



**T.C. İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ**

**DIŞ TİCARET ENSTİTÜSÜ
WORKING PAPER SERIES**

Tartışma Metinleri

WPS NO/131 / 2018-01

**TARİHİ VE KÜLTÜREL MİRASIN TURİZM TALEBİNE VE ÇEKİCİLİĞİNE
DÖNÜŞTÜRÜLMESİNE DAİR BİR ARAŞTIRMA: BATMAN VE ÇEVRESİ
ÖRNEĞİ**

Serhat UÇAR*

*serhaducar7@gmail.com, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Tezli Yüksek Lisans Programı Öğrencisi

Özet

Bu çalışmada kültürel ve tarihi miras varlıklarının turizm talebi ve çekiciliğine etkisi Batman ve çevresi örneği üzerinden araştırılmıştır. Batman ve çevresinde yer alan tarihi ve kültürel yapıların varlığı ve bunların turizm arzına dönüşümü noktasında görülen yetersizlik bu çalışmayı gerekli kılmıştır. Araştırma kısmında tesadüfi olarak seçilen 80 turiste uygulanan bir anket çalışması ile turistlerin Batman deneyimleri hakkında bilgi edinilmiştir. Verilerin analizi ile elde edilen bulgular tarihi ve kültürel varlıkların turizm talebini ve çekiciliğini etkilediği iddiasını doğrulayarak elde edilen bulgular ışığında Batman ve çevresinin sahip olduğu kültürel ve tarihi miras varlıklarının turizm talebine ve çekiciliğine dönüştürülmesi yönünde önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Miras, Kültür Turizmi, Turizm Talebi, Turizm Çekiciliği

Abstract

In this work, the effect on the tourism demand and attractiveness of cultural and historical heritage have been researched taking Batman and its surroundings as an example. The inadequacy in the transformation point of the historical and cultural heritages of Batman and its surrounding areas have made this work necessary. For the research stage, 80 tourists were selected at random and asked to fill in a questionnaire to gain data about their experiences in Batman. Analysis of the data and the findings obtained confirm the claim that the existence of historical and cultural heritages effects tourism demand and attractiveness and in the light of these findings presents recommendations for the transformation of Batman and its surrounding areas' historical and cultural heritages for tourism demand and attractiveness.

Key Words: Cultural Heritage, Cultural Tourism, Tourism Demand, Tourism Attractiveness

Giriş

Turizm sektörünün son dönemde dinamik yapısıyla en çok gelişen sektörlerden biri olduğu bilenen bir gerçektir. Teknolojik gelişmeler ve ulaşım sektöründeki ilerleme ve rahatlık tüketicilerin turizm faaliyetini gerçekleştirebilme olanaklarını kolaylaştırmıştır. Küreselleşme ile beraber sınırların anlamını fiilen de olsa yitirdiği günümüz dünyasında insanların farklı yerler görme, yeni yerleri keşfetme arzusu, bu sektörün hızla gelişmesinde etkili olan faktörlerden biri olmuştur. Gelişen sektör ile doğru orantılı olarak tüketici talepleri farklılaşmış ve klasik deniz- kum-güneş anlayışı dışında yeni turistik faaliyetler ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda kültür turizmi veya kültürel miras turizmi son dönemde turizm sektöründe gelişen ve de talep gören alanlardan biri haline gelmiştir.

Pek çok medeniyet ve uygarlığa ev sahipliği yapmış, kültürel ve tarihi varlıklar açısından önemli bir birikime sahip olan ülkemiz, kültür turizmi için elverişli bir pazar mahiyetindedir. Küresel çapta önemi git gide artan kültür turizminden Türkiye'nin de kendi payını alması ve bunu yapmak için de kültürel ve tarihi miras varlıklarına gereken önemi ve hassasiyeti göstermesi gerekli bir husustur. Bu alana yapılacak yatırımların getirisinin sadece ekonomik olmadığını, kültürel ve tarihi miras değerlerinin korunması ve gelecek kuşaklara taşınmasını da olumlu anlamda etkileyeceğini belirtmekte yarar vardır.

Türkiye'nin güneydoğusunda yer alan Batman ili yeni bir şehir olmakla beraber hızla gelişen kentlerden biridir. Başta Hasankeyf olmak üzere çok sayıda tarihi ve kültürel miras destinasyonu bulunan kent, kültür turizmi noktasında önemli bir potansiyele sahiptir. Batman ve çevresinde bu alanda yapılan araştırmaların yetersizliği ve mevcut turizm potansiyelinin durumu bu araştırmanın gerekçesini oluşturmaktadır.

1. Kültürel Miras ve Turizm Talebi

1.1. Kültürel Miras Kavramı

Kültürel mirası tanımlamadan önce kültür kavramının tanımına bakmak uygun olacaktır. Botanikten sosyal ve beşerî bilimlere alanına dek uzanan çok kapsamlı anlamları barındıran kültür kavramını herkesi tatmin edecek bir anlamda kullanmak oldukça güçtür. (Alakuş, 2004: 164). Çok geniş tanımı olan kültür kavramında kabul gören ortak görüş, kelimenin kök

anlamının Latince de tarım anlamına geldiğidir. İngiliz bir antropolog olan E.B. Tylor'ın (1871) tanımına göre kültür veya uygarlık; insanın öğrendiği ya da edindiği bilgi, sanat, gelenek ve görenek, yetenek ve beceri ve alışkanlıkların bütünüdür (Tylor, 1871). Bu bağlamda kültürel miras, insanın binlerce yıllık hayat tecrübelerini, aklının ve yaratıcılığının bugüne ulaşmayı başarmış kalıntıları olarak tanımlanabilir. Kültürel miras dün ile bugün arasında bağlantı kurar ve böylece içinde yaşanılan kültüre ve dünyaya bir temel oluşturur. Manevi anlamda ise insan hayatını zengin hale getirir (Ünsal & Pulhan, 2012).

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü Genel Konferansı 17 Ekim-21 Kasım 1972 tarihleri arasında Paris'te toplanan 17. Oturumunda somut kültürel mirası aşağıdaki gibi tanımlanır(UNESCO):

“Anıtlar: Tarih, sanat veya bilim açısından istisnâ evrensel değerdeki mimari eserler, heykel ve resim alanındaki şaheserler, arkeolojik nitelikte eleman veya yapılar, kitabeler, mağaralar ve eleman birleşimleri.

Yapı toplulukları: Mimarileri, uyumlulukları veya arazi üzerindeki yerleri nedeniyle tarih, sanat veya bilim açısından istisnâ evrensel değere sahip ayrı veya birleşik yapı toplulukları...

Sitler: Tarihsel, estetik, etnolojik veya antropolojik bakımlardan istisnâ evrensel değeri olan insan ürünü eserler veya doğa ve insanın ortak eserleri ve arkeolojik siteleri kapsayan alanlar.”

1.2. Turizm Talebi Kavramı

Konuşma dilindeki karşılığı “istek, arzu” olan Arapça kökenli talep sözcüğünün ekonomi dilinde karşılığı ise “*belirli bir dönemde farklı fiyatlardan tüketicilerin satın almak istedikleri ve satın alma gücüyle desteklenmiş mal ve hizmet miktarıdır*” (Kılıçaslan & Şiriner, 2012). Genel anlamıyla ifade edilen talep kavramıyla benzer olan turizm talebi ile ilgili çok sayıda tanıma rastlamak mümkündür.

Olalı (1991) turizm talebini, satın alma gücüne ve boş zamana sahip olan insanların turistik mal ve hizmetlerden ücret ödeyerek veya ödemeyerek olarak rasyonel ve irrasyonel

nedenlerle belirli bir dönemde satın almaya veya yararlanmaya karar verdikleri miktar olarak tanımlar (Olalı, 1991).

1.3. Kültürel Miras ve Turizm İlişkisi

Dünya genelinde gelişmekte olan başlıca sektörlerden biri olan turizmin, kültürel miras varlıklarının korunup pazarlanması hususunda önemli bir rolü olduğunu belirtmekte yarar vardır. Bir bölgenin toplumu, ekonomisi ve kültürel çevresi üzerinde derin bir etki bırakan turizm, doğru şekilde geliştirilip yönetildiğinde doğal çevreyi, tarihi, yerel kültürü ve gelenek ve göreneklere koruyucu bir pozisyona gelebilmektedir (Emir & Avan, 2010). Kültürün turizme yol açması ve turistlerin seyahat ettikleri yerlerin kültürü ile etkileşimi olmak üzere kültür ve turizm arasındaki ilişkinin iki şekilde ortaya çıktığı söylenebilir (Usta, 2001:87).

Kültürel varlıkların, potansiyel kullanıcıları olan turistleri, seyahate iten güdeleyici unsurlar, davranışlar ve deneyimler üzerindeki etkileri gün geçtikçe daha da belirginleşmektedir. Bir bölgenin tarihi ve kültürel değerlerine ilgi duyan turistler, yeni insanlarla tanışmak, yeni yerler keşfetmek ve farklı kültürleri öğrenmek için ilgi duydukları yerlere seyahat etmektedirler. (Confer vd., 2002: 7). Çok yönlü bir bakış açısına sahip olan günümüz turisti, kültürel varlıkları hedef alan ziyaretler ile seyahat edeceği yerin tarihi ve kültürü hakkında bilgi edinme ve öğrenme ihtiyacını gidermek istemektedir.

Turizm araştırmaları ve yayınlarında kültürel turizm bir turizm türü olarak adlandırılmakta ve tarihsel-kültürel yerleri gezme olarak tanımlanmaktadır (Emekli, 2006: 55). Kültür turizmi, kültürel açıdan farklı olan yerleri görmek, kaybolmuş yaşam biçimlerini gözlemlemek ve geçmiş kültürlere ait tarihi eser ve yapıları gezip görmek gibi faaliyetleri içermektedir. (Eser vd., 2012:30) Bu bağlamda kültürel miras varlıklarının kültür turizmi açısından düşünüldüğünde, turistik ürünlere dönüştürülecek potansiyel kaynaklar olduğu söylenebilir.

Emir ve Avan (2010) turistlerin satın alma karar sürecinde kültürel varlıkların etkisini araştırdığı çalışmada, turistlerin görüşlerinin olumlu yönde olduğu ve turistlerin satın alma karar sürecinde kültürel varlıklardan etkilendiği yönünde bir sonuca ulaşmıştır. Bu ve benzeri araştırmalardan yola çıkarak kültürel ve tarihi miras varlıklarının turizm talebi ve çekiciliğini etkilediği öngörülmektedir.

H1: *Tarihi ve kültürel miras öğelerinin varlığı Batman ve çevresinin turizm çekiciliğini ve talebini etkiler.*

2. Yöntem

Kültürel ve tarihi mirasın turizm talebi ve çekiciliğine etkisinin, Batman ve çevresi örneği üzerinden araştırılacağı bu çalışmada, 80 yerli ve yabancı turiste anket uygulanmıştır. ATLAS (1992) tarafından geliştirilmiş olan ve daha sonra Uca Özer (2010) tarafından yeniden güncelliği ve güvenilirliği test edilmiş anketten yararlanılmış, araştırma amacına uygun düşecek biçimde sorular incelenerek yeni bir anket formu hazırlanmıştır.

Araştırmanın anket formu 26 kapalı uçlu, 2 açık uçlu olmak üzere toplam 28 sorudan oluşmaktadır. İlk bölümünde turistlerin Batman ve çevresini ilk kez ziyaret edip etmeme durumu ile ziyaretlerinin amaç ve sebeplerini öğrenmeye yönelik 3 nominal soru hazırlanmıştır.

İkinci bölümde ise turistlerin Batman ve çevresindeki seyahat deneyimlerini çeşitli kriterler (toplam 13 kriter) bakımından değerlendirmeleri istenmiştir. Bu soruda “çok iyi, iyi, orta, kötü, çok kötü” şeklinde derecelendirilmiş ölçek kullanılmıştır.

Anket formunun 5. 6. 7. soruları söz konusu turistlerin seyahat deneyimlerinden memnuniyet düzeylerini ölçmeye yöneliktir ve “Kesinlikle Hayır, Hayır, Kararsızım, Evet, Kesinlikle Evet” olmak üzere farklı bir beşli derecelendirme ölçeği oluşturulmuştur.

Turistlerin Batman ve çevresine bakış açılarına yönelik faktörleri belirlemeyi hedefleyen 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19. 20. ve 21. sorular gene aralıklı ölçek tarzında oluşturulmuş ve “Kesinlikle Katılmıyorum, Katılmıyorum, Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum” dereceleri kullanılmıştır. Anket formunun son bölümü ise nominal tarzda hazırlanan 7 soru ile turistlerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik hazırlanmıştır.

2.1. Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın bulguları IBM SPSS Statistics 20 programı aracılığıyla bilgisayar ortamında depolanarak sonuçları istatistiksel açıdan değerlendirilmiştir. Verilerin analizinde “Yüzde”, “frekans”, “aritmetik ortalama” ve “standart sapma” teknikleri kullanılmıştır.

2.1.1. Demografik Bulgular

Araştırmaya katılan 80 örneklemin cinsiyet, yaş, medeni hal, eğitim durumu, yıllık ortalama gelir, yaşadığı yer ve mesleğini gösteren veriler Tablo 1’de verilmiştir.

Araştırmaya katılan turistlerin %57,5’i erkek, %42,5’i kadın olarak saptanmıştır. Katılımcıların % 37,5’luk bölümü 20-29 yaş aralığındaki turistlerden oluşmaktadır. Bununla beraber 30-39 ve 40-49 yaş aralığındaki turistlerin de oranının % 20’lerin üstünde olduğu görülmektedir. %47,5’i evli, %52,5’i ise bekarlardan oluşan Katılımcıların eğitim düzeyi incelendiğinde %45’i üniversite düzeyinde eğitim aldığı, lise düzeyinde eğitim alanların oranı ise %30 olduğu görülmektedir. %33,8’i yıllık 10001-20000 Euro aralığındaki gelire sahip olan katılımcıların %20’lik bölümü 20001-30000 Euro aralığında bir yıllık gelire sahiptir.

Özel sektör çalışanı olduğunu belirten katılımcıların oranı %21 memurların ise % 18’dir. Güneydoğu Anadolu bölgesinden gelen turistlerin oranının % 19’olduğu, Marmara bölgesinden % 13 ve Doğu Anadolu bölgesinden gelen turistlerin oranının ise % 11 seviyesinde olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Sonuçlar

CİNSİYET	N	%	YAŞ	n	%
Erkek	46	57,5	15 ve altı	2	2,5
Kadın	34	42,5	16-19	6	7,5
Toplam	80	100	20-29	30	37,5
MEMLEKET	N	%	30-39	17	21,3
G. Anadolu	19	23,7	40-49	18	22,5
D. Anadolu	11	13,7	50-59	6	7,5
			60 ve üstü	1	1,3
			Toplam	80	100

Marmara	13	16,2	1. Eğitim Durumu	n	%
Akdeniz	7	8,7		12	15
Ege	9	11,2		24	30
Karadeniz	6	7,5		36	45
İ. Anadolu	6	7,5		8	10
Yurt Dışı	7	8,7		Lisansüstü veya Doktora	
Kayıp Veri	2	2,5		80	100
Toplam	80	100			
MEDENİHAL			Toplam	n	%
	n	%	MESLEK		
Evli	38	47,5	Memur	18	22,5
Bekar	42	52,5	İşçi	9	11,2
Toplam	80	100	Emekli	4	5
2. Yıllık Ortalama Gelir			Öğrenci	11	13,7
	N	%	Özel Sektör	21	26,2
5000 Euro ve altı	15	18,8	İşsiz	5	6,2
5.001-10.000 Euro	10	12,5	Serbest Meslek	7	8,7
10.001-20.000 Euro	27	33,8	Kayıp Veri	5	6,2
20.001-30.000 Euro	16	20	Toplam	80	100
30.001-40.000 Euro	9	11,3			
40.001-50.000 Euro	3	3,8			
Toplam	80	100			

2.1.2. Turistlerin Batman ve Çevresine Kaçınıcı Kez Geldiklerini, Geliş Amacını ve Nedeni Belirlemeye İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan turistlerin Batman ziyaretlerinin ilk olup olmadığını, geliş amacını ve nedeninin sorgulandığı ilişkin veriler Tablo 2’de verilmiştir.

Batman ve çevresine ilk kez gelen turistlerin oranı % 52,5 iken, birden fazla seyahat eden turistlerin oranı % 47,5 olarak görülmektedir. Frekans sıklıkları bakımından Batman ve çevresine seyahat eden turistlerin öncelikli amacı %62,5 ile “kültürel çekicilikleri ziyaret etmek” olmuştur. Akraba veya arkadaş ziyareti gerçekleştirmek amacıyla Batman ve çevresine seyahat eden turistlerin oranı %46,2’dir. Kültürel bir etkinliğe katılmak amacıyla Batman ve çevresine gelenlerin oranı %22,5 olarak görülmüştür. Tablodaki veriler ışığında

frekans sıklıkları bakımından katılımcıların Batman ve çevresini öncelikli tercih etme sebebi %81,2 gibi yüksek bir oranla “tarihi/kültürü” olmuştur. Manzarası/doğası sebebiyle ziyarette bulunanların oranı %32,5’tir. Batman ve çevresini “uygun fiyatı” ile “güvenliği” sebebiyle tercih edenlerin oranları aynıdır ve %27,5 olarak görülmüştür.

Tablo 2: Katılımcıların Geliş Amacını, Tercih Etme Sebebini ve Kaçınıcı Kez Geldiğine İlişkin Sonuçlar

Geliş amacı	n	%	Tercih etme sebebi	n	%
Kültürel çekicilikleri ziyaret etmek	50	62,5	Tarihi/Kültürü	65	81,2
Akraba veya arkadaş ziyareti	37	46,2	Manzarası/Doğası	26	32,5
Kültürel bir etkinliğe katılmak	18	22,5	Uygun Fiyatı	22	27,5
İş	14	17,5	Güvenliği	22	27,5
Alışveriş	4	5	Konaklama Olanakları	20	25
Konferans	3	3,7	Yakın Mesafede Olması	20	25
Batman’a ilk kez mi geliyorsunuz?	n	%	Yerel Halkı	17	21,2
Evet	42	52,5	Mutfağı	9	11,2
Hayır	38	47,5	Kültürel Etkinlikleri	9	11,2
Toplam	80	100	Diğer	6	7,5

2.1.3 Turistlerin Batman ve Çevresine Ziyaretlerini Değerlendirme Bulguları

Araştırmaya katılan turistlerin batman ve çevresine yönelik seyahat deneyimlerini, toplam 13 kriter üzerinden değerlendirdikleri soruda “Çok Kötü, Kötü, Orta, İyi ve Çok İyi” şeklinde oluşturulmuş beşli bir ölçek kullanılmıştır. Elde edilen bulguların ortalama ve standart sapması Tablo 3’te şu şekilde verilmiştir.

Analiz sonuçlarına göre; Batman ve çevresine seyahat eden turistlerin yiyecek ve içecek hizmetlerinden ($\bar{x}=4,07$), kültürel ve tarihi kaynaklardan ($\bar{x}=4,23$) ve yerel halkın konukseverliğinden ($\bar{x}=4,30$) memnun kaldığı ve ağırlıklı olarak “iyi” buldukları görülmektedir (ankete göre 4=iyi değeri).

Kişisel güvenlik ($\bar{x}=3,67$), yerel ulaşım hizmetleri ($\bar{x}=3,72$), konaklama hizmetleri ($\bar{x}=3,81$) ve genel fiyat seviyesine ($\bar{x}=3,93$) yönelik yapılan değerlendirmelere bakıldığında katılımcıların “orta” ve “iyi” şeklinde değerlendirme yaptıkları, ancak bu değerlendirmelerin “iyi”ye yakın olduğu görülmektedir.

Alışveriş tesisleri ($\bar{x}=3,28$) “orta” şeklinde değerlendirilmiştir. Araştırmaya katılan turistler, görülecek ve yapılacak etkinliklerin çeşitliliği ($\bar{x}=2,65$), kültürel etkinliklerin çeşitliliği ($\bar{x}=2,65$), turistik işaretler ve yönlendirmeler ($\bar{x}=2,85$) ve temizliği ($\bar{x}=2,87$) “kötü” ve “orta” şekilde değerlendirmiştir, ancak değerlendirme “orta”ya daha yakındır.

Katılımcılar son olarak gece hayatını ($\bar{x}=1,77$) “çok kötü” ve “kötü” olarak değerlendirmiş, bu değerlendirmenin “kötü”ye daha yakın olduğu görülmüştür

Tablo 3: Katılımcıların Seyahat Deneyimlerine İlişkin Sonuçlar

KRİTERLER	Çok Kötü		Kötü		Orta		İyi		Çok İyi		Toplam		\bar{x} .	SS
	N	%	N	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Yerel Ulaşım Hizmetleri	3	3,8	1	1,3	19	23,8	49	61,3	810	10	80	10	3,72	0,810
Konaklama Hizmetleri	-	-	3	3,8	18	22,5	50	62,5	9	11,3	80	10	3,81	,676
Yiyecek ve İçecek Hizmetleri	2	2,5	5	6,3	8	10	35	43,8	30	37,5	80	10	4,07	,977
Kültürel ve Tarihi Kaynaklar	1	1,3	-	-	8	10	41	51,3	30	37,5	80	10	4,23	,733
Kültürel Etkinliklerin Çekiciliği	12	15	15	18,8	41	51,3	10	12,5	2	2,5	80	10	2,68	,962
Gece Hayatı	45	56,3	17	21,3	9	11,3	9	11,3	-	-	80	10	1,77	1,043
Yerel Halkın Konukseverliği	1	1,3	5	6,3	12	15	34	42,5	28	35	80	10	4,03	,933
Alışveriş Tesisleri	8	10	5	6,3	29	36,3	32	40	6	7,5	80	10	3,28	1,045

Görülecek ve Yapılacak Etkinliklerin Çeşitliliği	15	18,8	14	17,5	39	48,8	80	10	4	5	80	100	2,65	1,056
Turistik İşaretler ve Yönlendirmelere	9	11,3	17	21,3	33	41,3	19	23,8	2	5	80	100	2,85	,994
Genel Fiyat Seviyesi	-	-	2	2,5	18	22,5	43	53,8	17	21,3	80	100	3,93	,735
Kişisel Güvenlik	-	-	7	8,8	20	25	45	56,3	8	10	80	100	3,67	0,775
Temizlik	13	16,3	13	16,3	29	36,3	21	26,3	4	5	80	100	2,87	1,129

2.1.4. Turistlerin Batman ve Çevresi Seyahatlerinden Memnuniyet Düzeylerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların Batman seyahatlerinden memnuniyet derecesi, batman seyahatlerini arkadaş ve akrabalarına tavsiye edip etmeme durumu ve ileride tekrar Batman'a gelip gelmeme isteği ölçülmüştür. Elde edilen bulguların ortalama ve standart sapması Tablo 4'da şu şekildedir.

Tablo 4: Katılımcıların Memnuniyet Düzeyine İlişkin Sonuçlar

	Kesinlik		Hayır		Kararsız		Evet		Kesinlik		Toplam		\bar{x}	SS
	n	%	n	%	N	%	N	%	n	%	N	%		
Batman Seyahatinizde Memnun Kaldınız mı?	-	-	-	-	9	11,3	58	72,5	13	16,3	80	100	4,05	0,525

Batman Seyahatinizi Arkadaş ve Akrabalarımıza Tavsiye edermisiniz?	-	-	1	1,3	1	16,3	4	57,0	2	25	80	10	4,06	0,681
Batman'ı Gelecekte Tekrar Ziyaret Etmek İster misiniz?	-	-	2	2,5	1	22,8	4	51,3	1	23,9	80	10	3,96	0,753

2.1.5. Turistlerin Batman ve Çevresi İle İlgili İfadelere Katılıp Katılmamalarına İlişkin Araştırma Bulguları

Batman ve çevresi ile ilgili katılımcılara verilen önermelere katılma durumunu ölçmeye yönelik olan bu bölüm Tablo 5’de gösterilip aritmetik ortalama ve standart sapma yöntemleri kullanılarak analiz yoluna gidilmiştir.

Tablo 5: Katılımcıların İzlenimlerine İlişkin Sonuçlar

İFADELER	Kesinlikle Katılıyorum		Katılıyorum		Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum		Toplam		\bar{x}	SS
	n	%	n	%	N	%	n	%	n	%	N	%		
Batman ve çevresinde kültürel miras alanları yoğunudur.	31	38,8	47	58,8	2	2,5	-	-	-	-	80	100	4,36	0,533
Batman ve çevresi Türkiye’deki diğer kültürel alanlarla	15	18,8	32	40	23	28,8	9	11,3	1	1,3	80	100	3,63	0,957

rekabet edebilir seviyededir.														
Batman ve çevresinde kültürel miras öğeleri özgün ve farklıdır.	22	27,5	47	58,8	8	10	3	3,8	-	-	80	100	4,10	0,722
Batman ve çevresini tercih etmemin nedeni kültürel miras öğeleridir.	11	13,8	37	46,3	12	15	17	21,3	3	3,8	80	100	3,45	1,089
Batman ve çevresini tercih etme nedenim tavsiyelerdir.	12	15	29	36,3	9	11,3	27	33,8	3	3,8	80	100	3,25	1,185
Batman ve çevresine seyahat etmeden önce olumsuz önyargılara sahiptim.	15	18,8	18	22,5	13	16,3	24	30	10	12,5	80	100	3,05	1,339
Batman ve çevresinin ucuz olduğunu düşünüyorum.	15	18,8	50	62,5	11	13,8	3	3,8	1	1,3	80	100	3,93	0,768
Batman ve çevresinde seyahat ederken terör, hırsızlık vb. nedenlerden dolayı korkuyorum.	22	27,5	9	11,3	11	13,8	27	33,8	11	13,8	80	100	3,05	1,457

Batman ve çevresinde bana bir turist gibi değil halktan biriymiş gibi davranılmasını beklerim.	10	12,5	29	36,3	10	12,5	22	27,5	9	11,3	80	100	3,11	1,262
Alışveriş yaparken esnafın tavrı çok ısrarcı ve rahatsız ediciydi.	9	11,3	7	8,8	11	13,8	42	52,5	11	13,8	80	100	2,51	1,179
Tarihi ve kültürel varlıklar çok bakımsız ve ihmal edilmiş görünüyordu.	46	57,5	26	32,5	6	7,5	1	1,3	1	1,3	80	100	4,43	0,793
Kültürel aktivite alanları yetersizdi.	32	40	24	30	16	20	6	7,5	2	2,5	80	100	3,97	1,067
Batman ve çevresinin tanıtımı eksik yapılmaktadır.	20	25	26	32,5	23	28,8	10	12,5	1	1,3	80	100	3,67	1,028
Karar alma sürecinde Batman ve çevresi hakkında bilgi almakta çok zorlandım	3	3,8	18	22,5	17	21,3	31	38,8	11	13,8	80	100	2,63	1,093

Araştırmaya katılan turistler, Batman ve çevresinde kültürel miras alanlarının yoğun olduğunu ($\bar{x}=4,36$), bu kültürel miras öğelerinin aynı zamanda özgün ve farklı olduğunu ($\bar{x}=4,10$) buna rağmen tarihi ve kültürel varlıkların çok bakımsız ve ihmal edilmiş görüldüğünü ($\bar{x}=4,43$) düşünmektedirler.

Batman ve çevresini Türkiye'deki diğer kültürel alanlarla rekabet edebilir seviyede gören ($\bar{x}=3,63$) turistler, Batman ve çevresinin tanıtımının eksik yapıldığına ($\bar{x}=3,67$) inanmaktadır.

“Batman ve çevresini tercih etmemin nedeni kültürel miras öğeleridir” ($\bar{x}=3,45$) önermesine kısmen katıldıkları görünen turistlerin, “kültürel aktivite alanları yetersizdi” ($\bar{x}=3,97$) önermesine katıldıkları anlaşılmaktadır.

Araştırmaya katılan turistlerin Batman ve çevresini tercih etmede en önemli nedenin tavsiyeler ($\bar{x}=3,25$) olduğu ve seyahat etmeden önce olumsuz önyargılara sahip olup olmadıkları ($\bar{x}=3,05$) noktalarında kararsız olduğu görülmektedir.

“Alışveriş yaparken esnafın tavrı çok ısrarcı ve rahatsız ediciydi” ($\bar{x}=2,51$) önermesine katılmıyorum ile kararsızım yanıtları arasında kalan turistler, Batman ve çevresinin ucuz olduğuna ($\bar{x}=3,93$) inanmaktadır.

“Batman ve çevresinde seyahat ederken terör, hırsızlık vb. nedenlerden dolayı korkuyorum” ($\bar{x}=3,05$) ve “Batman ve çevresinde bana bir turist gibi değil halktan birisiymişim gibi davranılmasını beklerim” ($\bar{x}=3,11$) önermelerini “ne katılıyorum ne katılmıyorum” şeklinde yanıtlayan turistlerin, karar alma sürecinde Batman ve çevresi hakkında bilgi almakta zorlandığı ($\bar{x}=2,63$) görülmektedir.

Sonuç

Ulaştığı ekonomik boyut ve yarattığı etkiler sebebiyle günümüzdeki en önemli sektörlerden biri olan turizm, son yıllarda ürün çeşitliliği ile tüketicilere değişik tatil deneyimleri sunmaktadır. Klasik anlamdaki deniz-kum-güneş tatil anlayışı dışında ortaya çıkan yeni tatil deneyimlerine talep git gide artarak, kıyası olmayan yerlerin de turizm faaliyeti içerisinde bir arz sunmasını olanaklı kılmıştır.

Turistlerin farklı destinasyonlar görerek, tarihi ve kültürel varlıkları ziyaret edip entelektüel açlıklarını doyurma istemleri özellikle kültür turizmini veya kültürel miras turizmini canlandırmıştır. Binlerce yıllık tarihi ile pek çok medeniyete ev sahipliği yapmış olan ülkemizin bu turizm alanında önemli bir potansiyele sahip olduğu, bilinen bir gerçektir. Bu varlıkların doğru ve etkili bir biçimde pazarlanması bu alandaki talebi önemli ölçüde etkileyecektir.

Somut kültürel miras varlıklarının yer verildiği ve bunlar üzerinden turizm talebinin incelendiği bu araştırmada Batman ve çevresinde yer alan kültürel ve tarihi miras varlıklarının turizm talebine etkisi araştırılmıştır.

Araştırmada Batman ve çevresini ziyaret eden turistler tarafından mevcut kültürel miras varlıklarının nasıl algılandığı araştırılmış ve bunun neticesinde Batman ve çevresinin kültürel miras varlıklarının turizm talebine ne şekilde etki ettiği analiz edilmiştir.

Elde edilen bulgular ve bilgiler neticesinde Batman ve çevresinin kültürel ve tarihi miras varlıklarının ciddi bir turizm potansiyeli taşıdığı ve bunun yeterli bir arza dönüştürülemediği, Batman ve çevresini ziyaret eden turistlerin büyük kısmının burayı ziyaret etme amacının tarihi ve kültürel varlıkları görmek olduğu ve bu beklentilerin önemli ölçüde karşılandığı, buna karşın tarihi ve kültürel varlıkların bakımsız ve ihmal edilmişliğinden yakındığı görülmektedir.

Yapılan araştırma ile elde edilen bulgular, Batman ve çevresinin kültürel miras turizmi veya kültür turizmi alanında önemli bir potansiyele sahip olduğunu göstermiştir. Mevcut kaynakların korunarak etkili bir biçimde kullanılması kentin turizm sektöründe iddialı bir pozisyona kavuşmasını sağlayabilir.

Başta Hasankeyf olmak üzere sahip olduğu bu değerlerin korunarak turizme verimli bir biçimde kazandırılmasında yarar vardır. Özellikle yapımı devam eden Ilısu baraj projesiyle beraber tarihi bir şehir olan Hasankeyf'in bir bölümünün sular altında kalma tehlikesi, yetkili kişi ve kurumların üzerinde tekrar düşünmesi gereken bir husustur.

Mevcut tarihi yapıların büyük çoğunluğunun bakımsız ve ihmal edilmişliği göz önünde bulundurularak, bunların zamanla daha da yıpranıp yıkılmasına engel olacak restorasyon çalışmalarına bir an önce başlanması, bu tarihi varlıkların geleceğe taşınması adına hayati önem taşımaktadır.

Konaklama hizmetleri, yiyecek ve içecek hizmetleri, yerel ulaşım hizmetleri ve temizlik hizmetlerinde gerek kamu kurumlarının gerekse özel sektörün turizme uygun ve daha kaliteli bir hizmet anlayışı ile hareket etmesi, bilhassa araştırma bulgularında da turistlerce eksikliği hissedilen gece hayatının canlandırılması adına özendirici bir politikaya ihtiyaç vardır.

Bölgeye dair duyulan olumsuz önyargıların iyileştirilmesi adına imaj çalışmalarının sürdürülerek terör tehdidinden kaynaklı korkuları bertaraf edici tanıtım ve reklam çalışmasında bulunmak, Batman ve çevresini ziyaret etme arzusunda olan turistlerin karar alma sürecini pozitif yönde etkileyecektir.

Kaynakça

Alakuş, A. O., (2004), "Kültür Kavramı Tanımlamalarına İlişkin Bir Analiz", *Milli Eğitim Dergisi*, 164.

ATLAS, (1992), *The Association for Tourism and Leisure Education*, (20.10.2017) tarihinde www.atlaseuro.org. adresinden alındı.

Confer, J., Pennington-Gray, L., Thapa, B., & Holland, S. (2002). *Heritage Tourism Study. Center for Tourism Research and Development, Department of Recreation, Parks and Tourism, Final Report 1-108.*

Emekli, G., (2006), "Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm", *Ege Coğrafya Dergisi*, 15: 55.

Emir, O., & Avan, A., (2010), "Yabancı Turistlerin Satın Alma Karar Sürecinde Kültürel Varlıkların Etkisi: Konya Örneği", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 24: 207.

Eser, S., Dalgın, T., ve Çeken, H., (2012), "Sürdürülebilir Kültür Turizmi: Efes Örneği", *Ege Coğrafya Dergisi*, 30.

Kılıçaslan, Y., & Şiriner, İ., (2012), *İktisada Giriş*, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Usta, Ö., (2001), *Turizm 1-2*, İstanbul, Altın Kitaplar Yayınevi.

Tunç Hussein, A., ve Saç, F., (1998), *Genel Turizm Gelişimi Geleceği*, Ankara, Detay Yayınevi.

Tylor, E. B., (1871), *Primitive culture: Researches into the development of mythology, philosophy, religion*, London, J.Murray.

Uca Özer, S., (2010), *Şehir Turizmi ve Kültür: Yabancı Turistlerin Kültürel bir Destinasyon Olarak İstanbul'u Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma (Yayınlanmamış Doktora Tezi)*, *Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler enstitüsü*, Eskişehir.

UNESCO, 1972, Somut Kültürel Miras, (25.10.2017) tarihinde [/www.unesco.org.tr](http://www.unesco.org.tr) adresinden alındı.

Ünsal, D., & Pulhan, G., (2012), Türkiye'de Kültürel Mirasın Anlamı ve Önemi: *Kültürel Miras Yönetimi*, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Vejujev, V., (1998), *Kültür ve Tarih*, İstanbul, Toplumsal Dönüşüm Yayınları.