalarından sonra hazırlanmış sorulardan oluşmaktadır.

3.6. Göbekli Tepe'nin GZFT Analizi ile Değerlendirilmesi

Araştırma kapsamında yapılan görüşmelerin sunulup ardından GZFT analizi ile değerlendirileceği bu bölüm, seçilmiş olan uzmanların Göbekli Tepe Ören yerinin Şanlıurfa destinasyonunun inanç turizmi içerisindeki yeri ve önemi hususundaki görüş ve değerlendirilmeleri alınmıştır. Yapılan görüşmelere katılan 18 adet uzmanın isimleri, rastgele bir şekilde 1 den 18 e kadar kodlanmış, Katılımcı 1 den Katılımcı 18 e kadar aralıksız devam eden bir dizi halinde değerlendirilmiştir. Yapılan kodlamanın amacı görüşmelerde bireylerin fikirlerinin saklı kalmasını sağlayarak

araştırmaya daha objektif bir bakış açısı ile yaklaşıp daha özgür bir şekilde cevaplarını dile getirmelerini sağlamaktır.

Araştırma süresince toplanan bilgiler ve değerlendirilmeleri şu şekilde gerçekleşmiştir.

- **Görüşülen Uzmanların Demografik Özellikleri**

Çalışmanın ilk bölümünde görüşülen uzmanların demografik özelliklerini tespit etmek amacı ile cinsiyet, yaş, durumu ve çalıştıkları kurumdaki deneyim sürelerini belirlemeye yönelik dört adet soru sorulmuştur. Alınan cevaplar Tablo 17 'de verilmiştir.

Tablo: 17 Araştırmaya Katılan Uzmanlara Ait Bilgiler

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Bay	13	%72.2
Bayan	5	%27.8
Yaş	Frekans	Yüzde
26-35	6	%33.3
36-46	8	%44.5
47-55	2	%11.1
55 ve Üzeri	2	%11.1
Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde
Lise	1	%5.5
Lisans	11	%61.1
Yüksek Lisans	4	%22.3
Doktora	2	%11.1
Deneyim Süresi	Frekans	Yüzde
1-5	10	%55.5
6-10	3	%16.7
11-15	2	%11.1
15 ve üstü	3	%16.7

Araştırmaya katılan 18 uzmandan %72.2'si bay, %27.8'i bayan olduğu gözlenmiştir. Buradan hareketle Şanlıurfa ve Göbekli Tepe destinasyonu ile ilgili görüşülen uzmanlarda bayların sayısının bayanların sayısına oranının yaklaşık 3 kat daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmakta, bölge üzerine çalışan özel ve kamu sektörlerinde, turistik işletme ve odalarda bayanların yeterince etkin rol almadığı görülmektedir.

Katılımcıların %33.3'ünün 25-35 yaş arasında, %44'ünün 36 - 36 yaş arasında , 45-55 ve 55 üzeri yaşındaki yönetici sayılarının %11.1 olduğu görülmektedir.

Katılımcıların %5.5'i lise, %61.1'i lisan, % 22.3'ü yüksek lisans, %11.1'i de doktora mezundur. Uzmanların büyük bir bölümünün lisans mezunu olup üniversite eğitimlerini tamamlamış olması ilerleyen dönemlerde bölgede yapılması planlanan değişimler için eğitimli bir uzman kadrosunun Göbekli Tepe hususunda fikir belirtebileceğini göstermesi açısından önem arz etmektedir.

Deneyim sürelerini incelediğimizde, katılımcıların %55.5'inin 1-5 yıl %16.7'sinin 6-10 yıl, %11.1'inin 11-15 ve %16.7'sinin 15 yıl ve üzeri olarak bulundukları kurumdaki çalışma süreleri olduğu görülmektedir. Katılımcıların yarısından fazlasının kurumlarındaki deneyim süresinin 1-5 yıl arası gibi kısa bir zaman zarfını kapsamasının temel sebebinin ise, görüşülen uzmanlardan yarıya yakının oda ve birliklerin yönetici kadrosu olmasından kaynaklandığı gözlemlenmektedir. 5 yılda bir oda seçimleri yapılması sebebi ile bu durumdaki yöneticilerin kurumlarındaki çalışma süresi de otomatik olarak düşmektedir.

- **Şanlıurfa Turizminin Mevcut Durumunun Değerlendirilmesi**

Yapılan görüşmelerde katılımcılardan öncelikli olarak Şanlıurfa turizminin mevcut durumuna ilişkin bir değerlendirme yapmaları istenerek bu değerlendirme kapsamında şehrin alt yapısı , turistik tesisleri ve imajı gibi konularını dikkate almaları istenmiştir. Şehrin bu durumuna ilişkin olumlu ve olumsuz yöndeki değerlendirme Tablo 18'da verilmiştir.

Tablo 18: Katılımcıların Şanlıurfa Turizmine Yönelik Tutumu

Katılımcıların Tutumu	Frekans	Yüzde
Olumlu	3	%16.7
Olumsuz	15	%83.3

Katılımcıların %83.3'ü Şanlıurfa'ya dair mevcut turizm değerlendirmesini olumsuz %16.7'si olumlu yönde yapmış, aynı zamanda verilen cevaplar incelendiğinde ortak noktanın mevcut potansiyelin tam anlamı ile değerlendirilemediği vurgusu olduğu dikkat çekmektedir.

Katılımcılar ilin mevcut turizm durumunu değerlendirirken, istenildiği üzere pek çok farklı hususta fikirlerini belirtmişlerdir.

Şanlıurfa'nın tarihsel niteliğinin çok eskilere dayandığının hatta bu geçmişin Göbekli Tepe höyüğü ile beraber düşünüldüğünden de binlerce yıl önceye gitmesi ve mevcut mirasın kentin bir cazibe merkezi olması için son derece yeterli olduğu görüşü hakimdir, katılımcılar özellikle, dünyada çok az destinasyonun Şanlıurfa gibi bir inanç kavşağı olma özelliği taşıdığını belirtmiş, pek çok peygambere kucak açmış bu kentte turizmin gelişmesi için gerekli doğal, kültürel ve tarihi miras potansiyeline sahip bulunduğu ama bulunulan noktanın ne ulusal ne de uluslararası hak edilen yer olmadığı belirtilmiştir. Zira yapısı gereği eksik rekabet koşullarının önemli bir yer tuttuğu turizm sektöründe Şanlıurfa rakibi konumundaki pek çok inanç merkezinden daha derin bir geçmişe ve bu geçmişin varlığını gösterecek kalıntılara sahiptir. Buna ek olarak şehrin 303 gün güneş alıyor olması ve özellikle ilkbahar ve sonbahar mevsimlerinde turizme oldukça elverişli bir mevsim sunması bölgedeki turizm sezonu süresinin yüksek olmasına imkan vermekle birlikte alternatif turizm türlerine de olanak sağlamaktadır.

Şehrin turizme yönelik tutumunu olumsuz olarak değerlendiren katılımcılar özellikle şu konulardaki sıkıntıları belirtmişlerdir:

Katılımcı 1: Yönlendirme tabelalarının yetersizliği şehir içerisinde ulaşımı gerçekten sıkıntılı bir duruma sokmaktadır. Öte yandan konaklama ve servis sektöründe standartizasyondan bahsetmek mümkün değil.

Katılımcı 9 : "12 bin yıllık geçmişiyle dünyanın en eski tapınak merkezi olan Göbekli Tepe kazılarının başlayıp devam etmesiyle birlikte turist akınına uğruyor. Fakat maalesef münferit gelen misafirlerin kaybolmadan acaba doğru yolda mıyım düşüncesiyle gitmemesi mümkün gözüküyor. Çünkü bölgeyi tanıtacak ve yönlendirecek levhaların yeterli olduğunu düşünmüyorum ayrıca Göbekli Tepe ve çevresinde grupları ağırlayacak bir kafeteryası bile bulunmamakla birlikte özellikle yabancı turistlere hitap edecek lavaboları mevcut değil. İşin en kötüsü de yıllardır Balıklı gölü, tarihi kalesi, Harran kubbeli evleri, Harran Üniversitesi, Urfa tarihi evleri, Saklı Cenneti Halfeti'siyle büyük önem arz eden Şanlıurfa' nın genelinde buna benzer sorunların olduğu görüşündeyim. Şanlıurfa gibi değerli bir bölgeye ve böylesine büyük bir zenginliğe yakışmadığını düşünüyorum."

Katılımcı 16: "Şanlıurfa geçmişi başta Göbekli Tepe, tarihi, mimarisi,kültürü, gelenek ve görenekleri, örf ve adetleriyle ve peygamberler şehri itibariyle ülkemizde marka şehir konumuna gelmiştir. her mevsim yerli ve yabancı turistlerin ilgi odağı halindedir.ancak bütün dinlerin atası sayılabilecek bir diğer konu Hz.İbrahim As. bu topraklarda yaşamış olması ve onun izlerini taşıyan tarihi birtakım materyallerin ilimizde bulunması çok önemli bir avantaj turizm açısından. Ancak bu ve bunun gibi bir çok alanda maalesef bilimsel düşünceye dayalı irdelemeler ve araştırmalar yapılamaması turizm açısından tutuk bir durum sergilenmesine yol açmakta genel olarak tanıtım materyalleri ve yapılan programlar da amatörce yapılmaktadır. Bir çok turistik alanda başta Göbekli Tepe olmak üzere alt yapı yok denilecek kadar azdır. Eğer alt yapılar ve tanıtım argümanları profesyonelce hazırlanıp sunulabilseydi turizm alanındaki başarılar artarak devam edebilirdi."

Katılımcı 18: "Şanlıurfa'nın belediyeçiliği yeterli düzeyde değil. Çöpler günlerce duruyor bu yüzden kokuyor. İnsanlar yerlere ısrarla çöp atmaya devam ediyor Balıklıgöl gibi turizmin merkezinde bile bu durum böyle"

Yapılan olumsuz görüş bildirimleri Şu konular üzerinde yoğunlaşmıştır:

- Uygulanan belediyeçilik politikasının yeterli olmadığı katılımcıların özellikle üzerinde durdukları konuların başında gelmektedir. Şehrin hijyen ağıısından yetersizliğı, turistik alanlarda yeterli sayıda tuvaletin olmayıŐı olanların hijyenik olmaması turistler ağıısından oldukça önemli birer sorun Şeklinde dile getirilmiŐtır.
- Alt yapının Şehrin gelecekte sahip olması planlanan turizm potansiyeline cevap veremeyecek durumda olması, mevcut turizm potansiyelinde dahi ciddi anlamda sorun çıkartması en önemli sıkıntılardan biri olarak görölmektedir. Bunlara ek olarak Şehirdeki otoparkların özellikle sezon dönemlerinde turlar iğıin Şehre gelen otobüslerin park etmesini sağılayacak yeterlilikte olamaması da bu soruna bir örnek olarak verilmiŐtır.
- Bölgede yol gösterici tabelalar yeterli değıildir. Anadolu'nun pek çok destinasyonunda karşılaşılan bu durumun Şanlıurfa'da ciddi boyutta bir sorun olduğı belirtilmektedir. Münferit gelen yolcuların sık sık yollarını kaybetmeleri veya destinasyonu çok iyi bilmeyen ve grupları taşıyan otobüslerin yanlış veya eksik yönlendirilmeleri sonucu bölge de kısa süreli kaybolmaların yaşandığı da dile getirilmiŐtır. Bunlara ek olarak bölgede turistik ağııdan stratejik bölgeler olan gar, havalimanı gibi işletmelerde enformasyon bürolarının ya olmadığı ya da dil bilen personelin olmadığı belirtilmiŐtır.
- Bölgeye dair yeterli bilimsel yayının yapılmaması, tarihi değıerlerin akademik yayınlar ile desteklenmemesi gerektiğı bildirilmiŐtır.
- Yerel halkın ve iŐletmecilerin turizm bilincinin henüz oluŐmadığı gözlenmiŐtır.
- Turizm iŐletmelerinde çalışacak, turizm eğıitimi almış kalifiye eleman bulunmaması,
- Medya da bölgeye dair çıkan olumsuz haberler,
- Şehre yapılan uçak seferleri yetersizliğı de diğıer olumsuz konu başlıklarıdır.

Bunların dışında olumlu yönde yanıt veren Katılımcı 4, Katılımcı 6 ve Katılımcı 13 şehrin gelişmekte olan yapısına dikkat çekmişlerdir. Şehrin bu bağlamda özellikle son 10 yıl içerisinde yapılan yatırım ve bölgede kendini hissettirmeye başlayan zincir oteller şehirde gelişmekte olan turizm anlayışının en önemli kanıtı olarak gösterilmektedir.

Katılımcı 4: "Eksiklikleri olsa da Şanlıurfa geçtiğimiz yıllara çok daha iyi bir konumdadır. Özellikle son yıllarda şehirde alt yapı ve bölgeye gelen uluslararası işletmeler açısından gözle görülür değişimler olmaktadır. İlerleyen dönemde bu gelişmelerin artarak devam etmesini diliyoruz"

Katılımcı 13: "Şanlıurfa dinler tarihi açısından önemli bir şehir. İnanç turizmi bağlamında yeterince değerlendirilemiyor. Dünya'daki bir çok ilklerin olduğu bir şehirdir. Dünyanın ilk tapınağı Göbeklitepe burada, sabiist inancın ilk tapınakları burada, Nuh tufanından sonra ilk kurulan şehir vs. Dünyada ilk kez buğdayın evcilleştirildiği ve Hz. Adem'in ilk tarımı burada yaptığı söylenir. Mevcut yapısıyla alt yapı sorunlarını halletmiş, karayolu ev havayolu ağları iyi düzeyde, çok sayıda yeni oteller de açıldı. Turizme hazır bir şehir."

- **Göbekli Tepe'nin Şanlıurfa'daki Turizm Hareketliliklerine Etkisi**

Göbekli Tepe Höyüğünün ortaya çıkması ile aynı döneme denk gelen turist sayısındaki ciddi artış özellikle son 6 yıllık süreç içerisinde kendisini hissettirmiştir. Dolayısı ile artışın Göbekli Tepe ile ilişkilendirilmesinin doğru olup olmayacağı ya da höyüğün bu artıştaki etkisinin ne olduğu soruları yöneltilmiştir.

Katılımcıların tamamı bu soruya olumlu yanıt vermiştir. Şu anda yaşanan mevcut hareketliliğin doğrudan Göbekli Tepe ile ilişkilendirilmesinin yanlış bir tespit olmayacağını belirten katılımcılar, yabancı turistlerin bölgeye daha fazla ilgi gösterdiğini, yerli yabancı bölgeye gelen neredeyse her paket tur planında Göbekli Tepe'nin muhakkak olduğunu belirtmişlerdir.

Özellikle profesyonel turizm rehberi olan katılımcılar, Göbekli Tepe'nin hala tüm gizemini koruyan bir cazibe merkezi olduğunu belirterek, kazıların yaklaşık 50-60 yıl daha süreceği gerçeğine değinmiş ve kazıların devam etmesinin, kazı alanına olan ziyaret etme hissini arttırdığını gözlemlemişlerdir. Burada özellikle belirtmek

istenen, her sene yeni bulguları ile arkeoloji dünyasını önemli ölçüde meşgul eden, bu güne kadar kabul edilen kimi bilimsel bilgileri değiştirecek veya dergilere kapak ve belgesellere konu olan buluntuları kazı anında ya da ortaya çıkartıldıktan çok kısa süre sonra yerinde görebilme hissidir.

Turistik gezilerin katılımcılarına sosyal açıdan bir çeşit itibar kazanma yolu ve kimi seyahatlerin sosyal ortamda kabul görme gibi etkilerinin olduğu kabul edilirse (Doğan, 2004: 137), Göbekli Tepe'nin turistlerine sunduğu bir diğer artı değerinde bu his olduğu düşünülebilir.

Katılımcı 1: "Kesinlikle. Geçmişten beri zaten bölgede var olan inanç turizmi, Göbekli Tepe'nin bulunması ile çok daha gerilere gitmekte. Ulusal ve uluslararası tanıtım neticesinde turizm hareketlilikleri çok daha fazla artacaktır. Ulusal anlamda başarının artması içinde Harran Üniversitesinin kazılarda daha etkin bir şekilde rol alması gerekmele bitlikte Türk kazı ekibine kazılarda daha fazla ödenek sağlanmalıdır."

Katılımcı 15: "Göbekli Tepe sadece Şanlıurfa'nın, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin değil yakın bir gelecekte Türkiye'nin turizm hareketliliğini değiştiren önemli bir merkez olacaktır. İnsanoğlu'nun bu güne kadar bilinen dünyadaki en eski tapınak yapısını ve anıtsal yapısını, insanlık tarihini merak eden herkes görmeye gelecektir. İngiltere'deki Stonehenge'den ve Mısır Piramitlerinden çok daha eski olan ve çok daha önemli olan Göbekli Tepe'yi görmek için dünyanın dört bir tarafından turist taşıyan uçaklar Urfa GAP Havaalanına inecektir."

Katılımcı 18: "Kesinlikle evet hatta sonuna kadar değiştirmesi gerektiğine inanıyorum. Ama buna bir tek Şanlıurfa inanıyor. bu konuda valilik ve İl Kültür Turizm Müdürlüğü'nün hakkını yiyemem çok çalışıyor, durmadan fuarlarda, toplantılarda Göbekli Tepe merkezli tanıtımlar yapıyorlar. Ama ülke bazında tanıtıma bakıldığında Göbekli Tepenin yer almaması büyük ayıp ve eksiklik ve ülkesel düzeyde tanıtım yapılmadıkça yine Göbekli Tepe kendi akademisyenlerimiz tarafından bile hala bilinmeyecek"

- **Göbekli Tepe'nin Turist Çekme Niteliği**

Göbekli Tepe'nin uluslararası açıdan da gerek turistik gerek arkeolojik kalemleri ile duyurulmaya başlaması ve bölgeye gelen turist sayısı üzerindeki etkisi, otomatik olarak tek başına turistlerin destinasyona gelmeleri için bir sebep olup olamayacağı sorusunu da gündeme getirmektedir. Semavi dinlere ait olmayan bir inanç merkezinin tek başına turist çekici özelliği olup olmaması durumu araştırma kapsamında oldukça önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Daha önceki bölümlerde de belirtildiği gibi Şanlıurfa şehri İbrahim peygambere ev sahipliği yapmış olan tarihi ile zaten günümüz semavi dinlerinin babasının yaşadığı ve pek çok mücadelesini verdiği bir inanç merkezi olarak karşımıza çıkarken, Göbekli Tepe bu dinler üstü yapıyı pekiştirerek binlerce yıl daha geriye götürmüştür. Dolayısı ile katılımcılara bu husustaki fikirleri sorulmuştur. Tablo 19'de katılımcıların Göbekli Tepe'nin tek başına turist çekebilecek bir nitelikte olup olmadığı sorusuna verdiği yanıtlar bulunmaktadır.

Tablo 19: Göbekli Tepe'nin Tek Başına Turist Çekici Bir Niteliği Olmasına Yönelik Tutum

Katılımcıların Tutumu	Frekans	Yüzde
Olumlu	13	%72.2
Olumsuz	5	%18.8

Katılımcıların %72.2'si Göbekli Tepe'nin tek başına turist çekebilecek bir yer olduğunu belirtirken %18.8 i olumsuz görüş bildirmiştir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu Göbekli Tepe'nin bu günden bu işlevi yeri getirmeye başladığını vurgulamış, özellikle yabancı turistlerin münferit ziyaretlerinde sadece Göbekli Tepe'yi görmek için şehre geldiklerini belirtmişlerdir. Yer yer bazı turistlerin şehir merkezinden kazı alanına kadar olan 18 kilometrelik yolu yürümeyi tercih ettikleri ve böylece sadece kazı alanını ziyarete gelmiş olsa da çevreyi gözlemlemek için bu yolu seçtikleri bildirilmiştir. Konu ilgili, bazı yorumlar şu şekildedir;

Katılımcı 5: Burada Göbekli Tepe'nin nasıl lanse edildiği ve sunuşu da çok önemli olmakla beraber, Göbekli Tepe kesinlikle tek başına bölgeye turist

ekebilecek bir yerdir. Bu ekim gücü sürdürülebilir politikalar ile desteklenmeli ve kazı alanının doğru bir turizm politikası ile yönetmeli, bölgenin diğer cazibe ürünü olabilecek turistik arzını da gelen turistlere bu yolla sunabilmeliyiz.

Katılımcı 13: Elbette ki. Ben kokartlı bir rehber olarak şunu gözlemliyorum ki Göbekli Tepe dünya tarihinin seyrini değiştiriyor. Çok sayıda yabancı turist direkt havaalanından Göbekli Tepe'ye gidiyor, oradan da şehre bile uğramadan direkt havaalanına geri dönüyor. Özellikle National Geographic gibi uluslararası ölçekli dergilerin bunu kapak konu yapması büyük önem arz ediyor.

Belirtilen olumsuz görüşün temel sebebi ise henüz gerekli alt yapının ve tanıtım projelerinin yürütülmemesi ve dünyaya olması gerektiği gibi tanıtımın yapılmadığı görüşünden kaynaklandığı gözlenmiştir.

Katılımcı 8: "Henüz yeterli tanıtımı sağlanamadığı için tek başına turist getirme potansiyelinde olması gerektiği mana da yararlanılamamaktadır. Henüz şanlıurfa ve Göbekli Tepe imajı tam anlamı ile birbirleri içerisine girmemiş durumdadır. Bu durum ancak Göbekli Tepe ismi anıldığında ya da Göbekli Tepe'nin sembolleri haline gelmiş olan "T" dikili taşları dünyada şanlıurfayı sembolize eden birer sembol haline geldiklerinde mümkün olacaktır diye düşünüyorum."

Katılımcı 17: "Göbekli Tepe henüz tek başına şanlıurfa'ya turist çekecek potansiyele sahip değildir. Çünkü şanlıurfa'ya gelen turistlerin çoğu yerel kültürü ve dini mekanları görmeye, tanımaya ve yaşamaya yönelik gelmektedirler.

- **Bölge Halkının Davranış ve Farkındalığı**

Turistik bölgelerde yerli halk ve turist ilişkisi, turizm sosyolojisi içerisinde son derece önemli bir mevzu olup pek çok akademik çalışmaya da konu olmuştur. Yerel halkın turistlere yönelik davranışlarının çeşitliliği çok farklı düzeylerde olup bu düzey büyük bir yakınlıktan, aşırı saldırganlığa kadar uzanabilmektedir (Doğan 2004: 79). Burada turistik bölgenin önemini kavramak oldukça önemlidir.

Yapılan görüşmelerde katılımcıların bütün hepsi bölge halkının Göbekli Tepe'nin öneminin farkında olmadıklarını dile getirmişlerdir. Yrenin daha öncesinde sahip

olduğu turistik önem sebebi ile yerel halkın turistlere, turistik organizasyonlara ve tesislere olumlu yaklaşıkları da belirtilmiştir.

Katılımcılar bölge halkına konu ile ilgili seminerler verilmesi gerektiği hususunda fikir beyan etmişlerdir. Bölgede yaşayan halkın kamu da çalışan üst düzey yöneticiler dışında kazı alanını görmeye giden çok az kişinin olduğu, bölgedeki Göbekli Tepe bilinirliğinin mikro düzeyde olmadığı ve sadece konu ile ilgili sektörel kademelerin makro amaçlara hizmet etmesi amacıyla bilgilili olduğu ifade edilmiştir.

Katılımcı 10: "Tarihin değişmesine sebep olan bu destinasyona ne yazık ki yerel halk gereken önemi vermemekte. Böyle bir bölgeden haberi bile olmayan kişi sayısı kentte az değil. Bu konuda yapılması gereken şey öncelikli olarak ilgili devlet kurumlarının bu destinasyona olan bilgiyi arttırmak amacı ile yerel halka geziler düzenlemek, seminerler vermek olmalıdır. Bütün okullarda bu konu özellikle işlenmeli, kazı alanında yenilikler oldukça, yeni tapınaklar açıldıkça okullar getirilmeli ve öğrencilerin güncel şekilde Göbekli Tepe bilgileri yenilenmeli ki buranın ne kadar önemli bir yer olduğunu asla unutmasınlar".

Katılımcı 6: "Kanaatimce halk şu an yeterince farkında değildir.Turizm konusunda çalışan kamu kurumları ve özel işletmeler ile çalışanları Göbekli Tepe'nin öneminin farkındadır. Onlar da doğrudan Göbekli Tepe hususunda çalıştıkları için mecburen bu konumda diye düşünüyorum. Henüz kazı alanına olması gereken geniş vizyondan bakan bir yerel yönetim teşkilatının olduğunu söylemek zor."

- **Göbekli Tepe'nin Şanlıurfa'daki İnanç Turizmi İmajına Kattığı Değerler**

Şanlıurfa'nın sahip olduğu yüksek inanç turizmi potansiyeli üzerine, Göbekli Tepe gibi dünyada bilinen en eski tapınağa da ev sahipliği ediyor olması şehrin zaten sahip olduğu inanç turizmi coğrafyası imajını nasıl etkilediği hususu da önemli bir konudur. Zira bölgedeki inanç turizmi etkinlikleri yoğun olarak semavi dinlerin peygamberlerinin yaşadıkları alanlar üzerine yoğunlaşırken semavi öncesi dinlere ait inanç merkezlerinin bölge'nin inanç turizmi imajına nasıl bir değer kattığı önemlidir. Katılımcılara konu ile ilgili yöneltilen bu soruda ağırlıklı olarak değer kattığı yönünde yorum yapmışlardır. Olumsuz fikir beyan edenler ise daha önceki konularda

değinilen henüz destinasyonun hazır olmaması ve Türk grupların konuya olan ilgisizliği şeklinde görüş bildirmişlerdir. Sorunun devamına müteakiben bu imajın uluslararası boyutta tanınırlığa etkisi tartışılmış, konu o yöne doğru kaymıştır. Bu kısımda ise Göbekli Tepe'nin ilerleyen dönemde sadece Şanlıurfa'nın değil Türkiye'nin tanınırlığında etkin bir rol oynayacağı hususunda olumlu yönde ağırlıklı olarak fikir belirtilse de mevcut durumda bu misyonu gerçekleştirecek alt yapının eksikliği vurgulanmıştır.

Katılımcı 3: "Şanlıurfa'nın Göbekli Tepe dışındaki inanç merkezi imajının "Peygamberler Şehrine" indirgenmesinden ziyade "Dinlerin Oluşum Merkezi" sıçrayışı şüphesiz büyük artı değer katacaktır."

Katılımcı 15: " Şanlıurfa inançların diyarı olarak bilinmektedir. İlkel dinlerden, politeist dinlere ve tek tanrılı dinlere kadar Urfa inanç tarihi bakımından dünyanın önde gelen merkezleri arasında yer almaktadır. İnanç tarihinin bilinen en eski yapısı Göbekli tepe Urfa'nın bu inanç değerlerine çok büyük bir değer katmaktadır ve Urfa'yı Mekke, Medine ve Kudüs gibi inanç merkezlerinden farklı kılmaktadır. İlerleyen dönemdeki inancım, Göbekli Tepe, sadece Şanlıurfa'nın değil, Türkiye'nin uluslararası tanınırlığında etkin bir rol üstleneceği yönündedir. . "

Katılımcı 16: "Şanlıurfa da İnanç turizmi açısından önemli bir noktadadır. Çünkü yakın zamana kadar Şanlıurfa'da Ermeniler, Süryaniler ve Yahudilerin yaşadığına ve bunlara ait inanç ve ibadet mekanlarının günümüzde de ayakta olduğu ve özenle korunduğunu görmekteyiz, aynı şekilde bu yakın tarihteki örnekler gibi binlerce yıl önce Göbekli Tepe'de de sonuçta bir inanç sistemi geliştirilmiş insanlar tarafından, bu açıdan Şanlıurfa'nın sahip olduğu inanç merkezi imajına ciddi değer katacaktır."

Katılımcı 17: "Göbekli Tepe, Şanlıurfa'nın sahip olduğu inanç merkezi imajına henüz bir değer katmamaktadır. Halen oranın Dünyanın en eski tapınağı olduğu gelenlerce bilinmemektedir, Uluslararası tanınırlılık açısından değerlendirmemiz gerekirse, Göbekli Tepe, henüz inanç merkezi olarak Şanlıurfa'nın uluslararası tanınırlığında etkin bir rol üstlenmemiştir. Şanlıurfa'nın diğer inanç turizmi değerleri daha çok bilinmekte ve ilgi görmektedir.

- **Göbekli Tepe'nin Mevcut Pazarlama Politikalarının Yeterliliği**

Sürmekte olan Göbekli Tepe kazılarının önemi ve turistik arzın makro boyutta ülkesel mikro boyutta yöresel katkı sağlaması amacı ile iyi planlanıp organize edilmiş bir tanıtım politikası olması gerektiği ortadadır. Bu kısımda katılımcılara öncelikle mevcut tanıtım çalışmalarının yeterli bulunup bulunmadığı sorulmuş, devamında bölgede etkin bir pazarlamanın nasıl yürütülmesi ve daha iyi tanıtılması için neler yapılması gerektiği ve Göbekli Tepe'nin pazarlamasının destinasyon geneline nasıl yararlar sağlayacağı soruları yöneltilmiştir.

Tablo 20: Göbekli Tepe İçin Yapılan Tanıtım Çalışmalarını Yeterliliği

Katılımcıların Tutumu	Frekans	Yüzde
Yeterli Buluyorum	2	%11.1
Yetersiz Buluyorum	16	%88.9

Yapılan görüşmelerde tüm katılımcıların %88.9'u yapılan tanıtım çalışmalarını yetersiz bulurken %11.1'lik kısmı yeterli bulduğunu belirtmiştir. Tanıtımları yetersiz bulan katılımcıların büyük çoğunluğu tanıtımların Göbekli Tepe'nin önemini hem ulusal hem de uluslararası boyutta anlatma hususunda yeterli olmadıklarını belirtmişlerdir. Mevcut yetersiz tanıtımla bile dünyanın en önemli gezi ve coğrafya konseptli dergilerine kapak olup, BBC, History Channel gibi önemli televizyon kanallarının gelip kazıların belgeselini çekmeleri, yeterli tanıtım yapılacağına bölgede olması muhtemel hareketliliğe dair ip ucu vermekte olduğu vurgulanmıştır. Piramitlerin isim ve imaj açısından Mısır'ın önüne geçmesi gibi Göbekli Tepe'nin gelecek dönem içerisinde uluslararası pazarda Şanlıurfa isminin önüne geçmesinin sürecin doğal bir parçası olacağı dile getirilmiştir. Buradan hareket ile Göbekli Tepe'nin Şanlıurfa destinasyona sağlayacağı yararın şu anda uluslararası bilinirliği çok yüksek olmayan Şanlıurfa'daki diğer inanç merkezlerinin, kültürel mimarinin ve etnografik öğelerin daha çok gündeme geleceği yönündedir. Bölgeye olan ilgi ve yönelim arttıkça yörenin diğer değerlerine de yönelim artacak, şehir turizme entegre

oldukça sahip olduğu soyut ve somut kültürel miras turistik bir ürün olarak daha fazla ön plana çıkacaktır.

Katılımcı 3: "12000 yıllık toplu bir tapınma alanının dünya çapında yarattığı şaşkınlığa ve tapınmanın, dinlerin ve inançların ilk merkezi olması durumunun net bir şekilde vurgulandığı bir pazarlama politikası üzerinde durulmalı diye düşünüyorum."

Katılımcı 5: "Bu konuda en güzel yol, Stonehenge örneğinin irdelenmesi ve benzer uygulamanın Göbekli Tepe için - farkı gözetilerek - yapılmasıdır. Zira Göbekli Tepe'nin keşfi bu güne kadar alanında tek konumunda olan bu destinasyonun bir daha gözden geçirilmesine sebep olmaktadır. Bu gün Göbekli Tepe kazıları ile görülmektedir ki, Stonehenge yapımından yaklaşık 6000 bin yıl öncesinde çok daha gelişmiş bir mimarinin Anadolu topraklarında olduğunu kanıtlamaktadır"

Katılımcı 6: "Şanlıurfa bilindiği üzere Semavi dinler açısından önemli bir merkezdir. Göbekli Tepe'nin geçmişi ise daha da eski tarihlere gitmektedir. Burada Göbekli Tepe'nin bölgede Semavi dinlere etkisi vurgulanabilir. Ayrıca Göbekli Tepe'nin daha iyi pazarlanabilmesi için ören yeri modern teknolojinin de kullanılması ile insanların görsel duyularına hitap edecek canlandırmalar, maketler ve video gösterileri ile etkileyici bir ortama dönüştürülmeli. İyi bir ulaşım yolundan, orada soluklanılacak kafeteryasına varıncaya kadar- tarihsel mekanın özelliğine ve yapısına zarar vermeden, sürdürülebilir bir anlayış içerisinde - yeniden çevre dizaynı yapılmalı. Dışarıya tanıtımı için de aynı yöntem, yani modern teknolojinin ve reklam dünyasının en ince ayrıntıları gözetilerek, belli bir proje ve program dahilinde izlenmeli."

Katılımcı 7: "Tüm ulusal ve uluslararası fuarların muhakkak bir Göbekli Tepe konsepti taşıyan, buradaki "T" şekilli dikilitaşların imitasyonlarını barındıran stantlar kurulmalı, bu yönde algı oluşturulmalıdır."

Katılımcı 9: "Yurt dışındaki kanallarla, büyük küçük acentalarla, uluslararası internet siteleriyle, bakanlığımızın, incoming yapan acentalarımızın yakın temaslarda olması gerekiyor. Öncelikle Göbekli Tepe'yi gezmek için harika bir konuma getirip

tüm dünyaya duyurulması gerekmektedir. Bize düşen görev de en iyi reklam turiste yapılan reklam mantığıyla, gelen misafirlerimizi üstün memnuniyetle uğurlamamız gerekmektedir."

Katılımcı 17: "Göbekli Tepe'nin daha iyi tanıtılması için yurt içi ve yurt dışındaki büyük şehirlerde "Şanlıurfa Göbekli Tepe Günleri" adı altında özel tanıtım günleri düzenlenmelidir. Ayrıca Şanlıurfa'ya gelen turistlerin şehir merkezinde ilgilerini çekecek Göbekli Tepe ile ilgili tanıtım ve yönlendirmelerin yapılması gerekmektedir.

Katılımcı 18: "Öncelikle devlet istemeli bunu. Göbekli Tepe önce Şanlıurfa'da, sonra Türkiye'de sonrada dünyada benimsenmeli. Tarih derslerinde yer almalı mümkünse. Öğretmenler bunları da öğretmeli ama ne yazık ki bırakın tarih öğretmenlerini daha turizm akademisyenlerinden bile Göbekli Tepeyi bilmeyenler duymayanlar var."

Yukarıda ifade edilen fikirler dışında, katılımcılar Göbekli Tepe'nin daha etkin bir şekilde tanıtılması için şu konuların önem teşkil ettiğini belirtmişlerdir:

- Öncelikle dünya da nitelik açısından Göbekli Tepe ile aynı durumda ya da yakın olan başarılı destinasyonların incelenmesi, bu destinasyonların pazarlanmasının nasıl yapıldığı gözlenmelidir.
- Göbekli Tepe için gerekli olan etkin bir uluslararası tanıtım kampanyası ancak uluslararası ajanslar aracılığı ile mümkün olabilir.
- Sadece broşür ve kitaplar ile tanıtımların yetersiz kalmaktadır, ulusal ve uluslararası medyadan gazeteci ve köşe yazarlarının bölgeye çağırılıp bölgeyi tanıtıcı etkinlikler yapılması gerekmektedir.
- Kısa süreli ve gelecek sezon odaklı tanıtma çalışmalarından ziyade uzun dönemli, ve kalıcı bir imaj yaratmaya yönelik çalışmalar yapılması gerekmektedir.
- Göbekli Tepe ilse özdeşleşen "T" dikilitaşları marka imajı olarak ön plana çıkartılmalıdır.

- **Göbekli Tepe'ye Gelen Turist Profili**

Bir bölgeye yoğun bir şekilde turistin gelmeye başlaması turistik bir destinasyona dönüşen bölge'nin yerel halkı için de bir değişim demektir. Turizmin yoğunlaştığı bölgelerde kültür, dini inanç ve davranışlar, yerel değerler, yaşam biçimi ve dilin değişmesi gibi pek çok etkisi bulunmaktadır (Doğan 2004:131-135). Tablo 13 ve 14 de görüldüğü gibi son 7 yıllık süreç içerisinde Şanlıurfa'ya gelen turist sayısının ciddi anlamda artması yukarıda açıklanan, turistik aktiviteler aracılığı ile bölgenin sosyo-kültürel yapısının değişmesi durumunun bölgede yaşanması düşük bir ihtimal olarak değerlendirilmemelidir. Dolayısı ile bölgeye Göbekli Tepe aracılığı ile gelen turistleri bu anlamda tanımakta yarar olacağı düşünülmüştür. Öte yandan sosyo-kültürel değişim dışında destinasyonun başarılı bir şekilde pazarlanabilmesi için hitap ettiği turist tipinin belirlenmesi ve belirlenen tipe göre turizm politikaları oluşturmak daha doğru olacaktır. Böyle hedef kitle gözetilerek daha amaca uygun çalışmalar ile tanıtım faaliyetleri hem amacına hizmet edebilir hem de reklam maliyeti de düşmüş olur.

Yukarıdaki ilişkilerden hareket ile katılımcılara Göbekli Tepe'yi ziyaret eden turist profili hakkında fikirleri sorulmuştur ve alınan bazı yanıtlar aşağıdaki gibidir.

Katılımcı 1: "Şu anda iki ayrı profilden söz etmek mümkündür. İlki, Türkiye'ye defalarca gelmiş pek çok yerini gezmiş ama yeni bir yer çıktığında orayı görmek için tekrardan gelen turistler, diğeri ise arkeoloji ve kültür turları ağırlıklı belirli bir eğitim seviyesinin üzerindeki bilgili turistlerdir."

Katılımcı 4: "Bizden Şanlıurfa turu isteyen pek çok grup özellikle tur programı içerisinde Göbekli Tepe olmasını istemekle birlikte bölgeye yakın bir otelde konaklamak istediklerini de belirtmektedirler. Şu an için konaklama bu elbette mümkün değil. Fakat özellikle Göbekli Tepe merkezli çok fazla tur isteği almaktayız. Günlük tur planları içerisinde Göbekli Tepeye ayrılan gezi ve anlatım süresi geçen senelere göre daha da artmış durumda ve budum turisti de memnun ediyor. Zira gelen pek çok turist ören yerinin gerçek manadaki derinliğini burada öğreniyor."

Katılımcı 11: "Şimdiki koşullarda gelen turist profilinin büyük kısmı haftalık paket turlarının ilginç bir ayağı olarak höyüğü ziyaret etmektedir. Göbekli Tepe'nin gerçek ziyaretçileri - çok az bir bölüm hariç - henüz gelememiştir. Bu olası ziyaretçi profiline ulaşmayı henüz beceremedik."

Katılımcı 15: "Göbekli Tepe'ye gelen yabancı turist profili Kültür Turizmine ilgi duyan, orta yaş üzeri insanlardır ve Almanlar birinci sırayı oluşturmaktadır."

Katılımcı 17: "Göbekli Tepe çok az acentelerin tur programında yer almaktadır. Ayrıca bilinçli olarak küçük guruplar halinde gelenler bulunmaktadır. Bir de orası hakkında hiç bir bilgisi olmadan birilerinin tavsiyesi ile giden meraklı guruplar bulunmaktadır. "

- **Göbekli Tepe'de Anlatım Yapan Rehberlerin Değerlendirilmesi**

Göbekli Tepe  ren yeri vermiş olduğu arkeolojik buluntular ile dünya kültürel mirası açısından son derece önemli olmakla beraber bu değerlerin aktarımı da büyük önem taşımaktadır. Bu noktada profesyonel turist rehberlerinin etkisi oldukça önem arz eden bir husustur. Zira Göbekli Tepe'yi bütün boyutları ile anlatması gereken bir rehberin, geniş bir bölge coğrafyası, Anadolu arkeolojisi ve Anadolu'da dinler tarihi birikimi olması gerekmektedir. Bunun temel sebebi ise bölgede anlatım yapacak olan rehber öncelikli olarak bu  ren yerinin neden ve nasıl kronolojik bilgilerimizi değiştirdiğini karşısındaki gruba aktaracak arkeolojik birikim yanında, dikilitaşlarda zengin bir sembolik dil kullanılarak anlatılan hayvan motiflerini, farklı mitolojilerdeki motifler ile veya günümüz semavi dinlerinde simgesel hale gelmiş diğer motifler ile bağlantılar kurarak anlatması gerekmektedir. Ancak bu şekilde çok boyutlu bir anlatım ile Göbekli Tepe'ye gelen turist tam olarak bölgenin neden  ssiz bir destinasyon olduğunu anlayacak ve bunu yakın çevresine anlatarak yakın çevresinin de bölgeye gelmesini sağlayacaktır. Bu sebeple Göbekli Tepe'de verilen rehberlik hizmeti henüz yeni sayılabilecek bu destinasyon için fevkalade önemlidir.

Çalışma kapsamında görüşmeye katılan uzmanlara, bölgedeki turist rehberleri ile ilgili fikirleri sorulmuştur. Yeterli donanıma sahip olup olmadıkları, turlar sonrası acentalara yapılan geri bildirimlerin memnuniyet düzeyi öğrenilmek istenmiştir. Alınan yanıtlar ağırlıklı olarak rehberlerin henüz olması gerektiği düzeyden uzak oldukları, eksik bilgileri yanlış mitolojik efsaneler ile donatmaya çalıştıkları yönünde olup, bölgede çok fazla rehber olmamasından kaynaklı kaçak rehberliğin de olduğu yönündedir.

Katılımcı 7: "Yakın zamana kadar maalesef yeterli seviyede olmayan rehberlerimiz özellikle son dönemde Şanlıurfa'da yapılan bilgilendirme seminerleri ve toplantıları sonrasında daha iyi bir seviyeye çıkmıştır. "

Katılımcı 15: "Rehberlerin Göbekli Tepe'yi başarılı bir şekilde anlattıklarını düşünmüyorum. Çoğu kez şahit olduğum kadarıyla bilimsel gerçeklerden uzak, efsane ve hikâyeler anlatıyorlar. Kazılar ilerledikçe, her sene ortaya yeni buluntular çıktıkça Göbekli tepe insanların ilgisini çekmektedir. Kazıların önümüzdeki 50-60 yıl daha süreceği düşünüldüğünde Göbekli Tepe'nin dünyayı 50-60 sene daha meşgul edeceği ve insanların ilgisini çekmeye devam edeceği kaçınılmaz olacaktır."

Katılımcı 17: " Göbekli Tepe'yi rehberlerin başarılı bir şekilde anlattıklarını düşünmüyorum. Çünkü turların çok kısa zamanları bulunmakta. Ayrıca bölgesel rehber eksiği bulunmaktadır. Bazı gruplar ise rehbersiz gitmektedir. Rehbersiz gidenlere Göbekli Tepe'de rehberlik hizmeti verilmemesi de önemli bir eksikliktir"

Katılımcı 18: "Kesinlikle yeterli bulmuyorum. Biz rehberlik mezunları 4 yıl farklı alanlarda dersler görüp yeterli dil bilgisine sahip bir şekilde mezun olurken Şanlıurfa'da çalışan çoğu rehberin bölgesel kurlar ile 6 aylık eğitim neticesinde rehber olduğunu görmekteyiz. Bizim bölümümüz bile daha açılmadı. Düşünün Şanlıurfa gibi bir yerde turizm rehberliği bölümü hala yok. Gözlemlerim genellikle acentanın rehberi Şanlıurfa'ya geldiğinde talep ettiği yönünde ve bu noktada rehberlerin nitelikleri çok önemli."

Şanlıurfa destinasyonunun tanıtımında, ilerde bu gün üstlendiği rolden çok daha fazlasını üstleneceğine kesin gözüyle bakılan kazı alanı ve ören yeri Göbekli Tepe'nin, güçlü ve zayıf yönlerini ile fırsat ve tehditlerine yönelik GZFT analizi aşağıdaki gibidir.. Araştırma kapsamında toplamda 18 katılımcının katıldığı görüşmeler sonucunda edinilen fikirler, bölgede yapılan gözlemler, Göbekli Tepe ile ilgili çıkan görsel ve yazılı basın ile literatür incelemeleri, aşağıda yapılmış olan analizin temel dayanağını oluşturmaktadır.

3.6.1. Göbekli Tepe'nin Güçlü Yönleri

- Lojistik olarak şehre bağlanan kara yollarının son yıllarda düzenlenmiş olması ve şehre ulaşımın bu açıdan artık sorun teşkil etmemesi,
- Şanlıurfa GAP Havalimanı'nın aktif bir şekilde çalışıyor olması, ulusal ve uluslararası uçuşların bölgeye yapılması sayesinde uzak bölgelerden gelen turistlerin karayoluna mecbur kalmadan hava yolu ile doğrudan bölgeye gelebilme şansı alternatifi sunması,
- Yerel yönetimlerin ve bölgedeki turistik işletmelerin Göbekli Tepe'nin önemi hususundaki farkındalığı,
- Yılın 303 günü güneş alan bir şehirde olması sebebi ile turizmin mevsimsel özelliğinden çok etkilenmeyecek yapıda olması,
- Kazıların öneminin uluslararası boyutta anlaşılmış ve bilimsel literatüre "en eski tapınak" olarak geçmesi,
- Alman Arkeoloji Enstitüsü önderliğinde giden kazıların arkeoloji alanında bilimsel yayınlar ile devamlı desteklenmesi, kazının son derece profesyonel bir ekip ile devam etmesi,
- Kazıların hala devam etmesi ve her sene yeni buluntular çıkması ile turistlerde merak uyandırıcı gizemli bir destinasyon imajı sunması,
- Dünyaca ünlü basın-yayın organlarının ilgi odağında olması ve konuyla ilişkin her sene yeni bulgulardan hareketle dergilere ve belgesellere kapak ve konu olan bir imaja sahip olması
- Bulunmuş olduğu şehrin dinler tarihi açısından oldukça önemli bir yer olması ve destinasyonun bu niteliği daha eski çağlara taşıyarak cazibe özelliğini arttırması
- Bulunmuş olduğu destinasyonun, kültürel açıdan zengin olması, mutfak kültüründen toplantı kültürüne turistlerin ilgisini çekebilecek inanç turizmi yanında kültür turizmine de son derece elverişli etnografik öğelere sahip bir destinasyonda bulunması,
- Acentalarca düzenlenen kültür turlarında neredeyse vazgeçilmez bir tur noktası haline gelmesi,

- Ören yerine gelen turist profilinin eğitim seviyesi yüksek, bilinçli ve bölgede harcama yapma potansiyeli yüksek turistlerden oluşması

3.6.2.Göbekli Tepe'nin Zayıf Yönleri

- Yerel yönetimlerce önemi kavranmış olsa da gerekli alt yapı çalışmaları ile desteklenmemiş olması, şehirde gerekli otopark hizmeti, ören yerini tarif eden tabelalar, tuvalet, çöp gibi hizmetlerin eksikliği,
- Yerel işletmelerde turizm mantığının henüz oturtamaması, Göbekli Tepeyi görmek için gelen turistlere hitap eden bir hizmet sektörünün şehirde yapılanmasının eksikliği,
- Göbekli Tepe'nin öneminin ve ileride bölgeye sağlayacağı kalkındırma potansiyelinin yerel halka anlatılamamış olması, konu ile ilgili herhangi bir çalışma veya projenin olmaması,
- Arkeoloji bölümleri dışında kazıların üniversitelerin diğer anabilim dallarınca çok tanınmaması, konu ile ilgili multidisipliner akademik yayınların kısıtlı olması,
- Tanıtımların eksik ve yetersiz yapılıyor olması,
- Ören yeri ve çevresinde basit bir hediyelik eşya dükkanı dışında özellikli ve alışveriş yapmaya yöneltecek donanımda bir hediyelik eşya dükkanının bulunmaması,
- Göbekli Tepe'yi hak ettiği şekilde anlatacak ve turistleri bilgilendirecek rehber sayısının az olması,
- Göbekli Tepe'nin tam olarak bir marka haline gelememiş olması, "T" şekilli dikilitaşların markalaşma potansiyelinin yoğun bir şekilde kullanılmaması

3.6.3.Göbekli Tepe'nin Fırsatları

- Özellikle son dönemde Türkiye turizm politikalarının sahillerden iç bölgelere yoğunlaşması,
- Alternatif turizm çeşitlerinin giderek daha çok ilgi görmesi ile beraber kültür ve inanç turizmi rotaları içeren paket turların satışının artması,
- Göbekli Tepe imajının giderek daha bilinir hale gelmesi ile ören yerinin destinasyona daha fazla turist çekme potansiyeli,

- Göbekli Tepe için gelen turist sayısı arttıkça Şanlıurfa destinasyonun daha fazla bilinmesi sağlanarak bölge halkının turizmden daha fazla yararlanma olanağının artacak olması,
- Henüz ortaya çıkartılmamış ve sayısı ondan fazla olduğu tahmin edilen tapınakların varlığı ve bu gizem duygusunun yarattığı cazibe,
- Şanlıurfa şehrinin "Peygamberler Şehri" imajından "Dinlerin Doğduğu Nokta" imajına doğru gitme potansiyeli
- Yakın zamanda açılacak olan Halepli Bahçe Mozaik Müzesi ile çıkarılan buluntuların daha profesyonel bir müzecilik anlayışı ile sergilenecek olması ,
- Uluslararası tanınırlılığı konusunda çok iyi bir çıkış yakalaması
- Kazı alanının ileriki dönemlerde vereceği buluntular ile ilgili oluşan pozitif algı,

3.6.4. Göbekli Tepe'nin Tehditleri

- Göbekli Tepe veya diğer arkeolojik alanlar ve bunların turistik potansiyeline yönelik bölgesel bilinçlendirme olmaması kaynaklı olarak bölgede gelişmemiş olan sürdürülebilirlik anlayışı,
- Turizm bilincinin kentte oturmamış olması sebebi ile kurumlar arası koordinasyon eksikliği,
- Bölgede kaçak rehber kontrolü yapılmaması sebebi ile Göbekli Tepe'de kaçak rehberlik faaliyetlerinin gerçekleşmesi ve ören yerine dair yanlış bilgi aktarımı,
- Yanlış turizm politikaları ile bölgenin gelişmemesi ve beklenen potansiyele ulaşmasının önünü kesilmesi,
- Bölge coğrafyasının politik dengesizliklerinin turistte yaratması muhtemel tedirginlik hissi

3.7. Araştırma Bulguları

Kar topu yöntemi ile belirlenen toplam 18 adet uzman ile görüşülen bu çalışmada uzmanlar, Şanlıurfa'da aktif olarak yaşayan ve bölge turizmi ile ilgili fikir beyan edebilecek donanıma sahip kişiler arasından ve ülke çapında turizm birliklerinin

yönetim kadrosundan seçilmiştir. Seçilen uzmanların aktif olarak turizm ile veya Göbekli Tepe ile alakalı olan üst ve orta dereceli yöneticiler, akademisyenler ve birlik başkanı veya yönetim kurulu üyeleri olmalarına dikkat edilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmeler ile alan araştırması tamamlanan çalışma, görüşmelerden, bölgede yapılan gözlemlerden, Göbekli Tepe ile ilgili çıkan görsel ve yazılı basın ile literatür incelemelerinden hareket ile yapılmış bir GZFT analizi ile sonlandırılmıştır.

Yapılan GZFT analizi çerçevesinde şu bulgulara ulaşılmıştır:

- Göbekli Tepe, Şanlıurfa ve turizm konusunda uzman katılımcıların vermiş olduğu bilgiler hususunda bir inanç merkezi ve inanç turizmi noktası olarak algılanmakta ileride de buradan hareketle bir imaj oluşturulması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.
- Henüz tem anlamı ile sahip olduğu potansiyele ulaşmamasına ve kazılarının tamamlanmamasına rağmen Göbekli Tepe bu gün kendi turistini şehre çekmeye başlamıştır. Sadece ören yeri için şehre gelen, gezi rotasını Şanlıurfa'dan geçiren gruplar ve münferit turistler bulunmaktadır.
- Turistik gelir açısından Göbekli Tepe henüz tam anlamı ile kullanılmamaktadır. Göbekli Tepe ile ilgili hediyelik eşya çok sınırlıdır. Bunları kolayca bulmak mümkün olmadığı gibi ören yerinde de bu konuda doyurucu bir hizmet sunulmamaktadır.
- Göbekli Tepe kazıları inanç turizmi açısından son derece önemli bir şehir olan Şanlıurfa'nın bu niteliğini geliştirecek, çok daha derin temellere oturtacak bir yapıda olmakla beraber gelecek dönemde Şanlıurfa isminin önüne geçebilecek bir potansiyele sahiptir.
- Göbekli Tepe ören yeri, yerel yönetimler, özel işletmeler ve bölgedeki üst ve orta kademe yöneticiler tarafından en azından asgari ölçüde değeri bilinilen bir yer olmakla beraber şehir içindeki kurumlar arası koordinasyonsuzluk destinasyon imajına olumsuz etki etmektedir. Bu olumsuz etkinin temel sebebi alt yapının tamamlanmamış olmasından kaynaklıdır. Bölgeye gelen turistin olumlu düşünceler ile Şanlıurfa'dan ayrılması için şehir içerisinde

gerekli yönlendirme ve bilgilendirilmelerin yapılması gerekmekte, tur otobüslerinin park yerleri ve tuvaletler inşa edilmelidir.

- Şehirdeki konaklama sektörü yeni gelişmektedir. Göbekli Tepe gibi bir değer keşfinden sonra zincir ve beş yıldız oteller bölgeye açılmaya başlamış, yatırımcıların ilgisini çekmiştir. Fakat mevcut durum turistik işletmeler arasında da bir koordinasyonsuzluğu işaret etmektedir. Turizmin hizmet sektörü olması sebebi ile standart hizmet vermek belirli bir seviyeye kadar mümkün olmaktadır. Fakat turistik destinasyonların kendi içlerinde oluşturdukları örgüt içi kültür ile o bölgede birbirine benzer hizmet veren işletmelerin aynı orijinde hareket etmeleri sonucunda, turiste bir belirli ölçüde standart hizmet sunabilmektedir. Henüz buna benzer bir yapılanmayı Şanlıurfa da gözlenmemektedir. Turizm işletmeleri ile beraber yerel esnaf da henüz turizm kavramına tam olarak entegre olamamıştır.
- Yerel halkın Göbekli Tepe konusunda gerekli donanımına sahip olmadığı gözlenmiştir. Bu durum uzun vadede önemli bir sorun olarak karşımıza çıkabilecek bir husustur. Zira bölgede her sene gelen turist artacağı yönünde bir eylem varken halkın bu turist artışının bilincinde olması ve kendisini hazırlaması gerekmektedir. Dahası halk gelen turistin neden geldiğinin bilincinde olmalıdır. Bu şekilde bilinçli ve sürdürülebilir bir ilke ile turist bölgesel kalkınmaya etki etmesi sağlanabilir. Aksi durumda turisti rahatsız edecek derecede ona yerel ürün satmaya çalışan hatta duruma göre zorlayan yerel satıcı imajının zaman içerisinde bölgede oluşması uluslararası tanıtım ve imaj açısından son derece zararlıdır. Bu konularda oldukça hassas olan turistler günümüz bilgi teknolojilerini de kullanıp yaşadıkları olumsuz durumları o anda internet üzerinden paylaşabilmektedirler.
- Bölgede rehberler yeterince donanımlı olmamakla birlikte kaçak rehberli turların da varlığı imaj açısından önemli bir sorundur.
- Bölgede yetersiz rehberin bulunması ve mevcut rehberlerin donanım hususunda istenilen seviyede olmaması şehirde "Turizm Rehberliği" bölümünün gerekliliğini ortaya koymaktadır. Göbekli Tepe gibi bir ören yerine kısa süreli bölgesel kurslar ile yetişen rehberler yerine akademik

eğitimden geçmiş ve en az iki yıl bu eğitimi almış rehberlerin hizmet etmesi gelecek vaat eden bu potansiyel için oldukça önemli görülmektedir.

- Gerekli tanıtım kampanyaları, bilgilendirme amaçlı kampanyalar yürütülmemektedir. Bu da etkin bir kampanya ile ülke bazında yaratılacak bir farkındalığı geciktirmektedir.

Bu tez çalışması kapsamında yapılan değerlendirmeler sonucunda yerel yönetimlere, sektöre, turizm birliklerine ve yerel halka aşağıdaki öneriler yapılmıştır:

- **Yerel Yönetimlere Yönelik Öneriler**

Yerel yönetimler öncelikle şehrin yaşadığı alt yapı sorununu turizm beklentilerinden hareketle ileriki dönemlerde bu konularda yaşanması muhtemel sorunlar üzerinden hareket ederek çözüm getirmeli. Şehir içerisinde gerekli yönlendirmeler ve bilgilendirme panoları sık bir şekilde asılmalı, Göbekli Tepe ören yerine olan yönlendirmeler sıklaştırılmalı.

Halka çeşitli toplantılar ile Göbekli Tepe'nin önemi anlatılmalı. Yerel atölyeler kurularak bölge halkına istihdam sağlama amaçlı hediyelik eşya üretimi öğretilip yöresel el sanatları ve Göbekli Tepe konseptli el işi ürünler bölgede satılarak bölgesel kalkınmaya yarar sağlanmalı

Göbekli Tepe konulu kongre, sempozyum ve paneller düzenlenmeli ve bu toplantıların sonuç bildirileri basılarak dağıtılmalı, konu ile ilgili akademik yayınlar özendirilmeli.

Okullarda özel Göbekli Tepe turları düzenlenmeli. Yakın coğrafyalarda günübirlik turlar, uzak bölgelerde en az bir gece konaklamalı ve bölge kültürünü öğrencilere aktaracak nitelikte tur programları organize edilmeli.

- **Turizm İşletmeleri ve Turizm Birliklerine Yönelik Öneriler**

Bölgedeki turizm işletmeleri ortak bir misyon ile hareket etmeli. Bölgeye yatırım yapmayı düşünen yatırımcılar öncelikli olarak sürdürülebilir ve çevreye saygılı politikalar ile işletmelerini inşa etmeli, işletme içerisinde Göbekli Tepe konsepti ürünler, otantik bir dizayn ile birleştirilerek kullanılmalı.

Oteller, acentalar ve rehberlere ait birlikler ve meslek odaları ortak amaçlar ve çıkarlar çerçevesinde iş birliği yaparak çalışmalıdır. Ortak projeler geliştirilip yerel yönetimlere kılavuzluk edilmeli.

Acentalar bölgede kaçak rehber çalıştırmaktan vazgeçmeli. Tur hizmetlerini bakanlığın uygun gördüğü yasal günlük tur ücretlerini ödedikleri profesyonel turist rehberlerine yaptırmalı.

Rehberler birliği ve odalar Göbekli Tepe konulu seminerler düzenleyerek rehberlerine uzmanlık eğitimi vermeli. Böylece gelen turistlere Göbekli Tepe tüm değerleri ile birlikte anlaşılır ve net bir şekilde anlatılmalı.

- **Yerel Halka Yönelik Öneriler**

Bölge halkı ilk olarak Göbekli Tepe'nin inanç açısından önemini anlayarak, ileride bölgeye gelmesi muhtemel turiste hazırlanmalı. Göbekli Tepe'nin korunması konusunda öncü olmalı ve bu mirası korurken sadece Göbekli Tepe ile sınırlandırmayıp şehirdeki kültürel mekanları, ören yerlerini, sit alanlarını gönüllü olarak gözetmeli ve gelecek nesillere taşımalı.

Geçmişten gelen somut olmayan kültür varlıklarının bilincine vararak bunu bir ürüne dönüştürme yoluna gitmeli ve sürdürülebilir ilkeler çerçevesinde hareket etmelidir.

Bölgeye gelen turistin kendisi için ne kadar önemini kavrayıp turistleri sıkmadan, onları rahatsız etmeden turizm faaliyetlerinden yararlanma yoluna gitmelidir.

SONUÇ

İnsanları seyahate yönelten pek çok sebep olmakla beraber inanç bunlar içerisinde en önemlilerinden biri sayılabilir. Kişinin kendini tamamlaması veya inandığı dinin gerekliliklerini yerine getirmek amacıyla seyahate yönelmesi, dinlenme veya kültürel amaçlı seyahat aktivitelerinden farklı olmakla beraber doğrudan kişinin iç dünyası ile bağlantılı olması sebebi ile ikamesi diğer alternatif turizm çeşitlerine göre çok daha kısıtlı hatta bazen imkansızdır.

İnanç turizmi de bu bağlamda önemli bir turizm şekli olarak karşımıza çıkmaktadır. Fakat literatürde kapsamı hususunda var olan belirsizlik olmasına karşın bu güne kadar yapılan inanç turizmi konulu tez çalışmalarının yönü inanılan dinler üzerinde yoğunlaşmıştır. Genel olarak araştırmacılar mensubu olmadıkları dinin inanç merkezlerine olan seyahatleri kültür turizmi olarak kayda geçmektedir. Oysa inanç kavramı ve bu kavram üzerinden kişinin kendisini bulma çabası ve ruhani açıdan huzura ermesi sadece kendi dinini dogmaları üzerinden gerçekleşeceği şeklinde bir kesinlik yoktur. Farklı dinlerin kutsal merkezleri de insanların inanç hususunda duygularını etkileyebilir ve sadece tek bir din merkezli bakış açısı kabul edilemeyebilir. Tıpkı Budist olmadıkları halde farklı arayış içerisindeki insanların belki de bir şeylere inanma ihtiyacından dolayı Tibet, Hindistan gibi coğrafyalara yolculukları ve bu bölgelerde belirli süre konaklamaları ile turistik bir hareket içerisindeyken aynı zamanda doğduğu andan itibaren inandığı dine ait olmayan başka inanç merkezlerinde kendini araması gibi. Bu turistik aktivitenin kültürel olmadığı ortadadır. Bu sebeple çalışma semavi dinler öncesi inanç merkezlerini de inanç turizmi kapsamına alması açısından önem teşkil etmekte ve bir yol açmaktadır.

İnanç Turizminin Turistik Destinasyon Pazarlamasındaki Yeri ve Önemi: Göbekli Tepe Örneği isimli bu tez çalışması da buradan hareketle ortaya çıkmış bir çalışmadır. Göbekli Tepe'nin bilimsel literatüre en eski tapınak olarak geçmesi bu açıdan oldukça önemlidir. Dinlerin birbirlerini etkilediği ve yok olan dinlerin kimi ana hatlarının kendisinden sonra ortaya çıkmış inançları da etkilediği, hatta temelini oluşturduğu kabul edilen bir gerçektir. Göbekli Tepe bu noktada büyük önem arz etmektedir zira oldukça zengin ve henüz çok azı anlaşılabilmiş bir semboller zinciri

sunan ören yerinin T şekilli dikilitaşlarının kabartmaları, günümüze kadar ulaşmış pek çok mitoloji ile birbirine bağlı benzerlikler sunmaktadır. Bu bağlantıların zaman içerisinde semavi dinlerle de ilişkiye geçmesi sürpriz olmayacaktır. Öte yandan daha şimdiden, turna sembolü gibi 12 dikilitaştan oluşan merkezi tapınak gibi günümüz inançları ile çeşitli bağlantılar kurulacak noktalarda gözlenmektedir.

Dolayısı ile kazılar henüz sürme aşamasındayken semavi öncesi dinlere ait bu mekanının inanç turizmi ile bağlantılı bir şekilde, sürdürülebilir turizm politikaları ile topluma kazandırılması büyük önem arz etmektedir. Çünkü bu değer ne kadar uzun süre korunarak kalırsa o kadar uzun süre üzerinde araştırmalar yapmak mümkün olacak, yukarıda bahsettiğimiz birbiri ile ilişkili inançlar düşüncesi kendisini günümüze kadar hissettirecektir. Ayrıca turistik olarak faydalanmak ve gelir sağlama yolu açılacak ve bölgesel kalkınmaya da özellikle ilerleyen dönemlerde ciddi anlamda yararlar sağlayacaktır.

İnanç turizminin potansiyelinin varlığı bir destinasyon içinde son derece önemlidir. İkamesi kolay olmayan bir alternatif turizm çeşidine sahip olmak rekabetçi turizm endüstrisinde zor bulunan bir fırsattır. Bu fırsatları da destinasyonlar bölgesel kalkınma için en iyi şekilde değerlendirmeleri gerekmektedir. Çalışmanın odak noktasını oluşturan Göbekli Tepe'nin bulunduğu Şanlıurfa ili bu bağlamda yeterli arzı sunmayan, henüz eksiklikleri olan ve ileride artması muhtemel Göbekli Tepe turistine hazır bir görüntü vermeyen bir destinasyon durumundadır. Yerel yönetimler hem Göbekli Tepe'yi turizme sürdürülebilir politikalar içinde hazırlamalı hem de bu güne kadar değerlendirilememiş turistik kültürel değerler içinde çalışmalar başlatarak, artması beklenen yabancı turiste bu ürünleri de birer arz unsuru olarak sunabilmelidir.

İnanç turizmi konusunda çalışacak yeni araştırmacılar, bu çalışma ile birlikte semavi olmayan inanç turizm merkezlerine yönelebilirler. Bu noktaların bulundukları destinasyonlara olan etkileri ele alınabilir.

Arkeoloji dışındaki diğer bilim dalları hususunda henüz bakir bir alan olan Göbekli Tepe'de turistlerin algılarına yönelik araştırmalar yapmak, ilerleyen dönemde destinasyonun şekillenmesinde ve turistik arzın oluşturulması sürecinde yararlı

olacaktır. Aynı şekilde ören yerinin sürdürülebilirliği açısından taşıma kapasitesi hususunda da çalışılmasına ihtiyaç vardır.

Son olarak bu çalışmanın alanı genişletilerek sadece Şanlıurfa ili olarak değil genel olarak tüm Güneydoğu Anadolu bölgesi merkezli, inanç turizminin destinasyonların pazarlanmasına olan bölgesel kalkınma üzerine etkileri temalı çalışmalar, bölgenin henüz tam anlamı ile kullanılmayan diğer inanç merkezlerine olan ilgili artmasında itici bir güç olabilirler.

KAYNAKÇA

- ADAM, B.: 2010 "Yahudilik" İçinde: **Yaşayan Dünya Dinleri**, Ed: Gündüz, Ş., Ankara, Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 3. Baskı
- AKDERİN, F.: 2012 **Hesiodos, İşler ve Günler, Tanrıların Doğuşu**, İstanbul, Say Yayınları.
- AKSOY, M.: 1998 **Türkiye’de İnanç Turizmi ve Seyahat Acentelerinin İnanç Turizmine olan İlgilerine Yönelik bir Araştırma**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- AKSÖZ, O.: 2010 **Turizm Pazarlamasının Organizasyonunda Destinasyon Pazarlama Örgütleri ve Türkiye İçin Uygun Örgüt Yapısının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü ,
- ALBAYRAK, A.: 2013 **Alternatif Turizm**, Ankara, Detay Yayıncılık.
- ARIKAN, R.:2011 **Araştırma Yöntem ve Teknikleri**, Ankara, Nobel Yayınevi
- ARKEOLOJİ HABER Çevirimiçi, Erişim Tarihi: 17.12.2013, <http://arkeolojihaber.net/>

- ARSLANTÜRK, Y.,
ALTINÖZ, Ö.
BÜLBÜL, S.
GÜRAL, F.:2013
- “İnanç Turizmi ile ilgili Türkiye’de Yapılan Akademik Çalışmaların İncelenmesi”, The International Conference on Religious Tourism and Tolerance, 9-12 Mayıs, Konya, s. 815-824**
- ATAY, L.: 2003
- Turistik Destinasyon Pazarlaması ve Bir Alan Uygulaması**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- AYVAZOĞLU, A.,
KIRMIZI, H.
KÖSE, İ: 2008
- Pratik Anadolu Rehberi**, Ankara, Detay Yayıncılık.
- BAHAR, O.,
KOZAK, M.: 2012
- Turizm ve Rekabet**, Ankara , Detay Yayıncılık.
- BAŞÇI, A.: 2011
- Türkiye’de İnanç Turizmi Kapsamında Aziz Pavlus’un Yeri Önemi ve Turistik Ürün Potansiyelinin Değerlendirilmesinde Tanıtım Faaliyetlerinin Rolü**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara., Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü,
- BAŞER, B.,
BAŞÇI, A.: 2012
- "İnanç Turizmi Kapsamında Aziz Pavlus Evinin Önemi ve Tanıtım Faaliyetlerine İlişkin Ziyaretçi Görüşlerinin Değerlendirilmesi"**, **Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi** Cilt:9./19 s. 423-443.
- BATMAN, O.,
ÇINAR, S.: 2005
- “Türkiye’de İç Turizm Açısından İnanç Turizmi”, III. Uluslar Arası Türk Dünyası Sosyal Bilimler Konferansı**, 2005, 5-9 Haziran, Kırgızistan

- BEKİRYAZICI, E.:2006 "Hermetizm'in Ş. Sührevedi Gelsefesine Geçiş Yolu Olarak Harran", İçinde: **I. Uluslararası Katılımlı Bilim Din ve Felsefe Tarihinde Harran Okulu Sempozyumu**, Ed: Bakkal, A. ,28-30 Nisan 2006, s. 167-176, Şelale Matbaa, Konya
- BIBLE.COM Aziz Pavlus 2. Yolculuğu, Çevirimiçi, Erişim Tarihi: 07.12.2013, <https://bible.org>,
- BİNGÖL, Z.:2007 **Anadolu'da İnanç Turizmi**, Ankara, Detay Yayıncılık.
- BUHALİS, D.: 2000 Marketing The Competetive Destination Of The Future, **Tourism Management**, Cilt: 21/ 97-116
- ÇAKMAK, T. F.: 2013 “İnanç Turizminde Göbekli Tepe'nin Yeri ve Önemi”, **The International Conference on Religious Tourism and Tolerance, 9-12 Mayıs, Konya, s. 815-824.**
- ÇELİK, B.: 2008 **Arkeoloji'de Urfa**, Şanlıurfa Valiliği İl Kültür ve Turizm Yayınları, İstanbul
- ÇELİK, A.: 2009 **Destinasyon Pazarlama Unsuru Olarak Etkinlik Turizmi ve Etkileri İstanbul Örneği**, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisan Tezi, Ankara
- ÇETİNER, M.: 2012 **Şanlıurfa ve İlçelerinde Bulunan Tarihi Konaklar**, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Van

- ÇEVRE VE ŞEHİRCİLİK BAKANLIĞI Çevirimiçi, Erişim Tarihi: 02.05.2014, <http://www.csb.gov.tr/iller/sanliurfa/>
- ÇONTU, M.: 2006 **Alternatif Turizm Çeşitleri ve Kızılcahamam Termal Turizm Örneği**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Bolu, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, s. 16
- DEĞİRMENCİOĞLU, A. **Anadolu'da Turizm Rehberliği Temel Bilgileri**, Ankara , Gazi Kitapevi, 5. Baskı
- Ö., AHİPAŞAĞLU, S. : 2008
- DACKO, G.: 2008 **The Advanced Dictionary of Marketing Putting Theory to Use**. Oxford University Pres.
- DHMI :2014 <http://dhmi.gov.tr>, Çevirimiçi, Erişim Tarihi: 12.06.2014
- DOĞAN, Z.: 2004 **Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri**, Ankara, Detay Yayınevi
- DURU, R.: 2007 "The Belief Systems in The Pre-Monothest Religions Era in Anatolia and Some Thoughts on Faith Tourism", **İnanç Turizmi Günleri III 12- 14 Mayıs 2006 İstanbul Türkiye**, İstanbul. Şubat Yayıncılık Muka Matbaacılık, s.209
- DÜNYA DİNLERİ HARİTASI Çevirimiçi, Erişim Tarihi: 20.12.2013, <http://qatarconferences.org/interfaith2011/>
- DÜNYA DİNLERİ NÜFUSU Çevirimiçi, Erişim Tarihi: 20.12.2013, <http://www.wholesomewords.org>,

- EKİNCİ, A.: 2008 **Harran Mitolojisi ve Tarihi**, İstanbul, Şanlıurfa Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları
- EKİNCİ, A.: 2012 **Müze Şehri Urfa**, Ankara, Şanlıurfa İl Kültür Turizm Müdürlüğü Yayınları,
- ELIADE,M.: 2007 **Dinsel İnançlar ve Düşünceler Tarihi**, Çev: Ali Berktaş, İstanbul, Kabalcı Yayınları, 2. Baskı
- ERBAŞ, A.: 2002 "İslam Dışı Dinlerde Hac", **Sakarya Üniversitesi İlahiyat Dergisi**, Cilt: 5, s. 97-121.
- EROL, R.: 1976 **Kur'an ve Turizm**, İzmir, Neşriyat ve Matbaacılık.
- GAP: 2014 Çevirimiçi, Erişim Tarihi: 12.06.2014, [http:// gap.gov.tr](http://gap.gov.tr),
- GİRESUN TİCARET İL MÜDÜRLÜĞÜ Çevirimiçi, Erişim Tarihi: 12.06.2014, <http://www.giresun.gtb.gov.tr>,
- GÜNDÜZ, Ş.:2010 "Dinin Anlam ve Değeri", İçinde: **Yaşayan Dünya Dinleri**, Ed: Gündüz, Ş., Ankara, Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 3. Baskı
- GÜRÜ, E.: 2006 **Turizm Sektöründe Müşteri Tatmini ve Şanlıurfa Örneği**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bolu, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
- HARİTA GENEL MÜDÜRLÜĞÜ <http://www.hgk.msb.gov.tr/> Çevirimiçi, Erişim Tarihi: 01.05.2014

- HAUPTMANN, H.
SCHMIDT, K.: 2007 "Göbekli Tepe Yuvarlar Yapılar ve Kabartmalar"
İçinde: **1200 Yıl Önce Anadolu'dan Avrupa'ya Yolculuğun Başlangıcı Neolitik Dönem**, Ed: Neziha Başgelen, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları
- KARACADAĞ
KALKINMA AJANSI,
2011 http://karacadag.org.tr/Sayfa/Kültür-Turizm_Mevcut_Durum_Raporu_04.03.pdf, Çevirimiçi,
Erişim Tarihi: 24.05.2014
- KARACOŞKUN, M. D.:
2004 "Dini İnanç-Dini Davranış İlişkisine Sosyo-Psikolojik Yaklaşımlar", **Din bilimleri Akademik Araştırma Dergisi**, Cilt: IV, Sayı: 2, s. 23-35 .
- KAYA, H.: 1999 **Uluslararası Politik Derinliklerde Anadolu 2000, Bursa, Özsan Matbaacılık.**
- KAYIKLIK , H.: 2005 "Psikolojik Açıdan İnanç, İman ve Şüphe", **Ankara Üniversitesi İlâhiyat Fakültesi Dergisi**, Cilt: 46 Sayı: 1, 2005, s. 133-155.
- KAYIKLIK, H.: 2009 **Tasavvuf Psikolojisi**, Ankara, Akçağ Yayınları.
- KOZAK, N.: 2006 **Turizm Pazarlaması**, Ankara, Detay Yayıncılık,
- KOZAK, N., KOZAK,M.,
KOZAK,M.:2 012 **Genel Turizm**, Ankara, Detay Yayıncılık, 12. Baskı
- KOZAK, 2014 **Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayımlar Teknikleri**, Ankara, Detay Yayıncılık
- KUR'AN,: 2004 Ankara, Türk Diyanet Vakfı Yayınları

- KURTOĞLU, M.: 2006 **Kültür Şehri Urfa Sanat-Edebiyat-Düşünce**, Ankara, Şanlıurfa Valiliği İl Kültür ve Turizm Yayınları
- KÜÇÜK, A., 2010 "İnanç Turizmi Açısından Türkiye", **Türkiye'de Dinler Tarihi Dünü Bugünü, Geleceği Sempozyumu** 04-06 Aralık 2009 ,s755-789
- KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI Çevirimiçi, Erişim Tarihi: 22.12.2013, <http://ekitap.kulturturizm.gov.tr/belge/1-15505/sanliurfa-yemek-gelenegi.html> ,
- KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI Çevirimiçi, Erişim Tarihi: 22.12.2013, <http://ekitap.kulturturizm.gov.tr/TR,80872/sanliurfa-halk-kulturunde-avcilik-ve-keklik.html>,
- KÜRKÇÜOĞLU, C., SARIFAKIOĞULLARI, H.:2002 **Adım Adım Şanlıurfa**, Ankara, Şurkav Yayınları
- KTBYATIRIM, 2014 Çevirimiçi, Erişim Tarihi: 21.12.2013, <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,10173/inanc-turizmi.html>
- MOILANEN, T., RAINISTO, S.:2009 **How to Brand Nadtions, Cities and Destinations**, Mcmillans, Hampshire
- MORGAN, N., PRITCHARD, A.: 2004 **Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition**, Elsevier, Oxford
- NTVMSNBC Çevirimiçi, Erişim Tarihi :02.06.2014, <http://www.ntvmsnbc.com/id/25331904/>

- OLALI, H.: 1963 **Turizm Teorisi ve Politikası**, İzmir, Endüstri Matbaacılık ve Ticaret
- OLGUNLU, A., 2010 **Ana Tanrıça'dan Mevlana'ya**, İstanbul, Kara Kutu Yayınevi,
- ÖZDEMİR, G.:2007 **Destinasyon Yönetimi ve Pazarlama Temelleri İzmit İçin Bir Destinasyon Model Önerisi**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
- ÖZDEMİR, G.:2008 **Destinasyon Pazarlaması**, Ankara, Detay Yayıncılık,
- ÖZDÖL, S.: 2011 Çanak Çömleksiz Neolitik Çağda Güneydoğu Anadolu'da Din ve Sosyal Yapı, **Tarih İncelemeleri Dergisi**, Cilt XXVI. Sayı 1, s.173-199
- ÖZGÜÇ, N.:1984 **Turizm Coğrafyası**, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Yayınları,
- PENDER, L.,
SHARPLEY, R.: 2005 **The Management og Tourism**, Sage Publications, London
- PIKE, S.: 2004 **Destination Marketing Organizations**, Elsevier, Amsterdam
- PRESENZA, A.,
SEHEHAN, L., RITCHIE, J.: 2004 **Towards A Model Of The Roles And Activities Of Destination Management Organizations**, World Tourism Organizations, Spain
- RIZAOĞLU, B.: 2007 **Turizm Pazarlaması**, Detay Yayıncılık , Ankara, 5.Baskı

- RIZVANOĞLU, S.,
SOYKAN, B., ASLAN, A :
2008
- Şanlıurfa Kültür Turizm Rehberi**, Şanlıurfa,
Şanlıurfa Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
Yayınları,
- SAGKULAK, Ş., 2011
- 19. Yüzyıl Sonlarında Osmanlı Topraklarında Yahudi Göçü**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Marmara Üniversitesi, Ortadoğu İktisadi Anabilim Dalı.
- SARGIN, S.:2006
- "Yalvaç'ta İnanç Turizmi", **Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt:16 Sayı: 2, s.1-18.
- SEEHER, J. 2011
- Hattuşa Rehberi, İstanbul, Ege Yayınları, 4.baskı
- SERÇEK, S .: 2011
- Bütünleşik Pazarlama İletişimi Çerçevesinde Türkiye'de İnanç Turizminin Geliştirilmesi, Mardin Örneği**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü,.
- SEVİN, V.:1982
- Frigler, İçinde: **Anadolu Uygarlıkları Ansiklopedisi**, Cilt 2, Ed: Dinçol, A. İstanbul, Görsel Yayınları
- SEVİN, V. : 2003
- Anadolu Arkeolojisi**, İstanbul, Der Yayınları,
- SEZGİN, O.: 2001
- Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı**, Ankara, Detay Yayıncılık,
- SCHMIDT, K.: 2007a
- "Göbekli Tepe" İçinde: **Türkiye'de Neolitik Dönem**, Ed: Başgelen, N., İstanbul, Arkeoloji ve Sanat Yayınları s.115-129

- SCHMIDT,K: 2007b **Göbekli Tepe**, Çev:Rüstem Aslan, İstanbul, Arkeoloji ve Sanat Yayınları
- SCHMIDT, K.: 2011 "Göbekli Tepe Kazısı 2010 Yılı Raporu", İçinde: **33. Kazı Sonuçları Toplantısı**, Ed: Dönmez, H. Ötgün, Ö. Malatya s.319
- ŞAHİNER, T.: 2012 **İnanç Turizmi Potansiyeli ve Halkın İnanç Turizmine Bakışı Açısından Karaman**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karaman, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.
- ŞANLIURFA BELEDİYESİ Çevirimiçi, Erişim Tarihi: 02.05.2014, <http://www.sanlıurfa.bel.tr/detay.asp?u=360&f=6&b=%7CMuzeler.html>
- ŞANLIURFA İL KÜLTÜR VE TURİZM MÜDÜRLÜĞÜ: 2014 Çevirimiçi, Erişim Tarihi: 06.04.2014, <http://www.urfakultur.gov.tr/TR,63062/e-hizmet.html>,
- ŞANLIURFA İL YILLIĞI .: 1997 **Her Yönüyle Şanlıurfa 97**, Şanlıurfa,Şanlıurfa Valiliği Yayınları
- TANDOĞAN, U., AVCI, E.: 2012 “Kuşadası’ndaki Seyahat Acentalarının İzmir’in İnanç Turizmi Potansiyelini Değerlendirme Performansı Üzerine Bir Uygulama”, **Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi**, Sayı:12, s. 17-33.
- TAYLOR, J.: 2000 **İmparatorların Başkenti İstanbul**, Çev: İnci Türkoğlu, İstanbul, Arkeoloji ve Sanat Yayınları,

- TEMREN, B.: 1998 “Din Antropolojisi Açısından İnanç ve Din olgusuna İlişkin Bir Değerlendirme”, **Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi**, Cilt: 38, Sayı: 1., s. 301-311.
- TEVRAT, 1996 İstanbul, Müjde Yayıncılık, 2. Baskı
- TOSKAY, T. :1989 **Turizm Olayına Genel Yaklaşım**, Der Yayınevi, İstanbul
- TURİZM STRATEJİSİ 2023,: 2004 Çevirimiçi, Erişim Tarihi: 29.12.2013, <http://www.ktbayirimisletmeler.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0>
- TÜRK DİL KURUMU Çevirimiçi, Erişim Tarihi: 02.04.2014, <http://tdkterim.gov.tr/bts/>
- TÜRK DİL KURUMU Çevirimiçi, Erişim Tarihi: 05.05.2014, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5380e83ad84094.86537380
- TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU 2011 Çevirimiçi, Erişim Tarihi: 01.05.2014, http://www.tuik.gov.tr/Kitap.do?metod=KitapDetay&KT_ID=0&KITAP_ID=180,
- TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU 2012 Çevirimiçi, Erişim Tarihi: 02.04.2014, www.tuik.gov.tr/ilGostergeleri/iller/SANLIURFA.pdf
- TÜRKKAN, C.: 1976 **Mitoloji**, Turizm ve Tanıtım Bakanlığı Yayınları, Ankara
- UNESCO Çevirimiçi, Erişim Tarihi: 01.06.2014, <http://whc.unesco.org/en/tentativelists/5612/>
- USTA, M.: 2005 **İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından İznik'in Değerlendirilmesi**, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi , Balıkesir, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,

- ÜNAL, A., 2003 **Hititler Devrinde Anadolu**, Cilt:1, İstanbul, Arkeoloji ve Sanat Yayınları
- ÜNAL A., 2013 “Eski Anadolu ve Hitit Dinleri”, **Aktüel Arkeoloji Dergisi**, Cilt:31, s. 96-113.
- ÜNLÜÖNEN, K.,
TAYFUN, A.,
KILIÇLAR, A. :2009 **Turizm Ekonomisi**, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım,
- VANHOVE, N., 2005 **The Economics Of Tourism Destinations**, Elsevier, Oxford
- VİRANŞEHİR Çevirimiçi, Erişim Tarihi: 19.12.2013, <http://viransehir.gov.tr>
- WYCHERLEY R.E., 1993 **Antik Çağda Kentler Nasıl Kuruldu**, İstanbul, Arkeoloji ve Sanat Yayınları
- YILDIRIM, A.,
ŞİMŞEK, H.: 2011 **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri**, Ankara, Seçkin Matbaa, 8. Baskı
- YILDIZ, S.: 2006 **Peygamberler Diyarı Urfa**, Ankara, Kare Yayınları,
- YILMAZ, A. A.:2010 **Dinler Tarihi**, Ankara, Alter Yayınları.
- YILMAZ,B.: 2000 **Türkiye’de Dini Turizm ve Meryem Ana Evi’nin Turistik Potansiyelinin Analizi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- YILMAZ, M.: 1988 **Kitabı Mukaddes Kur'an ve Turizm : Semavi Dinler Turizm İlişkisi ve Türkiye Açısından Değerlendirilmesi**, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi, Sosyal bilimler Enstitüsü,

YÜKSEL, A.

YÜKSEL, F.: 2004

Turizmde Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Ankara,

Turhan Kitap Evi

EK 1: Görüşme Formu

1. Yaşınız
2. Eğitim Durumunuz
3. Kaç senedir turizm sektöründe yönetici / akademisyen olarak çalışıyorsunuz?
4. Şanlıurfa turizminin durumuna dair genel bir değerlendirme yapar mısınız ?
5. Şanlıurfa'nın sahip olduğu doğal, kültürel ve inanç değerleri bölgenin önemli bir turistik destinasyon olması için yeterli mi ?
6. Şanlıurfa da turistik açıdan mevcut sorunlar sizce nelerdir?
7. Şanlıurfa'nın destinasyon bazında imajı sizce nasıldır ? Nasıl olmalıdır ?
8. Ulaşılabilirlik açısından Şanlıurfa yeterli şartlara sahip midir? Altyapısı Yeterli midir?
9. Göbekli Tepe Şanlıurfa'daki turizm hareketliliklerini değiştirecek nitelikte bir yer midir?
10. Bölge halkı Göbekli Tepe'nin önemini farkında mıdır?
11. Göbekli Tepe Şanlıurfa'nın pazarlanmasında nasıl etkin bir rol oynayabilir?
12. Göbekli Tepe tek başına Şanlıurfa'ya turist çekecek potansiyele sahip midir?
13. Göbekli Tepenin Şanlıurfa'nın dinsel açıdan imajına bir değer katmakta mıdır?
14. Göbekli Tepe'ye dair yapılan tanıtım çalışmalarını yeterli buluyor musunuz?
15. Göbekli Tepenin daha iyi tanıtılması için nasıl bir yol izlenmelidir ?
16. Göbekli Tepeye gelen turist profili hakkında ne düşünüyorsunuz?
17. Göbekli Tepeyi Rehberlerin başarılı şekilde anlattıklarını düşünüyor musunuz?
18. Bir inanç merkezi olarak Göbekli Tepe Şanlıurfa'nın uluslararası tanınırlığında etkin bir rol üstlenmekte midir?

EK 2: Görüşme Yapılan Uzmanlar

Katılımcı Adı	Eğitimi	Çalıştığı Kurum	Kurumdaki Görevi
Zeki Apalı	Lisans	Turist Rehberleri Birliği	Birlik Başkanı
Mehmet Ulusoy	Lisans	Turist Rehberleri Birliği	Birlik Başkan Yardımcısı
Hakan Eğinlioğlu	Lisans	Turist Rehberleri Birliği	Birlik Yönetim Kurulu Üyesi
M.Kamil Türkmen	Lisans	Şanlıurfa Rehberler Odası	Oda Başkanı
Gülcan Akdoğan	Lisans	Adana Rehberler Odası	Oda Yönetim Kurulu Üyesi
Nilgün Mazırcıoğlu	Yüksek Lisans	Gaziantep Rehberler Odası	Oda Başkan Yardımcısı
Prof. Dr. Hasan Akan	Doktora	Harran Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Biyoloji Bölümü	Bölüm Başkanı - Profesyonel Turist Rehberi
Yard. Doç. Dr. A.Cihat Kürkçüoğlu	Doktora	Harran Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sanat tarihi Bölümü	Bölüm Başkanı- Göbekli Tepe Kazıları İkinci Başkanı
Öğr. Gör. S.Sabri Kürkçüoğlu	Lisans	Harran Üniversitesi Şanlıurfa Sosyal Bilimler Meslek Yüksek	Okul Müdürü
Gül Erkol	Yüksek Lisans	Harran Üniversitesi Şanlıurfa Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu	Öğretim Görevlisi
İzzet Aran	Lise	Şanlıurfa İl Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü	Memur
Hasan Kırmızı	Yüksek Lisans	Harran Üniversitesi Uygulama Oteli	Otel Müdürü
Yaşar Aslan	Lisans	Dedeman Şanlıurfa	Ön Büro Müdürü
Sibel Okuducu	Lisans	Otel El-Ruha	Satış Müdürü
Zinet Yükalan	Lisans	Otel El-Ruha	Ön Büro Müdürü
Emin Özkaya	Yüksek Lisans	Esmeralda Seyahat Acentası	Genel Müdürü
Mehmet Bakır Dellalbaş	Lisans	Göbekli Tepe Seyahat Acentası	Operasyon Müdürü
Aydın Yaylacıklar	Lisans	TURGON (Turizm Gönüllüleri Platformu), Norm Seyahat Acentası	Kurucu Başkan, Genel Müdür