



**GÖBEKLİTEPE ARKEOLOJİK KAZI ALANI'NIN
BÖLGEYE YÖNELİK TURİZM TALEBİNİN
GELİŞİMİNE ETKİSİ: TURİSTREHBERLERİNİN
BAKİŞ AÇISIYLA BİR DEĞERLENDİRME**

Şeyma SEVGİ
Yüksek Lisans Tezi
Danışman: Doç. Dr. Özcan ZORLU
Temmuz, 2023
Afyonkarahisar

T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**GÖBEKLİTEPE ARKEOLOJİK KAZI ALANI'NIN
BÖLGEYE YÖNELİK TURİZM TALEBİNİN GELİŞİMİNE
ETKİSİ: TURİST REHBERLERİNİN BAKIŞ AÇISIYLA
BİR DEĞERLENDİRME**

Hazırlayan
Şeyma SEVGİ
200659110

Danışman
Doç. Dr. Özcan ZORLU

AFYONKARAHİSAR, 2023

ETİK VE BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “**Göbeklitepe Arkeolojik Kazı Alanı’nın Bölgeye Yönelik Turizm Talebinin Gelişimine Etkisi: Turist Rehberlerinin Bakış Açısıyla Bir Değerlendirme**” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’ da gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

04/07/2023

İmza

Şeyma SEVGİ

T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ENSTİTÜ ONAYI

Öğrenci nin	Adı- Soyadı	Şeyma SEVGİ
	Numarası	200659110
	Anabilim Dalı	Turizm İşletmeciliği
	Programı	Turizm İşletmeciliği
	Program Düzeyi	☒ Yüksek Lisans ☐ Doktora ☐ Sanatta Yeterlik
Tezin Başlığı	Göbeklitepe Arkeolojik Kazı Alanı'nın Bölgeye Yönelik Turizm Talebinin Gelişimine Etkisi: Turist Rehberlerinin Bakış Açısıyla Bir Değerlendirme	
Tez Savunma Sınav Tarihi	04.07.2023	
Tez Savunma Sınav Saati	11:30	

Yukarıda bilgileri verilen öğrenciye ait tez, Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca jüri üyeleri tarafından değerlendirilerek ☐oy birliği – ☐oy çokluğu ile kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Elbeyi PELİT
MÜDÜR

Bu tez, Enstitü Müdürlüğünce kontrol edilerek, elektronik imza kullanılarak onaylanmıştır.

ÖZET

GÖBEKLİTEPE ARKEOLOJİK KAZI ALANI'NIN BÖLGEYE YÖNELİK TURİZM TALEBİNİN GELİŞİMİNE ETKİSİ: TURİST REHBERLERİNİN BAKİŞ AÇISIYLA BİR DEĞERLENDİRME

Şeyma SEVGİ

AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

Temmuz, 2023

Danışman: Doç. Dr. Özcan ZORLU

Bu tezin amacı Göbeklitepe arkeolojik kazı alanının Şanlıurfa başta olmak üzere Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne yönelik turizm talebine etkisini turist rehberlerinin bakış açısıyla değerlendirmektir. Araştırma amacı doğrultusunda Göbeklitepe'ye düzenlenen turlarda görev alan 12 eylemli turist rehberi ile Ekim 2021- Şubat 2023 tarih aralığında yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kullanılan görüşme formu kapsamlı bir literatür incelemesi sonucunda şekillenmiştir ve 16 sorudan oluşmaktadır. Görüşmelerden elde edilen veriler açık ve gizli içerik kodlaması ile incelenerek dört tema ve 15 kod belirlenmiştir. Daha sonra veri seti Maxqda nitel veri analiz programına aktararak, metin içerisinde ilgili ifade ve cümlelerin kodlara ataması yapılmış ve araştırmacı kodlara atanan metinleri derinlemesine inceleyerek yorumlamalarda bulunmuştur. Araştırma sonucunda Göbeklitepe arkeolojik kazı alanının bölge için çok önemli bir değer olduğu ve bölgeye yönelik talebin artmasında ana unsurlardan biri olarak değerlendirildiği saptanmıştır. Bölgede Karahantepe, Boncuktepe gibi alanlarda devam eden kazı çalışmaları ile Göbeklitepe'nin öneminin daha da artacağı, mevcut durumda ise Göbeklitepe'nin bilinmezliğinin ve spiritüel (ruhsal) enerji alanı olarak görülmesinin talep oluşturmada ana etken olarak ön plana çıktığı belirlenmiştir. Araştırma sonuçlarının konu ile ilgili literatüre, kamu kesimi temsilcilerine ve turist rehberlerine talep analizi ve talep sürekliliğinin oluşturulması bağlamında fayda sağlaması öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Göbeklitepe, Talep, Talep Analizi, Tanıtım, Turist Rehberliği.

ABSTRACT

THE EFFECT OF GÖBEKLİTEPE ARCHAEOLOGICAL EXCAVATION SITE ON THE DEVELOPMENT OF TOURISM DEMAND FOR THE REGION: AN ASSESSMENT FROM THE TOURIST GUIDES' PERSPECTIVE

Şeyma SEVGI

AFYON KOCATEPE UNIVERSITY

INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES

DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT

July 2023

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Özcan ZORLU

This study aims to evaluate the impact of the Göbeklitepe archaeological excavation site on the tourism demand for the South-eastern Anatolia Region, especially Şanlıurfa, from the perspective of tourist guides. For the research, semi-structured interviews were held from October 2021 to February 2023 with 12 tourist guides who participated in the Göbeklitepe tours. The interview form used in the research consisting of 16 questions, was constructed due to a comprehensive literature review. The data gathered from the interviews were analyzed with open and latent content coding, and four themes and 15 codes were determined. Then, the data set was transferred to the Maxqda qualitative data analysis program, and the relevant expressions and sentences in the text were assigned to the codes. In the ongoing process, the researcher examined the data set in-depth and made some comments. As a result, it has been determined that the Göbeklitepe archaeological excavation site is a significant value to the region and is considered one of the main factors in increasing the demand for the region. It has also been determined that the importance of Göbeklitepe will increase with the ongoing excavations in areas such as Karahantepe and Boncuktepe in the region. Furthermore, it is revealed that the obscurity of Göbeklitepe and the fact that it is seen as spiritual energy land come to the fore as the main factor in creating demand. It is assumed that the research results will benefit the relevant literature, public sector stakeholders, and tourist guides in the context of demand analysis and enhancing demand continuity.

Keywords: Göbeklitepe, Demand, Demand Analysis, Promotion, Tourist Guidance.

ÖN SÖZ

Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde, lisans ve yüksek lisans eğitimim boyunca yardımını ve desteğini esirgemeyen, ilerlemek için çıktığım akademi yolundaki taşları temizlememe yardım eden ve bilgisi ile ışık tutan çok değerli tez danışmanım sayın Doç. Dr. Özcan ZORLU hocama teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca hayatım boyunca arkamda duran, eğitimin her şeyden kıymetli olduğunu öğreten, sevgisi ve ilgisiyle her an destekleyen kıymetli çıkarlarım annem Keziban SEVGİ, babam Vedat SEVGİ, ağabeyim İsmail SEVGİ'ye, ben çalışırken yanımda mırıldayan minik kedim Umut'a, tüm zorlukların üstesinden gelebileceğimi hatırlatan sevgili eşim Ali Şadi PEKBAY'a, hayatıma dokunan başta Sevda UNDU, Esra GÜL YILMAZ, Hatice ŞEN, Yasemin AKTOKLUK olmak üzere tüm değerli öğretmenlerime, sabırla destek olan sevgili arkadaşlarıma, değerli dostum Melek GÜMÜŞ'e, 6 Şubat 2023 tarihinde yaşanan Kahramanmaraş depreminde hayatını kaybeden değerli turist rehberi hocam Tamer ÖZDOĞRU'ya sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Şeyma SEVGİ

Afyonkarahisar, 2023

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ETİK VE BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI.....	ii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
ÖN SÖZ	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ	ix
FOTOĞRAFLAR LİSTESİ	1
GİRİŞ.....	1

I. BÖLÜM KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1. TURİZM TALEBİ KAVRAMI.....	3
1.1. TURİZM TALEBİNİN ÖZELLİKLERİ.....	4
1.2. TURİZM TALEBİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER.....	5
1.2.1. Ekonomik Faktörler	6
1.2.2. Sosyal Faktörler	8
1.2.3. Psikolojik Faktörler.....	12
1.2.4. Politik Faktörler	12
1.2.5. Diğer Faktörler	13
2. ŞANLIURFA İLİ VE SAHİP OLDUĞU ÇEKİCİLİKLER	13
3. GÖBEKLİTEPE ARKEOLOJİK KAZI ALANIN KEŞFİ.....	20
4. GÖBEKLİTEPE ARKEOLOJİK KAZI ALANINDAKİ MİMARİ DÜZEN....	22
5. GÖBEKLİTEPE ARKEOLOJİK KAZI ALANINDAKİ BULUNTULAR VE YORUMLARI.....	24

II. BÖLÜM ŞANLIURFA VE GÖBEKLİTEPE'YE YÖNELİK TURİZM TALEBİ

1. ŞANLIURFA BÖLGESİNE YÖNELİK TURİZM TALEBİ.....	30
2. GÖBEKLİTEPE ARKEOLOJİK KAZI ALANININ TURİZM AÇISINDAN ÖNEMİ	31

III. BÖLÜM GÖBEKLİTEPE ARKEOLOJİK KAZI ALANI'NIN BÖLGEYE YÖNELİK TURİZM TALEBİNE ETKİSİNİ İNCELEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

1. ARAŞTIRMA AMACI VE ÖNEMİ	34
2. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI	35
3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	36
3.1. EVREN VE ÖRNEKLEM	36
3.2. VERİ TOPLAMA TEKNİĞİ	36
3.3. VERİ ANALİZİ TEKNİK VE YÖNTEMLERİ	37
4. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN ANALİZİ	38
5. ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ.....	42

5.1. TURİSTİK ÇEKİCİLİK OLARAK GÖBEKLİTEPE TEMASINA İLİŞKİN BULGULAR	42
5.2. FARKINDALIK DÜZEYİ TEMASINA İLİŞKİN BULGULAR	47
5.3. TANITIM TEMASINA İLİŞKİN BULGULAR	50
5. 4. TALEP ANALİZİ TEMASINA İLİŞKİN BULGULAR.....	57
SONUÇ VE ÖNERİLER	76
KAYNAKÇA.....	82
EKLER.....	87
EK-1 ARAŞTIRMADA KULLANILAN GÖRÜŞME FORMU	87
EK-2 TEMA-KOD BELİRLEMeye YÖNELİK ÖRNEK TABLO	89



ŞEKİLLER LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 1. Göbeklitepe Yapı Topluluğu Şeması (Karbon 14 testi sonuçları)	23
Şekil 2. 13 yy. Babil Kuduru Taşında Bulunan Tanrı Suqamuna ve Şumalia'nın Göbeklitepe T Dikili Taşında Betimlenmesi.....	25
Şekil 3. Veri Setine İlişkin Kelime Bulutu Örüntüsü.....	39
Şekil 4. Tema-kod odaklı metin portresi	42



FOTOĞRAFLAR LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Fotoğraf 1. Harran Evleri	15
Fotoğraf 2. Harran Üniversitesi Kalıntıları	16
Fotoğraf 3. Balıklı Göl-Halil-ür Rahman Gölü	17
Fotoğraf 4. Halfeti Genel Görünümünden Bir Kesit	18
Fotoğraf 5. Göbeklitepe Arkeolojik Kazı Alanı Giriş Yolu	21
Fotoğraf 6. Göbeklitepe D Yapısı Görseli.....	24
Fotoğraf 7. Göbeklitepe C sütunu Yaban Domuzu Tasviri.....	27
Fotoğraf 8. Şanlıurfa Müzesi-Balıklığöl Adamı.....	28
Fotoğraf 9. Sayburç Yapısı Tasviri	29

GİRİŞ

İnsanoğlu var olduğu günden itibaren temel ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına farklı coğrafyalara hareket etme eğilimi göstermiştir. Söz konusu yer değiştirme hareketlerinde inanç odaklı seyahatler kitlelerin bir noktadan belirli bir noktaya seyahatine ve kutsal kabul edilen alanın düzenli olarak ziyaretine neden olmuştur. Son buzul çağı sonrası yapımına başlanmış olan ve insanoğlunun o zamana kadar yapmış olduğu en büyük ve gelişmiş yapı olarak karşımıza çıkan Göbeklitepe bu kapsamda önemli bir değerdir. Yapılan kazılar sonucunda alanda birden farklı bölgeye ait obsidyenlerin bulunması, insanlık tarihine ait en eski inanç odaklı seyahat merkezinin günümüz Şanlıurfa il sınırları içerisinde yer aldığını göstermektedir. Peter BENEDICT'in 1962 yılında alanda gerçekleştirdiği yüzey araştırması ve sonrasında Klaus SCHMIDT'in 1995 yılında bölgede bulunan T dikilitaşlarını görerek kazıya başlaması öncesinde alan yalnızca tepede yer alan türbe ve adak adanan dut ağacı nedeniyle kutsal ve özel sayılan bir alan olarak varlığını sürdürmüştür. Yapılan ilk kazılardan günümüze kadar pek çok farklı bilgi ortaya çıkarılmasına karşın hala alan ile ilgili kesin kayıtlara ulaşılamamıştır. Alanda herhangi bir yazının bulunmaması nedeniyle alan gizemini korumaya devam etmektedir. Göbeklitepe'den sonra bulunan ve Taş Tepeler Projesi kapsamında yer alan diğer alanların kazısı ise Göbeklitepe'nin yorumlanmasında yeni bakış açıları kazanılmasını sağlayacaktır. 2019 yılının Göbeklitepe Yılı ilan edilmesi ve Taş Tepeler Projesi ile popülerliği her geçen gün biraz daha artan Göbeklitepe, turizm açısından önemli bir destinasyon, yerli ve yabancı turizm talebi için önemli bir cazibe merkezi olma özelliği taşımaktadır. Bu bağlamda Göbeklitepe'ye yönelik turizm talebi, bölgeye yönelik turizm talebinin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır.

Göbeklitepe, keşfedildiği ilk günden itibaren turizm talebinin oluşmasını sağlamıştır. İlk dönemlerde bilim insanları ve arkeoloji\ tarih meraklıları tarafından bilinmesi nedeniyle turizm talebinin daha çok bu kitlelerden oluştuğu görülürken, Göbeklitepe'nin yıllar içerisinde uluslararası çapta bilinirliğinin artması ile kazı alanı herkesin ziyaret etmek istediği yerler arasına girmiştir. Bu nedenle alanın turizm talebinin detaylandırılarak incelenmesi ve turizm hareketlerine olumlu katkılarının devamlılığının sağlanması gerekmektedir. Buradan hareketle bu çalışmada Göbeklitepe arkeolojik kazı alanının bölgeye yönelik turizm talebinin gelişimine etkisi, turist rehberlerinin bakış açısıyla araştırılmıştır.

Nitel veri toplama tekniklerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin kullanıldığı araştırma temel olarak üç bölümden oluşmaktadır. Araştırmanın ilk bölümünde turizm talebi kavramı, Şanlıurfa ili ve çekicilikleri ve Göbeklitepe ile ilgili kavramsal açıklamalara yer verilmiştir. Araştırmanın ikinci bölümünde Şanlıurfa ve Göbeklitepe'ye yönelik turizm talebi değerlendirilmiştir. Bu bağlamda ilk olarak Şanlıurfa bölgesine yönelik turizm talebi, sonrasında da Göbeklitepe arkeolojik kazı alanının turizm açısından önemi ele alınmıştır.

Araştırmanın son bölümünde Göbeklitepe arkeolojik kazı alanına yapılan turlarda görev alan eylemli turist rehberlerin örnekleme oluşturduğu araştırma bulgularına yer verilmiştir. Bu bölümde araştırmanın amacı ve önemi açıklandıktan sonra, sınırlılıklar ve araştırma yöntemi hakkında bilgiler verilerek oluşturulan araştırma soruları doğrultusunda araştırma verilerinin analizi testi gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular ile bulgulara dayanılarak yapılan önerilerin, ülke ve bölge turizm sektörüne katkıda bulunması, bu önerileri kullanacak kişiler ve bundan sonraki çalışmalar için örnek olması hedeflenmiştir. Böylece mevcut durumun daha iyi anlaşılması sağlanarak sistemin geliştirilmesine dönük öneriler sunulabilecektir. Ayrıca eylemli turist rehberlerinin turizm talebi hakkındaki deneyimleri sayesinde bölgenin turistlerin beklentilerine yönelik geliştirilebileceği düşünülmektedir. Bu sayede bölgeye gelen ve gelecek olan potansiyel turistler hakkında bilgi sahibi olunması ve turist memnuniyetinin artması hedeflenmektedir.

I. BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1. TURİZM TALEBİ KAVRAMI

Ekonomi biliminde talep, “*satın alma gücü ile desteklenen satın alma isteği*” şeklinde tanımlanmaktadır (Akgündüz, Dalgıç ve Özkök, 2019: 89). Ancak günlük yaşamda talep kavramı “*istek, arzu*” kavramları ile karıştırılmaktadır. Bunun en önemli nedeni kaynakların sınırlı ancak insan ihtiyaçlarının sınırsız olması ve insanların bu ihtiyaçlarına yönelik her şeyi satın alabilecek ekonomik güce sahip olmamalarıdır (Ünlüönen, Tayfun ve Kılıçlar, 2018: 47). Bu nedenle söz konusu isteklerin ekonomik açıdan bir talep sayılabilmesi ancak onları satın alabilecek ekonomik gücün (gelir) varlığıyla mümkün olmaktadır (Boyacıoğlu, 2017: 51). Diğer bir ifade ile talebin oluşumunda en temel iki unsur istek ve gelirdir. Bununla birlikte talep koşullarına sektörlere göre ilaveler söz konusu olabilmektedir. Örneğin turizm talebinde istek ve gelirin yanında sahip olunması gereken diğer bir faktör “boş zamandır” (Bahar ve Kozak, 2015: 110). Buradan hareketle turizm talebi “*belirli bir turizm pazarında turizm ihtiyaçlarını karşılamak için yeterli gelir ve boş zamana sahip olan, turistik mal ve hizmetleri satın alabilecek tüketici sayısı*” olarak tanımlanmaktadır (Usta, 2009: 93).

Turizm sektörü, hem kendi alanında, hem de bağlantılı olduğu sektörlerle hareketlilik sağlamasının yanında kazandırdığı döviz, ihracat ve yeni iş olanakları sayesinde her yıl önemi artmakta olan bir sektördür. Bu nedenle turizm talebi, özellikle seyahat ve iletişim yollarındaki gelişmeler sonucunda ülkeler için önemli bir etken haline gelmiştir (Zortuk ve Bayrak, 2013: 38). Dolayısıyla bir ülkenin günümüz rekabet dünyasında turizm alanında başarıya ulaşması ancak ve ancak talebin yapısının, doğasının irdelenmesi ve bu yönde hareket edilmesine bağlıdır. Bu sayede talebi oluşturan turist grubunun istek ve beklentileri en doğru şekilde karşılanacak ve sonuçta ülkenin turizm alanındaki başarısı yükselecektir (Bahar ve Kozak, 2015: 109).

Bir ülke için turizm talebi incelendiğinde, ülke içi ve ülke dışı (iç ve dış talep) olmak üzere iki tür talepten söz edilebilmektedir. Ülke içi talepte, yerli turist olarak da ifade edilen vatandaşların kendi ülke sınırları içerisinde turizm faaliyetine katılması ifade edilmektedir. Ülke dışı talepte ise yabancı turist olarak adlandırılan ve farklı ülkelerin vatandaşlarının söz konusu ülkeye gelmesi ve burada turizm faaliyetlerine katılması ifade

edilmektedir (Koç ve Eriş, 2008: 4; Akgündüz vd., 2019: 90- 91). Bunun yanında ister ülke içi ister ülke dışı olsun turizm talebi 3 temel unsurdan oluşmaktadır. Bunlar; turizm faaliyetlerine doğrudan katılım sağlayan ve hakkında en çok bilgi edinme fırsatı bulunan “efektif (aktif) talep”, turizme katılmak isteyen ancak belirli etkenler nedeniyle katılım sağlayamayan ve bu nedenle beklentileri ve sayıları kesin olarak bilinemeyen “potansiyel talep” ve bilgi eksikliği nedeniyle motive olamayan bu nedenle de turizme katılamayan “ertelenmiş talep”dir. Özellikle ertelenmiş talep, yeni turizm arzı oluşturmak isteyen ülkeler için çok önemlidir. Çünkü bu grupta bulunan kişilerin uyarılması grubun önce potansiyel talebe, daha sonra da aktif talebe dönüşmesini sağlamaktadır (Kozak, Akoğlan Kozak ve Kozak, 2017: 93).

Sonuç olarak turizm talebi, diğer sektör taleplerinden farklı özelliklere sahiptir ve bu özelliklerin detaylı olarak incelenmesi gerekmektedir (Mathieson ve Wall, 1986: 28; Bahar ve Kozak, 2015: 109).

1.1. TURİZM TALEBİNİN ÖZELLİKLERİ

Turizm talebi, pazarda sağlayacakları başarı ile doğrudan ilişkisi nedeniyle turizm paydaşlarının gelecek planlamalarının temelini oluşturmaktadır. Bu nedenle etkin ve verimli kararların verilmesi ve doğru bir planlama için, turizm talebinin ne gibi özelliklerden oluştuğunun bilinmesi gerekmektedir. Aksi takdirde diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de gün içerisinde sağlanamayan kazancın bir gün sonra telafi edilmesi mümkün olmayacaktır (Turanlı ve Güneren, 2003: 2; Song, Witt ve Li, 2009: 1; Bahar ve Kozak, 2015: 109). Turizm talebinin özellikleri genel olarak aşağıdaki şekilde belirtilmektedir (Domencich and McFadden, 1975: 2; Frechtling, 2001: 5-6; Usta, 2009: 95; Güneren, 2015: 185; Ünlüöner vd., 2018: 50):

- *Turizm talebi, bozulabilir niteliktedir.* Bu bağlamda örneğin; bir uçak veya tur otobüsündeki satılamayan koltuklardan sağlanamayan kazancın telafisi olmamaktadır.
- *Turizm ürünü, üretildiği yerde tüketilir.* Turizm faaliyetlerinde, turistlerin ziyaret ettikleri ülkelerde ihtiyaç duyduğu tüm mal ve hizmetler bulundukları ülkede karşılanmalıdır.
- *Müşteri memnuniyeti diğer hizmetler ile yakından ilişkilidir.* Bir otel güzel dizayn edilmiş, güler yüzlü personellere sahip olsa dahi turistin ülke içerisinde satın aldığı diğer mal ve hizmetlerin kalitesi memnuniyeti etkilemektedir.

- *Turizm talebi, doğal ve insan kaynaklı afetlere karşı hassastır.* Streslerinden kaçınmak için turizm faaliyetlerine katılan insanların ziyaret etmeyi düşündükleri ülkede doğal afetlerin veya terör benzeri insan kaynaklı sorunların yaşanması durumunda destinasyon seçiminde hızlı değişimler yaşanmaktadır.

- *Turizm talebi, turizm arzının uzun vadeli yatırımlara sahip olmasından etkilenir.* Arz unsurunun hızlıca artırılmıyor olması talebin seçiminde ikame destinasyonların tercih edilmesine neden olabilmektedir.

- *Turizm talebi, kişilerin gelirlerinden turizm faaliyetleri için özel bir miktarın ayrılmasıyla gerçekleşir.* Turizmin lüks tüketim ürünü olması nedeniyle, kişilerin turizme katılmak için zorunlu ihtiyaçlarını karşılamamanın dışında ayrıca bir paraya sahip olmaları gerekmektedir.

- *Turizm talebi mevsimseldir.* Talebi oluşturan kişilerin ekonomik, sosyal vb. nedenlerle turizm faaliyetlerine belirli dönemlerde daha yoğun katılımları ve belirli turizm ürünlerinin mevsimsellik özellik göstermesi nedeniyle turizm talebi mevsimsellik özelliği taşımaktadır.

- *Turizm talebi bağımsız, özgün, çok yönlü ve dalgalı bir yapıya sahiptir.* Talebi oluşturan kişilerin gelirleri, yaşadıkları ülke, ülkeler arası uzaklık, döviz kuru dalgalanmaları ve ülkeler arası siyasi durumlar vb. pek çok farklı etken turizm talebini etkilemektedir.

1.2. TURİZM TALEBİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Turizm talebinin özünü seyahat oluşturmaktadır (Boyacıoğlu, 2017: 60) ve dünya üzerindeki pek çok insan ufkunu genişletmek, dünyayı görmek, farklı insanlarla tanışmak ve onları anlamak, güzel zaman geçirmek ve dinlenmek, akrabalarını ziyaret etmek gibi pek çok amaçla seyahat etmektedir (Rızaoğlu, 2003: 57). Ancak bu seyahatlerin gerçekleşmesine veya gerçekleşmemesine (Akgündüz vd., 2019: 92), aynı zamanda seyahate çıkan kişilerin sayısına, destinasyona geliş-gidiş için kullanılacak ulaşım kanalına, konaklama sürelerine ve tüm bu süreçte turistlerin yapacakları harcamalara (Kozak, Akoğlan Kozak ve Kozak, 1997: 45) ve genel olarak satın alma sürecine etki eden faktörler bulunmaktadır (İçöz, 2007: 249). Alanyazında bu faktörler ekonomik, sosyal, psikolojik, politik ve diğer faktörler olarak beş başlık halinde ele alınmaktadır (Kozak vd., 1997: 46; Song ve Witt, 2000: 2; Usta, 2009: 95; Çeken, 2016: 70; Kılıç ve Demir, 2017: 75; Ünlüönen vd., 2018: 53-63; Akgündüz vd., 2019: 92).

1.2.1. Ekonomik Faktörler

Turizm aktivitelerine katılmak isteyen kişilerin, temel ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra bu aktivitelere katılacak düzeyde bir geliri olması gerekmektedir. Çünkü bu durum, kişilerin isteklerinin talep sayılabilmesinde temel bir zorunluluktur (Bahar ve Kozak, 2012: 110). Dolayısıyla ekonomik faktörler turizm talebinde önemli bir etkiye sahiptir. Yapılan araştırmalarda turizm talebini etkileyen ekonomik faktörler; gayri safi milli hasıla (kişi başına düşen milli gelir), turistik ürünlerin fiyatları, reklam harcamaları, ekonomik dalgalanmalar ve döviz kuru, ülkeler arası uzaklık ve ulaşım olarak belirtilmiştir (Kozak vd., 1997: 46; Song ve Witt, 2000: 2; Usta, 2009: 95; Çeken, 2016: 70- 73; Özcan, 2016: 45; Akgündüz vd., 2019: 92). Aşağıda bu hususlar kısaca açıklanmaktadır.

Gayri safi milli hasıla: Gelir, yalnızca turizm sektörü için değil, diğer tüm sektörler için en temel zorunluluklardan biridir ve talebin temeli olan gelire etkisiyle gayri safi milli hasıla (kişi başına düşen milli gelir), talebin en önemli etkileyenlerinden biridir. Bu yönüyle gayri safi milli hasılanın yüksek olması, seyahatler için kullanılabilecek geliri artırmakta ve turizm talebini olumlu yönde etkilemektedir. Diğer yandan gayri safi milli hasılanın düşmesi ile azalan gelir ancak kişilerin temel ihtiyaçlarına yetecek, seyahatleri kısıtlayacak ve talep olumsuz yönde etkilenecektir (Usta, 2009: 94). Daha açık bir ifadeyle, gayri safi milli hasılası yüksek ülkeler turist gönderen ülkeler konumundayken, gayri safi milli hasılası düşük ülkeler turist çeken ülkeleri oluşturmaktadır (İnançlı, Ekici ve Babacan, 2012: 16). Ancak bu durum her zaman seçili destinasyonların potansiyel turist sayısını tahminde doğru sonucu vermemektedir. Çünkü arzın kalitesi ile harcanabilir gelir arasındaki ilişki destinasyon seçiminde önemli bir rol üstlenmektedir. Diğer bir deyişle, gelirin artması bazı ziyaretçilerin daha kaliteli destinasyon veya farklı bir turizm türünü tercih etmesine neden olarak bazı destinasyonların talebinde düşüşe neden olmaktadır (Kozak vd., 1997: 48; Aydın, Darıcı ve Taşçı, 2015: 165- 166).

Turistik ürünlerin fiyatları: Turistik ürünlerin fiyatları, gayri safi milli hasılaya benzer şekilde talebi etkileyen en önemli faktörlerden biridir. Çünkü gelir seviyesi sabit olarak ele alındığında turistik ürünlerin fiyatlarındaki artış turistlerin seyahat maliyetlerini artıracak ve satın alma gücünü azaltacaktır. Bunun sonucunda turistlerin ilgileri azalacak ve talepte düşüş yaşanacaktır. Diğer taraftan fiyatların düşmesi maliyetleri azaltacak ve ilgisi artan turistler ile talepte artış yaşanacaktır (Wang, 2009: 80). Bu bakımdan herhangi bir ürünün fiyatında yaşanan artışın talebi düşüreceğini,

fiyatın düşmesi sonucunda da talebin artacağını söyleyen talep yasası, turizm talebinde de aynı şekilde görülmekte ve talep üzerinde “gelir etkisi” ve “ikame etkisi” olmak üzere iki ayrı etkiye neden olmaktadır. Gelir etkisinde turistik ürünlerin fiyatlarının yükselmesi ile turistlerin alım gücü düşecek ve talep olumsuz şekilde etkilenecektir. Diğer yandan turistik ürünlerin fiyatlarının düşmesi ile turistlerin alım gücü artacak ve talep olumlu şekilde etkilenecektir. İkame etkisi ise turistlerin beklentilerini aynı şekilde karşılayabilecek olan iki ayrı üründen ucuz olanı tercih etmesi ve talebin azalması durumudur (Aslan, 1993: 10; Görmüş ve Göçer, 2010: 54; Ünlüöner vd., 2018: 57; Akgündüz vd., 2019: 93).

Reklam harcamaları: Ülkelerin küresel turizm pazarında bir yere sahip olabilmesi ancak talebin varlığıyla mümkün olmaktadır. Bu nedenle sistematik şekilde gerçekleştirilen tanıtım ve pazarlama faaliyetleri destinasyonun farklı ve özgün yönlerini, talebe uygunluğunu vurgulamak açısından önemli bir yere sahiptir. Bu faaliyetler medya reklamcılığı, halkla ilişkiler dahil farklı yöntemler ile gerçekleştirilebilmektedir. Ancak seyahat acenteleri ve tur operatörlerinin genel bilgiler ile sundukları reklamlar daha çok ülkeye yönelik talep düzeyini etkilemekte, destinasyon özelinde ise yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle “destinasyon temelli yöntem” benzeri destinasyon özelinde yöntemler geliştirilmiş ve bölgeler hakkında daha kapsamlı tanıtımların yapılabilmesi sağlanmaktadır. Sonuç olarak, tanıtım harcamaları küreler pazarda talep düzeyini belirlemede dikkate alınması gereken diğer bir önemli etkidir (Song and Witt, 2000: 6-7; Yavuz ve Karabağ, 2009: 114- 115).

Ekonomik dalgalanmalar ve döviz kuru: Döviz kuru “bir ülke parasının diğer bir ülke parası cinsinden değeri” olarak tanımlanabilmektedir (Bayraktutan ve Solmaz, 2019: 59). Araştırmacılar yıllar içerisinde turizm fiyatlarını temsil etmesi adına döviz kuru değişkenliğini turizm talebi analizlerine dahil etmişlerdir. Döviz kurları destinasyona gelen turistler için satın aldıkları mal ve hizmetlerin fiyatını belirlemesi nedeniyle turizm talebini etkileyen bir diğer önemli etkidir (Uğuz ve Topbaş, 2011: 1-4). Örneğin Crouch (1995), meta analiz yöntemini kullanarak 80 adet uluslararası turizm talebi araştırma sonuçlarını inceleyerek döviz kurunun döviz talebinin bir belirleyicisi olduğunu belirtmiştir. Buna uygun olarak Patsouratis, Frangouli ve Anastasopoulus (2005), Akdeniz ülkeleri arasındaki turizm rekabetini incelemiş ve aynı yönde bir sonuca ulaşılmıştır. Ancak döviz kuru değişimleri iki ülke arasındaki yaşam maliyetlerini tam olarak yansıtmaması nedeniyle elde edilen verilerin doğruluğu konusunda araştırmacılar

farklı görüşlere sahiptirler (Eilat and Einlav, 2004: 1317; Uğuz ve Topbaş, 2011: 1-4). Bu yönde Mervar ve Payne (2007) Hırvatistan'daki destinasyonların toplam dış turizm talebinin uzun dönem esneklik tahminlerini oto-regresif dağıtılmış gecikme modeli kullanarak incelemiş ve döviz kurunun turizm talebi için önemli bir belirleyici olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Ülkelerarası uzaklık ve ulaşım: Turizm talebinden söz edilebilmesi için turistlerin turizm arzının bulunduğu yere seyahat etmeleri gerekmektedir. Bu yönden turistlerin ülkeleri ile seçtiği destinasyon veya o bölgenin ikamesi olan destinasyonlar ile arasındaki uzaklık toplam tatil masraflarında değişimlere neden olması nedeniyle turizm talebini ekonomik açıdan etkileyen diğer bir önemli etkidir (Ong, 1995: 370; Çeken, 2016: 71-72; Ünlüönen vd., 2018: 57; Akgündüz vd., 2019: 53). Ülkeler arasındaki mesafe ile turizm talebi arasında zıt yönlü bir ilişki bulunmaktadır (Aslan, 1993: 10-11). Daha açık bir ifadeyle turizm arz unsurları ile talep arasındaki mesafe kısaldıkça talep artış göstermektedir. Diğer yandan mesafe uzadıkça talepte düşüşler gözlemlenmektedir (Crouch: 1995: 144; Aydın vd., 2015: 158; Çeken, 2016: 71-72). Sonuç olarak gelir ve ulaşım arasındaki ilişki turizm talebinin belirlenmesinde dikkate alınması gereken önemli noktalardan birini oluşturmaktadır (Ong, 1995: 370). Turizm talebinde ulaştırma ile artan toplam maliyetler konaklanan gece sayısında veya diğer turizm arz unsurlarının kullanılmasında düşüşe neden olacaktır (Ünlüönen vd., 2018: 57). Ancak turizm sektöründe yaşanan gelişmeler ulaştırma maliyetlerinde düşüşlere neden olmuş ve bu durum sonucunda konaklanan gece sayılarında artışlar yaşanmaya başlanmıştır (Kozak vd., 1997: 49-50; Çeken, Ateşoğlu, Dalgın ve Karadağ, 2008: 84).

1.2.2. Sosyal Faktörler

Turizm talebi, turizm sektörünün özelliklerine uygun olarak ekonomik faktörlerden olduğu gibi sosyal faktörlerden de önemli derecede etkilenmektedir. Talebi etkileyen sosyal faktörler literatürde moda, zevk ve alışkanlıklar, boş zaman, yaş, cinsiyet, aile yapısı, meslek, kentleşme oranı, eğitim düzeyi, toplumsal değer yargıları ve din, dil güçlüğü, nüfus artışı gibi başlıklar altında ele alınmıştır (Bahar ve Kozak, 2015: 122-126; Boyacıoğlu, 2017: 62; Ünlüönen vd., 2018: 58-60). Buna bağlı olarak turizm talebini etkileyen sosyal faktörlere aşağıda kısaca değinilmiştir.

Moda, zevk ve alışkanlıklar: Moda, zevk ve alışkanlıklar turizm talebini farklı açılardan etkilemektedir. Örneğin moda faktörü, turizmde karşımıza snob etkisi olarak

çıkılmaktadır. Snob etkisi nedeniyle kalabalık ve fiyatın talep ile arasındaki olumsuz etki göz ardı edilmekte ve moda olan bölgeye kalabalık ve fiyattan bağımsız olarak büyük ölçülerde talep oluşmaktadır. Zevk ve alışkanlıklar faktörleri de benzer şekilde fiyatın talep üzerindeki etkisinin azalmasına neden olmaktadır. Ancak bu faktörlerde, moda olma yoluyla etkilenme durumundan ziyade talebin öznel bir yapıya sahip olması ile ortaya çıkmaktadır.

Diğer sektörlere yönelik taleplerde olduğu gibi turizm talebinde de moda, zevk ve alışkanlıklar önemli bir etkidir. Söz konusu faktörler, ürün fiyatının talep üzerindeki etkinliğini belirli bir düzeyde azaltmaktadır. Dolayısıyla fiyat-miktar arasındaki ilişkide istisnaların oluşmasını sağlamaktadır (İçöz, 2005: 149; Candela annd Figini, 2012: 110-112; Boyacıoğlu, 2017: 51; Akgündüz vd., 2019: 89).

Meslek: Meslek faktörü kişilerin gelir ve eğitim düzeyleri ile bağlantılı olarak turizm talebini etkilemektedir. Çünkü gelir ve eğitim düzeyi kişilerin meslekleri ve yaşam tarzları ile birebir ilişki halindedir. Meslek gruplarına göre turizm talebi incelendiğinde üst düzey yönetici, iş adamı, CEO (Chief Executive Officer- İcra Kurulu Başkanı) gibi meslek gruplarına ait kişilerin eğitim düzeylerinin ve yaşam standartlarının yüksek olması nedeniyle turizm eğilimleri de yüksek olmaktadır. Ancak örneğin tarım ile uğraşan kişilerin tatil için yeterli gelirlerinin ve zamanlarının olmaması veya iş zamanı ile çakışması nedeniyle turizm eğilimlerinin düşük olduğu görülmektedir. Buna benzer şekilde bağımsız çalışan kişilerin gelirleri ve yaşam standartları yüksek olmasına karşın tatil için işyerlerini kapatmak zorunda olmaları da talebi olumsuz yönde etkilemektedir. Ancak endüstrinin hakim olduğu kentlerde yaşayanlar, sahip oldukları yaşam alanının boğucu ve yoruculuğundan kaçmak istemeleri sonucunda turizm faaliyetlerine çok daha fazla katılım isteği göstermektedirler (Usta, 2009: 97; Rızaoğlu, 2012: 144; Çeken, 2016:74).

Kentleşme oranı ve nüfus artışı: Şehir yaşamında nüfus yoğunluğunun çok daha fazla olması nedeniyle insan hayatında pek çok olumsuzluklar ortaya çıkmıştır. Trafik yoğunluğu, çevresel kirlilikler ve zorlu çalışma hayatı insanların bulundukları yerden kaçmak istemesine ve sessizlik aramasına neden olmaktadır. Dolayısıyla kent yaşamına sahip olan insanların turizm eğilimleri yüksek olmaktadır (Çeken, 2016: 74). Bunun yanında bu grupta yer alan insanlar belirli bir eğitim seviyesine ve dolayısıyla gelire sahiptirler. Bu nedenle söz konusu faktörler ile ilişkisi, kentleşme oranının turizm talebine olan etkisinde belirleyici olmaktadır (Doğan, 2004: 50).

Eğitim düzeyi: Eğitim düzeyi, turizm talebinin diğer bir önemli değişkenidir. Bu anlamda eğitim düzeyi, kişilerin bakış açısını ve öğrenmeye/ keşfetmeye olan ilgileri ile doğrudan ilgilidir. Destinasyon seçiminde önemli bir detay olan “bölgeye yönelik merak”, eğitim düzeyi yüksek kişilerin araştırma ve öğrenme isteğini tetiklemektedir. Diğer yandan eğitim düzeyi gelişmiş ülkelerde meslek ve gelir ile doğrudan ilişkili olarak düşünülmektedir. Dolayısıyla eğitim seviyesi yüksek bir kişinin turizm faaliyetlerinin temel gereksinimi olan boş vakit ve yeterli gelir koşulunu daha rahat karşılamakta bunun sonucunda turizm faaliyetlerine katılım oranı daha yüksek olmaktadır. Ancak bazı yüksek eğitim gerektiren mesleklerin yoğun çalışma temposuna sahip olması veya yüksek gelir getiren mesleklerin turizm sezonu ile çakışması benzeri nedenler kendi alanlarında detaylandırılarak incelenmelidir. Diğer yandan sosyal turizm’in ortaya çıkışı yüksek eğitim düzeyine sahip kişilerin yanında orta ve düşük gelir grubundaki kişilerin de turizme katılmasına olanak sağlamıştır. Bu durum turizme katılım oranlarında bir yaklaşma sağlamışsa da eğitim düzeyi bölge seçiminde ayırt edici bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır (Toskay, 1978: 124; Akat, 2000: 19-20; İçöz, 2005: 143-144).

Boş zaman: Boş zaman, turizmin temel gereksinimlerinden biridir. Dolayısıyla herhangi bir boş zamana sahip olunmaması direkt olarak turizm talebini etkilemektedir. Diğer yandan boş zamanın dinlenme zamanı olarak görülmesi ve çalışma saatlerinin sekiz saat ile sınırlandırılması ve haftalık/ yıllık izinler ile bu dinlenmenin sağlanmaya çalışılması talep üzerinde olumlu bir etki yaratmaktadır. Çünkü insanlar beden ve psikolojik olarak yoğun şekilde çalışmakta ve sahip oldukları boş zamanlarda farklı yerlere gitmek, yeni şeyler görmek ve eğlenmek istemektedirler (Doğan, 2004:32; Rızaoğlu, 2012: 138; Bahar ve Kozak, 2015: 110; Özcan, 2016:53).

Yaş: Turizm talebi hakkında pek çok araştırma yapılmıştır ve bu araştırmalar sonucunda yaş faktörünün önemli bir yere sahip olduğu görülmüştür (Usta, 2009: 97). Çünkü kişilerin sahip olduğu bilgi ve yaşam koşulları yaş faktörü ile değişiklik göstermektedir. Bu durumda bilgi edinme isteği ve boş zamanı fazla, sorumlulukları az olan genç yaş grubunun turizm eğilimi yüksektir. Benzer şekilde emekli olmuş ve dolayısıyla boş zamanı fazla olan, bakmakla yükümlü olduğu kişiler bulunmayan ileri yaş grubunun da turizm eğilimi yüksek olmaktadır. Ancak aktif çalışma hayatına ve aile sorumluluklarına sahip olan orta yaş grubunda bulunan kişilerin önceliklerinin farklı olması nedeniyle talep eğilimleri düşüktür (İçöz, 2005: 141).

Cinsiyet: Turizme katılma isteği bakımından cinsiyetler arasında bir farklılık olmamasına karşın, seyahatlerin niteliği ve kişilerin hayat koşullarındaki farklılıklar cinsiyete göre değişiklik göstermektedir. Dolayısıyla cinsiyet de turizm talebini etkileyen faktörlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bakımdan ülkeler arasında geleneksel yaşam tarzını sürdüren toplumlarda erkeklerin daha çok turizme katıldığı görülmektedir. Ancak endüstri toplumlarında kadınların çalışma hayatında aktif olmaları ile kazandıkları ekonomik ve sosyal bağımsızlıklar doğrultusunda turizme katılımı kadın yoğunluğu artmaktadır. Diğer yandan kadınlar daha çok grup ve küme gezilerini tercih ettiği ve seyahat süresinin erkek katılımcılara göre daha uzun olduğu, erkeklerin ise transit seyahatleri tercih ettiği görülmektedir (Akat, 2000: 41; Rızaoğlu, 2012: 145).

Aile yapısı: Yapılan araştırmalar aile yapısının turizm talebi üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Bu bakımdan evli ve küçük yaşta veya çok çocuğa sahip olan aileler turizm faaliyetlerine daha az katılım gösterirken, bekar veya daha az çocuğa sahip ailelerin turizm faaliyetlerine katılımının daha fazla olduğu görülmektedir (Doğan, 2004: 46; Çeken, 2016: 73). Çünkü aile birliği yanında belirli sorumluluklar getirmekte ve bu sorumluluklara sahip kişiler için turizm, kişilerin öncelikleri arasında yer alamamaktadır (İçöz, 2005: 141).

Dil güçlüğü: Turizme katılacak olan kişilerin konuşabildiği veya konuşamadığı diller, özellikle destinasyon seçiminde büyük bir öneme sahiptir. Özellikle yabancı dil bilen kişinin az olduğu ülkeler diğer ülkelere nazaran daha az talebe sahiptirler. Bunun yanında turistler dil bilgisi nedeniyle bazen bildikleri veya ana diline yakın dillerin konuşulduğu ülkeleri bazen ise bulundukları ülkeden çıkmamayı tercih etmektedirler. Ancak yıllar içerisinde paket tur ve turist rehberlerinin sayılarının artması, dil güçlüğü nedeniyle gerçekleştirilemeyen seyahatlerin sayılarını azaltmıştır (Usta, 2009: 97; Çeken, 2016: 73).

Toplumsal değer yargıları ve din: Toplamlar, belirli değer yargılarına ve dini inançlara sahiptirler. Dolayısıyla kişilerin içsel dünyalarını etkileyen bu faktörler turizm talebi üzerinde belirli bir etkiye sahiptir. Örneğin dünya üzerinde pek çok dini alan, inananlarının hac görevi ile ziyaret edilmektedir. Benzer şekilde tatiller akraba ziyaretleri ile değerlendirilmektedir. Ancak endüstrileşme sonucunda toplumların yaşayışının değişmesi sonucunda bu açıdan farklılar yaşanmıştır. Bunun sonucunda dini bayramlarda dahi kişiler akraba ziyaretleri yerine farklı turizm türlerine yönelmektedirler. Diğer yandan din, toplumların yaşamlarında ana unsur konumunu kaybetmesiyle inanç

turizmine olan talep de değişmiştir. Ancak yok olmuş veya sayılar çok azalmış değildir. Bunların yanında bazı kişiler inandıkları din için özel olan bölgelere yakın yerlerde tatil yapmayı seçebilmektedir (Doğan, 2004: 42- 43; Bahar ve Kozak, 2015: 125-126).

1.2.3. Psikolojik Faktörler

İnsan davranışlarının şekillenmesinde en önemli faktörlerden birini gereksinimler oluşturmaktadır. Abraham Maslow bu gereksinimleri “ihtiyaçlar hiyerarşisi” oluşturarak kategorilere ayırmıştır. Maslow’un bu “ihtiyaçlar hiyerarşisi”nde gösterdiği üzere temel gereksinimlerin karşılanması sonrasında karşımıza çıkan psikolojik gereksinimler (sosyal gereksinimler, kendini kanıtlama ve kişisel bütünleşme gereksinimi) insanların turizme katılım göstermelerindeki temel nedenlerden bazılarıdır. Dolayısıyla kesin nedenleri bilinemeyecek olsa dahi psikolojik faktörler turizm talebini etkileyen önemli faktörlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Barutçugil, 1982: 24-25). Çünkü özellikle endüstri devrimi sonrası yaşayış tarzındaki değişimler insanların daha çok yorulması, yalnızlaşması, stres oranının artması benzeri olumsuzluklara yol açmaktadır. Dolayısıyla insanlar turizm faaliyetlerine katıldıkları süreçlerde yeni yerleri görme ve yeni insanlarla tanışma fırsatı yakalayarak hissettikleri olumsuzluklardan uzaklaşmaktadırlar (Rızaoğlu, 2012: 115).

1.2.4. Politik Faktörler

Turizmin liberal bir özelliği sahip olması, politik konuları ülkeler için özellikle dış turizm talebinin önemli bir etkileyeni olarak karşımıza çıkarmaktadır. Ülkeler arası siyasi durumların iyi olmaması ülkeler için önemli ölçüde maddi ve manevi kayıplara neden olacaktır. Bu anlamda Yenişehirlioğlu, Salha ve Şahin’in (2016) 2015 Kasım ayında meydana gelen uçak düşürülmesi krizi sonrası yapmış oldukları araştırma sonucunda kısa zamanda Rus pazarında -%53’lük bir küçülme ve 19.158.782 \$ maddi zarar tespit etmişlerdir. Deniz ve Zengin’in (2018) yapmış oldukları araştırma sonucunda ise siyasi gündemin Avrupa halkını olumsuz etkilediği ve 2015/16 yılları arasında turist sayısında toplam 2.740.403, turizm gelirinde 2.06 milyar dolar düşüş gözlemlenmiştir. Bu tarz politik krizler son yıllarda özellikle Orta Doğu ve bazı Afrika ülkelerinde gerçekleşmektedir. Sonuç olarak ülkeler arası iletişime bağlı olarak ortaya çıkan politik faktörler turizm talebini kısa dönemde büyük boyutlarda etkilemektedir (Frechtling, 2001: 212; Doğan, 2004: 40; Çeken vd., 2008: 84; Bahar ve Kozak, 2015: 126; Yenişehirlioğlu, Salha ve Şahin, 2013: 57; Yenişehirlioğlu, Salha ve Şahin, 2016: 74;

Durgut, Canbulut, Metin, 2017: 180- 18; Deniz ve Zengin, 2018: 5-15; Şahin ve Güzel, 2020: 273- 276).

1.2.5. Diğer Faktörler

Turizm talebi, yüksek esnekliğe sahip olması nedeniyle ekonomik, politik, psikolojik faktörlerin yanında terör olayları ve doğal afetlerden de hızlı şekilde etkilenmektedir. Sonuç olarak insanlar turizm faaliyetlerine genel olarak dinlenmek ve yeni yerler görmek amacıyla katılmaktadırlar. Bu sırada can ve mal güvenliğinin sağlandığından emin olmak, huzurlu ortamlarda bulunmak istemektedirler (Yenişehirlioğlu, 2013: 57; Karaoğlu, 2019: 86). Yapılan araştırmalar terör olaylarının turizm talebini ve dolayısıyla turizm gelirlerini negatif yönde etkilediğini göstermektedir (Yılmaz ve Yılmaz, 2005: 54; Demirci ve Demirci, 2017: 189; Künü ve Eren, 2018: 1477). Ancak bu etkiler ülkelerin gelişmişlik düzeylerine göre farklılıklar gösterebilmektedir (Akıncı ve Yılmaz, 2015). Bir yandan doğal afetlerin yaşandığı destinasyonlara yönelik turizm talebinde değişimler yaşanırken, diğer yandan afet alanında bulunan halkın öncelikli harcamalarında yaşanan değişimler sonucunda o bölgeden turizm amaçlı ayrılışlar da azalmaktadır (Emekli, 2001: 199).

2. ŞANLIURFA İLİ VE SAHİP OLDUĞU ÇEKİCİLİKLER

Şanlıurfa ili, Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan ve ilk yerleşimlerin binlerce yıl öncesine tarihlendiği köklü bir şehirdir. Tarihinin bu kadar eskilere dayanmasının nedeni ise sahip olduğu konumdur. “Bereketli Hilal” adı verilen eski çağların en verimli topraklarında yer alan Şanlıurfa, yaşam alanı olarak seçilmesinin yanı sıra başka alanlara ulaşmak için geçiş noktası olarak kullanılmıştır (Akbıyık, 2002: 3). Şehrin ilk kuruluşu hakkında farklı görüşler savunulmaktadır. Bunlardan biri, yaşanan büyük Nuh Tufanı sonrası kurulmuş olan 18 şehirden biri olduğu yönündeki görüştür (Maraş, 1986: 24). Diğer bir görüşe göre ise Grek tanrısı Hermes'in (diğer kültürlerde Enoch, İdris peygamber, Uhnud olarak da bilinir) insanlara şehir inşa etmeyi öğrettikten sonra kurulmuş olan 180 şehrin en küçüğünün Şanlıurfa olduğudur. İslam kaynaklarında İdris Peygamberin Nuh Peygamberden önce yaşadığı kabul edilmesi nedeniyle bu görüşe göre Şanlıurfa, büyük tufan öncesi kurulmuştur. Bu görüşlerin yanında şehrin, Nemrut tarafından kurulan üç şehirden biri olduğu görüşü de bulunmaktadır (Şanlıurfa Belediyesi, 2022). Kuruluşu hakkında pek çok farklı rivayet bulunmasına karşın bu toprakları belirli dönemlerde Sümerler, Hititler, Aramiler, Asurlular, Medler, Persler,

Grek, Doğu Romalılar, Araplar ve son olarak Türkler hakimiyeti altına almış ve yaşamıştır (Maraş, 1986: 24; Ekici, 2019: 357).

Kuruluşu çok eskilere dayanan ve dolayısıyla ilkleri hakkında kesin bilgileri bulunmayan Şanlıurfa'nın yıllar içerisinde sahip olduğu isimler tahminlerden oluşmaktadır. Bu teorilerden birine göre şehrin ilk ismi Süryanice “Orhai”dir. Bu kelime Arapça “Vurhai” kelimesine dayandırılır ki bu kelimenin anlamı “suyu bol” demektir. Yıllar içerisinde “Orke”, “Orha” şeklinde kullanımlar sonucu bugünkü Urfa şeklini almıştır. Diğer yandan Urfa kelimesinin Latince “Orrpei (pınar veya kale)” kelime kökenine sahip “Urhai” kelimesinden geldiği de düşünülmektedir. Son olarak ise Sümerlerde etrafı hendekli şehirler için kullanılan “Ur”kelimesinden geldiği düşünülmektedir. İslamiyet öncesi dönemde Mudaroğulları tarafından şehre kısa bir süreliğine “Diyar-ı Mudar” adı verilmiş olsa bile İslami yönetimin bölgede hakim olması ile şehir ismi “Ruha” olarak kullanılmıştır. Bugün kullanılan Urfa isminin buradan geldiği de düşünülmektedir (Maraş, 1986: 23-24). Cumhuriyet dönemi boyunca “Urfa” olarak bilinen şehir, Kurtuluş savaşında Fransızlara karşı vermiş oldukları mücadelenin anısına 12 Haziran 1984 yılında çıkarılan kanunun 22 Haziran 1984 yılında resmi gazetede yayınlanması ile “Şanlı” ön ekini almıştır (Şanlıurfa Kültürü Sözlüğü :94). Sonuç olarak Şanlıurfa gibi köklü şehirler üzerinde pek çok farklı medeniyet yaşamış ve yaşadıkları süreç içerisinde de şehre farklı isimler vermişlerdir. Elbette şehrin bu kadar farklı ve önemli eserlere sahip olmasının nedeni il genelinde yer alan önemli alanlardaki yaşanmışlıklardır (Kürkçüoğlu, 1990: 5; Karlıklı, 1998: 35). Bu önemli destinasyonlardan bazıları aşağıdaki gibi belirtilmiştir (Şanlıurfa Belediyesi, 2022).

Harran (bkz. Fotoğraf 1): Harran ismine ilk kez MÖ ikinci binin ilk zamanlarında Kültepe ve Mari tabletlerinde karşılaşılmaktadır. Bu tabletlerde Harran ismi “Har ra na” olarak geçmektedir. Bu isim Sümerler ve Akadlar’ın “seyahat-kervan” anlamında kullandığı, diğer yandan Asur ve Keldani dillerinde “yol” anlamına gelen “Haranı” kelimesinden türetilmiştir. Bunun nedeni Harran’ın tarih boyunca ticaret merkezi olarak görülen şehirlerden bir tanesi olmasıdır. Ancak Harran yalnızca ticaret alanıyla değil diğer yandan dinlerin ilkleriyle de bağlantılıdır. Örneğin; Hz. Adem ve Hz. Havva’nın cennetten kovulduktan sonra Harran Ovasına indirildiği düşünülmektedir. Bu anlamda Harran, Semavi dinler için insanlık tarihinin başladığı nokta konumundadır.

Fotoğraf 1. Harran Evleri



Kaynak: Fotoğraf Araştırmacıya Aittir

Diğer yandan Mezopotamya dini uzun yıllar bu topraklarda kutsal olarak kabul edilmiş ve bu kapsamda Ay Tanrısı Sin, Güneş Tanrısı Shamas gibi tanrılar ile gezegenlere ve yıldızlara tapınım gerçekleştirilmiştir. Harran; tarih boyunca Babil, Keldani, Hitit, Med, Pers, İskender Krallığı, Roma, Doğu Roma ve İslam devletleri gibi farklı milletlerden ve farklı dinlerden olan yönetimlerin eline geçmiştir. Bununla birlikte yıllar içerisinde İslam ve Hristiyanlık inancı yaygınlaşmasına rağmen bölgede yaşayan insanlar kendi inançlarını yaşatmaya devam etmişlerdir. 830 yılında Halife el Menun Harran sakinlerini Semavi dinlerden birine inanmak zorunda bırakmış, kabul etmeyenlerin infaz edileceğini söylemiştir. Hal böyle olunca Mezopotamya dinine inanan kişiler “Sabiilik” inancını benimsemiş ve Harran Sabiiliğin önemli merkezlerinden biri haline gelmiştir. Harran, dini ve ticari merkez olmasının yanında eğitim alanında da önemli bir konumdadır.

Fotoğraf 2. Harran Üniversitesi Kalıntıları



Kaynak: Fotoğraf Araştırmacıya Aittir

Burada bulunan üniversite (bkz. Fotoğraf 2), kaynaklarda dünyanın ilk üniversitesi olarak belirtilmektedir. Yapı, MS 718- 913 yıllarına tarihlendirilmektedir. Bazı kaynaklar ilk inşasının ve kullanılışının İslam devletleri döneminde olduğunu söylemesine karşın, bazı araştırmalar yapının İslam öncesi dönemlerde yapıldığını ancak Abbasi Halifesi Harun Reşid zamanında gelişerek ün kazandığını belirtmektedir. Pek çok bilim alanında eğitimlerin verildiği Antik Harran Okulu (Antik Harran Üniversitesi) özellikle tercüme alanında döneminin merkezi konumunda bulunmuştur. Sonuç olarak Harran, ticari, dini ve ilmi pek çok farklı açıdan dünyanın ilklerini barındıran önemli alanlardan biridir (Green, 1992: 1-2; Karlıklı, 1998: 50, 154-155; Öcal, Güler ve Mızrak, 2001: 42- 47; Harran Kaymakamlığı, 2022).

Balıklı Göl-Halil-ür Rahman Gölü- (bkz. Fotoğraf 3) ve *Urfa Kalesi*: Balıklı Göl, aslen içerisinde pek çok farklı yapı bulunduran büyük boyutlu alana verilen genel isimdir. Sahip olduğu manevi değer, şehir içerisindeki konumu, alışveriş imkânı ve boyutu ile ulusal ve uluslararası düzeyde önemli bir yere sahiptir. Alana adını veren göl alanı dini açıdan incelendiğinde Semavi dinlerin ortak atası olarak kabul edilen Hz. İbrahim karşımıza çıkmaktadır. Oluşumu içinse Kur'an'ı Kerim'in Enbiya suresinin 51.- 70. ayetleri arasında Hz. İbrahim'in dönemin inancına ait putları kırdığı ve yakılarak cezalandırılmak istenmesi sonucu yakılan büyük ateşin suya dönüşmesi anlatısı ile

bağdaştırılmakta ve hatta halk arasında ateşi oluşturan odunların Balıklıgöl'ün balıklarına dönüştüğüne inanılmaktadır.

Fotoğraf 3. Balıklı Göl-Halil-ür Rahman Gölü



Kaynak: Fotoğraf Araştırmacıya Aittir

Hiz. İbrahim'in bu ateşe kale üzerinde bulunan sütunların arasına kurulan mancınık ile atıldığı düşünülmektedir. Bu sütunlar Orsoene kralı Eftuha tarafından Kral Menon'un kızı Şelmet adına yaptırmış ve bunu kitabesinde açıkça belirtmiştir. Anlatının devamında ise ateşin ve odunların su ve balıklara dönüştüğünü gören Nemrud'un kızı Zeliha'nın iman etmesi sonrası babası tarafından yakılan diğer bir küçük ateşe atıldığı aktarılmaktadır. Balıklı Göl alanı içerisinde bulunan Ayn Zeliha gölü de bu şekilde ortaya çıkmıştır. Rivayete göre bu göller(havuzlar) içerisinde bulunan balıklar 1974 Kıbrıs Barış Harekatı döneminde bir anda ortadan kaybolmuş ve savaşa katılmışlardır. Bir zamanlar göl içerisinde bulunan yamuk balıkların ise savaştan dönen balıklar olduğuna inanılmaktadır (Maraş, 1986: 25; Altuntaş ve Şahin, 2013: 356- 358; Soylu, 1991: 96 ve

Kürkçüoğlu, 2002: 271’den akt. Arslan, 2015; Ayva, 2019: 238; Karaşah ve Çelik, 2021: 776).

Fotoğraf 4. Halfeti Genel Görünümünden Bir Kesit



Kaynak: Fotoğraf Araştırmacıya Aittir

Halfeti (Bkz. Fotoğraf 4): Şanlıurfa’nın merkez ilçelerinden biri olan Halfeti’nin ilk kuruluş yeri kolay savunma ve dolayısıyla güvenli bir ortam sağlaması nedeniyle Fırat Nehri ile Merzuman Deresi’nin birleşim noktası olan Rumkale (Gaziantep- Nizip ilçesi sınırları içerisinde) olarak seçilmiştir. İlerleyen yıllarda halk yerleşimini Fırat Nehri kıyısında alüvyon içeren verimli arazilerin olması ve coğrafi özellikleri nedeniyle sahip olduğu mikroklima ile çevre ilçelere göre tarım açısından avantajlı olan bu arazilerin çevresine taşımıştır. Ancak 2000’li yıllarda yapılan Birecik Barajı nedeniyle Başbostan Mahallesi’nin tamamı, Çekem Mahallesi’nin büyük bir kısmı ile Şimaliye ve Rüştiye Mahallelerinin bir bölümü sular altında kalmıştır. Baraj yapımı öncesinde de ilçe merkezi bu kez “Yeni Halfeti” olarak adlandırılan “Karaotlar Mevkii”ne geçmiştir. Günümüzde Şanlıurfa iline bağlı bir ilçe olmasına karşın alanın batısında Gaziantep iline bağlı üç (Araban, Yavuzeli ve Nizip), kuzeyinde Adıyaman iline bağlı bir (Basmı), doğusunda ve güneyinde Şanlıurfa iline bağlı iki (Doğu-Bozova, Güney- Birecik) olmak üzere üç ayrı şehrin ilçeleri görülmektedir (Boyras ve Bostancı, 2016: 83- 88). Halfeti aynı zamanda

dünyada “siyah gül”ün yetiştiği tek alandır. Bu gülün özelliği henüz tomurcukken siyah, tamamen çiçek açtığında ise koyu kırmızı bir renge sahip olmasıdır. Diğer yandan ilçe Türkiye’nin Cittaslow (yavaş şehir) hareketi içerisinde bulunan ilçelerinden biridir. Bu durum alanı turizm bakımından olumlu etkilemesine karşın, gerekli önlemlerin alınmaması ilçeyi doğal ve kültürel bozulmalara açık hale getirmektedir (Olca, 2017: 1342; Şanlıurfa Şehir Rehberi, 2022: 40-41).

Germüş Kilisesi: Bir Ermeni kilisesi olan Germüş Kilisesi, Şanlıurfa il merkezine 10 km uzaklıkta bulunan Germüş Köyünde bulunmaktadır. Germüş dağı eteklerinde kurulmuş olması nedeniyle günümüzde bu köyün ismi “dağeteği” olarak da bilinmektedir. Neredeyse 3000 yıl yerli halk ile birlikte yaşamış olan Ermeniler, yaşadıkları dönemde doğal olarak şehre inandıkları dinin ibadethanelerini inşa etmişlerdir. Yapılışı 19. yy’a tarihlenen kilise, taştan iki katlı bir yapı olarak inşa edilmiştir. Alan; içerisinde bulunan akarsu, kilise ve kilisenin toplantı meydanından oluşmaktadır (Ertaş, 2016: 1; Şanlıurfa Belediyesi, 2022).

Deyr Yakup (Yakup Manastırı): Kent merkezine 10 km uzaklıkta, güneydeki dağların üzerinde MÖ birinci yüzyılda bir Pagan tapınağı inşa edilmiştir. Alanın Hristiyanlıkla anılması ve adı hakkında farklı görüşler bulunmaktadır. Görüşlerden biri Aziz Yakub (Aziz Hagop Midzpinetsi)’un o zamanlar kullanılmayan bu tapınak yapısında kış dönemlerinde inzivaya çekilmiş olmasıdır. Diğer bir görüşe göre ise Suruçlu Aziz Yakub (Suruç Başpapazlarından) bu alanı manastır olarak kullanmıştır. Ancak şehrin en önemli simgesi Hz. İbrahim’in döneminde yaşadığı düşünülen Kral Nemrut’un bu alanı Sayfiye (yazlık yer) alanı olarak kullandığı düşünülmesi nedeniyle alanın ismi “Nemrut’un Tahtı” veya “Cin Değirmeni” olarak da anılmaktadır. Günümüzde alanda içinde Arkosoliumların (üzerine ölü konan niş) da bulunduğu manastır yapısı, Ma’nu oğlu Şarede’nun karısı Ameşşemeş’in anıt mezarı, keşiş mağaraları ve sarnıçları bulunmaktadır. Manastır yapısında bulunan Arkosoliumların Edessa kralları için yapılmış olduğu düşünülmektedir. Ameşşemeş (Güneşin Hizmetçisi)’e ait olan anıt mezarın ise iki satırlık bir kitabe bulunmaktadır. Bu kitabenin ilk satırı Grekçe ve ikinci satırı ise Palmira Süryanicesi ile yazılmıştır. Ayrıca Edessa Krallığının kurucuları olan Aryu Hanedanlığının MÖ birinci yüzyılda yaşaması nedeniyle alanın o dönemde inşa edildiği düşünülmektedir. Bunun yanında kitabenin MS ikinci yüzyıl sonu ile üçüncü yüzyıl başına tarihlenmesi de söz konusudur. Bu iki yorum değerlendirildiğinde alanın MÖ inşa edilip Hristiyanlığın ilk dönemlerinde de kullanılmış olduğu sonucuna varılabilir

(Koçoğlu, 2006: 155; Kürkcüoğlu, 2019: 26-27; Şanlıurfa Şehir Rehberi, 2022: 14; Şanlıurfa Belediyesi, 2022).

Reji Kilisesi: Aziz Petrus ve Aziz Paulus adındaki iki havari anısına yapılmış olan kilisenin ilk inşası altıncı yüzyıla dayanmaktadır. 1861 yılında eski kilisenin kalıntıları üzerine yeniden inşa edilen yeni kilise, 1924 yılında Tekel idaresi tarafından tütün fabrikası ve üzüm deposu olarak kullanılmıştır. Bu nedenle halk “Tekel” anlamında kullanılan Fransızca “Regie (Reji)” kelimesini kullanarak kiliseye “Reji Kilisesi” adını vermiştir. Kilise içerisinde bulunan yazılı mezar taşları Şanlıurfa müzesinde koruma altına alınmıştır. 1998 yılında restore edilen kilise, 24 Mayıs 2002 tarihinde “Vali Kemalettin Gazezoğlu Kültür Merkezi” olarak kullanılmış ve günümüzde bazı sosyal faaliyetlere ev sahipliği yapmaktadır (Şanlıurfa Belediyesi, 2022; Şanlıurfa Şehir Rehberi, 2022: 13-14).

Tüm bu eserlerin yanı sıra keşfinden itibaren insanlık tarihi hakkında önemli gelişmelerin yaşanmasına neden olan Göbeklitepe (Kaygalak Çelebi, 2020: 2), şehrin sahip olduğu en değerli eserlerden biridir.

3. GÖBEKLİTEPE ARKEOLOJİK KAZI ALANIN KEŞFİ

Göbeklitepe’ye dair ilk kayıtlı bilgiler, 1975 yılında tamamlanan, İstanbul ve Chicago Üniversitelerinin ortak çalışması ile gerçekleştirilmiş olan ve dolayısıyla yerli ve yabancı pek çok arkeoloğu bünyesinde barındıran Güneydoğu Anadolu Tarihöncesi Araştırmaları projesinde yer almaktadır. Alanda yüzey araştırması yapan arkeolog Peter Benedict Göbeklitepe’nin ismini alanda bulunan taş mezar ve yakınındaki köyden aldığını belirtmiştir. Peter Benedict alanın coğrafyasını “*Güneydoğu’ya doğru uzanan yüksek bir kireçtaşı sırtın üzerinde, aralarında hafif çökmeler bulunan , kırmızı topraktan yuvarlak başlı tepecikler topluluğu; bu tepecikler dışında kireçtaşı sırt topraksızdır. Tepecikler topluluğunun toplam çapı 150 m’dir ve kayalık, kırmızı toprak kireçtaşının bitiminde 20 m daha yükseğe çıkar. En yüksek olan iki tepeciğin üstü küçük gömütüleriyle kaplıdır. Sırt, Karaharabe köyünün 2.5 km kuzeydoğusundaki, kenarları sarp ve otlu bir sel yatağının doğusundadır.*” şeklinde açıklamaktadır. Yakın çevresinde su bulunmaması nedeniyle yerleşim yeri olmak için uygun bir alan olmamasına karşın sırtın üzerinde ve otluk batı yamaçlarında yapılan sayım sonrası 2996 çakıl taşı ve av malzemeleri bulunmuştur (Benedict, 1980: 137- 140).

Fotoğraf 5. Göbeklitepe Arkeolojik Kazı Alanı Giriş Yolu



Kaynak: Fotoğraf Araştırmacıya Aittir

Benedict sonrasında alan 1994 yılı Ekim ayında Klaus Schmidt'in ziyaretine kadar incelenmemiştir. Schmidt o dönemde doçentlik tezinin bir parçasını oluşturan Şanlıurfa'da bulunan tüm Taş Çağı buluntu yerlerini ziyaret etmek istemiştir. Alanı ararken Nevali Çori kurtarma kazısında da bulunmuş olan arkeolog arkadaşıyla karşılaştığı Şafak Yıldız, onları alana götürmesi için bir genç çağırmış ve taksi ile alana gidilmiştir (Bkz. Fotoğraf 5). Önceki keşfi gerçekleştiren Benedict'in aksine Nevali Çori de bulunan T dikili taşları hakkında bilgilere sahip olan Schmidt, alana geldiği an çok etkilenmiştir. Bu şaşkınlığını şu sözlerle dile getirmiştir; *“Daha uzaktan bakıldığında bile, buranın şimdiye kadar bilinen yerlerle karşılaştırılamayacak bir yer olduğu belli oluyordu. Platonun en yüksek noktasında yükselen Göbeklitepe, sanki bu çevreye ait değilmiş gibi göze batıyordu.”*

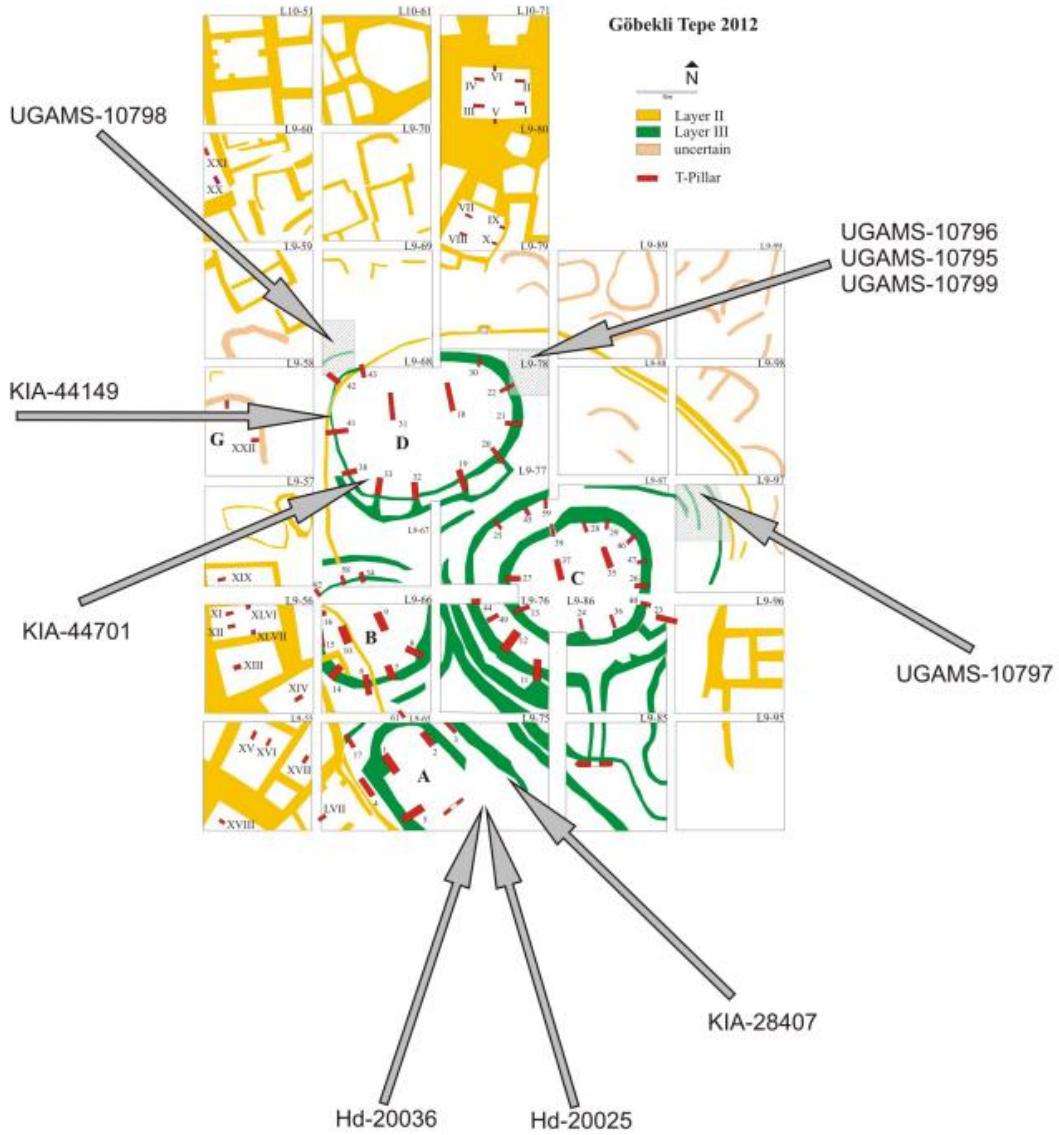
Yaptığı ilk incelemeler sonucunda alanın insan etkisiyle oluşmuş olabileceğini düşünmüş ve bölgenin tapınak mimarisinin karakteristik ögesi olarak bilinen T dikili taşlarını bulmuştur (Schmidt, 2007: 19-27). Söz konusu “T” dikili taşları, Çanak Çömleksiz Neolitik A döneminin kamu mimarisinde karakteristik bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır (Karacalı, 2018: 48).

4. GÖBEKLİTEPE ARKEOLOJİK KAZI ALANINDAKİ MİMARİ DÜZEN

Göbeklitepe'nin en eski yapıları MÖ 10.000'li yıllara yani Neolitik Dönemin başlarına tarihlenmektedir. Neolitik dönem, insanların yerleşik hayata geçmeye ve tarım yapmaya başladığı dönemi oluşturmaktadır. Ancak bu dönem, çanak çömlek kullanımı dikkate alınarak “Çanak Çömleksiz Neolitik” ve “Çanak Çömlekli Neolitik” olarak ikiye ayrılmıştır. Göbeklitepe'nin ilk dönemlerini içerisinde barındıran Çanak Çömleksiz Neolitik dönem ise yerleşik hayat ve tarım denemelerinin başlanması ve tam anlamıyla tarım yapılması durumları dikkate alınarak kendi içerisinde Çanak Çömleksiz Neolitik A (Erken Neolitik), Çanak Çömleksiz Neolitik B (Orta Neolitik) ve Çanak Çömleksiz Neolitik C (Geç Neolitik) şeklinde gruplandırılmıştır. Göbeklitepe'nin de içerisinde bulunduğu “Bereketli Hilal” alanında bu dönemlere ait pek çok yerleşim yeri bulunmaktadır. Ancak Göbeklitepe içerisinde bulunan yapılar, bu yerleşim yerlerindeki konut mimarisi ile değil, alanlar içerisinde bulunan ve özellikle insan boyundan büyük olması ile dikkat çeken kamu mimarisi ile ortak özelliklere sahiptir. Dolayısıyla Göbeklitepe yapıları birer yaşam alanı olarak değil, toplu kullanım için inşa edilmiştir. Bu bilgiler ışığında Göbeklitepe alanı içerisinde bulunan bu kamu yapıları inşa edildikleri döneme uygun şekilde biçimsel farklılıklara sahiptir (Öztan, 2009: 1-5; Atakuma, 2014: 9-31; Schmidt, 2018: 32- 90; Karacalı, 2018: 36-49; Shea, 2019: 247- 249; Ayhan, 2020: 50-91).

Dietrich, Köksal-Schmidt, Notroff ve Schimidt' in 2013 yılında yapmış oldukları alan radyokarbon analizi sonuçlarına göre Göbeklitepe 3 katmanda ele alınmıştır. En eski katman olan Katman 3, erken neolitik dönemine tarihlenmektedir. Daha yeni olan Katman 2 Orta Neolitik dönemin başı ve ortalarına, en yeni olan Katman 1 ise, en yeni dönem olarak mimari kalıntıların olmadığı Orta çağ ve modern döneme tarihlenmektedir (Bkz. Şekil 1).

Şekil 1. Göbeklitepe Yapı Topluluğu Şeması (Karbon 14 testi sonuçları)



Kaynak: Dietrich, Köksal-Schmidt, Notroff ve Schmidt, 2013: 38

Katman 3’de bulunan yapılar incelendiğinde bu yapıların ortasında karşılıklı duran ve diğerlerinden daha büyük olan iki T dikilitaşı görülmektedir. Bu iki ana dikilitaşın etrafı ise bir daire oluşturacak şekilde daha küçük betimlenmiş dikilitaşlar (T biçimli) ile çevrilidir. Katman 2 ise genellikle iki veya bir tane eskilerine göre daha küçük dikilitaşın bulunduğu, bazen ise hiç dikilitaşın bulunmadığı daha köşeli yapılardan oluşmaktadır. Yapılan kazılar ile açığa çıkarılmış olan ve yaygın olarak bilinen yapılar ise bulunuş sırasına göre A, B, C ve D olarak isimlendirilmiş olan 4 yapıdır. Bu yapıların hepsi dairesel yapılar olarak kabul edilmesine karşın ilk yapılarda belirgin bir daire-oval mimari bulunurken, daha sonra inşa edilen yapıların gittikçe daha köşeli yapılara evrildiği görülmektedir. Diğer yandan en yeni yapı olarak kabul edilen A yapısının inşasında (alandaki botanik kalıntılara yapılan radyokarbon analizlerine göre MÖ 8900’lere

tarikhlenmektedir) yaklaşık 80 cm boyunda özenle yontulmuş taşlar kullanılmış ve daha sağlam bir duvar oluşturulmuştur. Ancak yapılarda geriye gidildikçe daha çok kabataşların ve yeniden kullanılan taşların bulunduğu görülmektedir. Dolayısıyla en eski yapılar daha büyük ve yıpranmışken, daha yeni olan yapılar çok daha küçük ve daha az zarar görmüştür. Ancak ortada bulunan iki dikilitaşın merkez kabul edilerek çevresine daha küçük dikilitaşların yerleştirilmesi ve dikilitaşların güneybatı- kuzeydoğu yönünde sıralanmış olması ve aynı dönemde farklı yerlerde bulunan konut olarak kullanılan yapılara göre daha büyük olmaları ortak özellikler olarak karşımıza çıkmaktadır (Atakuma, 2014: 10; Schmidt: 2018: 144- 123; Karacalı, 2018: 71; Shea, 2019: 247-248).

Fotoğraf 6. Göbeklitepe D Yapısı Görseli



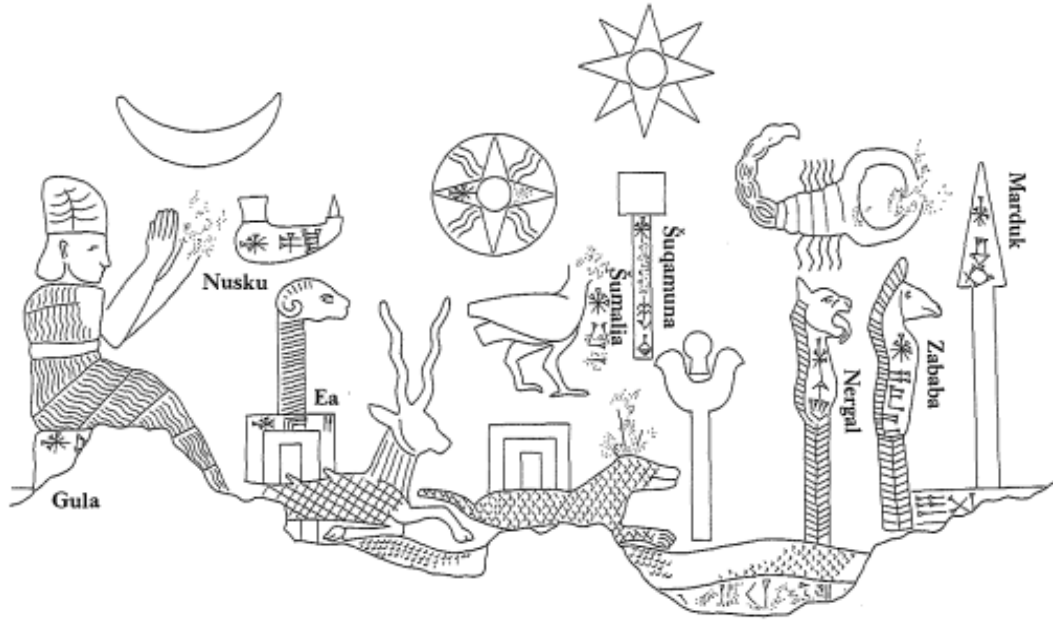
Kaynak: Fotoğraf Araştırmacıya Aittir

5. GÖBEKLİTEPE ARKEOLOJİK KAZI ALANINDAKİ BULUNTULAR VE YORUMLARI

Göbeklitepe'nin keşfi ve alanda yıllar içerisinde yapılan kazılar sonrası elde edilen bulgular, insanlığın varoluşu, fiziki ve sosyal çevre ilişkileri açısından tekrar incelenmesi gereksinimini yanında getirmiştir (Kervankırız, Kurnaz ve Başçı, 2021: 31). Bu buluntular arasında kuşkusuz en bilinenlerini dairesel yapılar ve içerisinde bulunan T şeklindeki dikilitaşlar oluşturmaktadır. Alanın mimarisi hakkındaki bölümde incelenmiş

olan yapıların içlerinde bulunan T şeklindeki dikilitaşlarla, ilk olarak Nevali Çori kurtarma kazısında karşılaşılmıştır. Günümüzde ise Göbeklitepe dahil 8 farklı alanda bu tür dikilitaşlar bulunmaktadır. Bu alanların ortak noktası söz konusu dikilitaşların kamu mimarisi olarak adlandırılan yani yaşam alanı olarak kullanılmayan yapılar içerisinde yer almalarıdır. Göbeklitepe dikilitaşlarının kaynağı, alandan 300-400 metre uzaklıkta yer alan taş ocaklarıdır (Black and Green, 1992: 15-16,112; Belmonte, 2017: 42-43; Kurt ve Göler, 2017: 1119-1120; Schmidt, 2018: 21-22, 116; Sevin, 2019: 26- 32; Ayhan, 2020: 85).

Şekil 2. 13 yy. Babil Kuduru Taşında Bulunan Tanrı Suqamuna ve Şumalia'nın Göbeklitepe T Dikili Taşında Betimlenmesi



Kaynak: Black ve Green, 1992: 16.

Burada şekillendirilen kireç taşları sonrasında bölgeye getirilmektedir. Üzerine işlenen semboller, şekli ve büyüklükleri ile özel bir anlama sahip oldukları açıkça anlaşılmakta olan bu dikilitaşların tam olarak neyi simgelediği konusunda farklı görüşler bulunmaktadır. Ancak Nevali Çori de bulunanlara benzer şekilde bazı dikilitaşlar yanlardan gelen kol çizimleri, ellerin birleştiği noktanın altında post (kıyafet) betimine sahip olmasıyla üstte bulunan yatay bölümün baş, alt kısımdaki dikey bölümün ise vücut olduğunu yani T biçimli dikilitaşların insan bedenini temsil ettiği düşünülmektedir. Biçim olarak insansı (antropomorfik) bir yapıya sahip olmaları da onların Atakültünü veya tanrıları ifade ettiğini düşündürmektedir. Ayrıca Yeni Babil İmparatorluğu döneminde Kassite bölgesinde inanılan bir tanrı çifti bu anlamda dikkat çekicidir. Çünkü alanda bulunan bir Kudurru taşı (sınır taşı) üzerinde Tanrı “Suqamuna” (MÖ üçüncü binde boğa

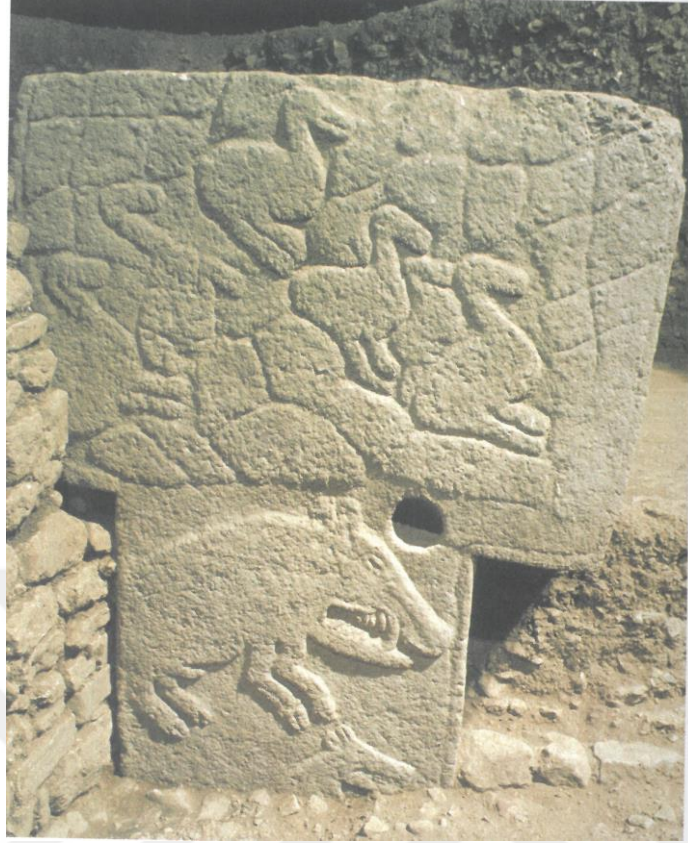
tasviriyle bilinen savaşın ve dövüşün tanrısı Nergal olarak da bilinir) üzerinde bezemeler olan bir T dikilitaşı olarak betimlenmiştir (bkz. Şekil 2). Bu bağlamda dikilitaşların tanrı tasviri olma ihtimali de desteklenmektedir (Black and Green, 1992: 15-16,112; Belmonte, 2017: 42-43; Kurt ve Göler, 2017: 1119-1120; Schmidt, 2018: 21-22, 116; Sevin, 2019: 26- 32; Ayhan, 2020: 85).

T biçimli dikilitaşların şekilleri ve neyi tasvir ettikleri kadar, üzerlerinde bulundurdıkları semboller de ayrı bir öneme sahiptir. Bu semboller genel olarak “turna kuşu, yabani domuz, öküz, eşek ve ceylan, yılan, akrep, daire, hilal ve H biçimli semboller” şeklindedir. Sembollerin yorumu kesin olarak bilinemeyecek olmasına karşın bazı benzerlikler ve araştırmalar ile üzerine yorumlar yapılabilmektedir. Özellikle alanda bulunan dairesel yapıların içinde bazı hayvanların yoğun olarak görülmesi dikkat çekicidir. Örneğin en geç yapı olan A yapısında “yılan” motifi yoğunluktadır.

Antik dönemde yılan, deri değiştirme özelliği nedeniyle “yeniden doğum” anlamında yorumlanmıştır. Diğer yandan yer altında da yaşayabilen bu canlının tasvirlerde genellikle aşağı doğru betimlenmesi ise yeraltı ile bağlantılı bir yorumu da beraberinde getirmektedir. B yapısında ise ortada bulunan iki dikilitaş üzerinde girişe doğru bakan ve ava hazır halde bulunan erkek tilki dikkat çekmektedir. Ancak diğer hayvan tasvirleri kadar yaygın olmaması, farklı dönem ve kültürlerde farklı anlamlar yüklenmesinin yanında arkaik dönem inancındaki yeri de tam olarak yorumlanamamaktadır. C yapısında ise yapının farklı inşası sonucu uzun giriş bölümünün başlangıcında bir tabela gibi yerleştirilmiş ters dönmüş bir yaban domuzu tasviri bulunmaktadır. Aynı zamanda Dikilitaş 23 ve 12’de gövdede bulunan yaban domuzu tasviri, Dikilitaş 26 ve 28’in alın kısmına yerleştirilmiştir. Dünya mitolojilerinde genellikle güç ve ihtişam ile, hatta bazı ayinlerde Gold şamanın güç için kanını içmesi ile bilinen bu hayvanın güç anlamında yorumlanması olasıdır (Bkz. Fotoğraf 7).

D yapısına gelindiğinde ise pek çok farklı hayvan motifi göze çarpmaktadır. Gücü ile yaban öküzü, bacaklarının eklemli tasviri nedeniyle Şamanik yorumlara neden olan turna kuşu, kafatası kültürünü anımsatan başı akbaba kanadında tasvir edilmiş başsız insan vücudu bunlardan bazılarıdır (And, 1974: 42’den akt. Akın, 2010: 7; Schmidt, 2018: 114-162; Yeşildal, 2018: 420; Halis, 2019: 101; Eliade, 2014: 98-99’dan akt. Halis, 2019: 104; Halis, 2020: 71; Domurcaklı, 2021: 146; Kayalı ve Hakman, 2021 :459).

Fotoğraf 7. Göbeklitepe C sütunu Yaban Domuzu Tasviri



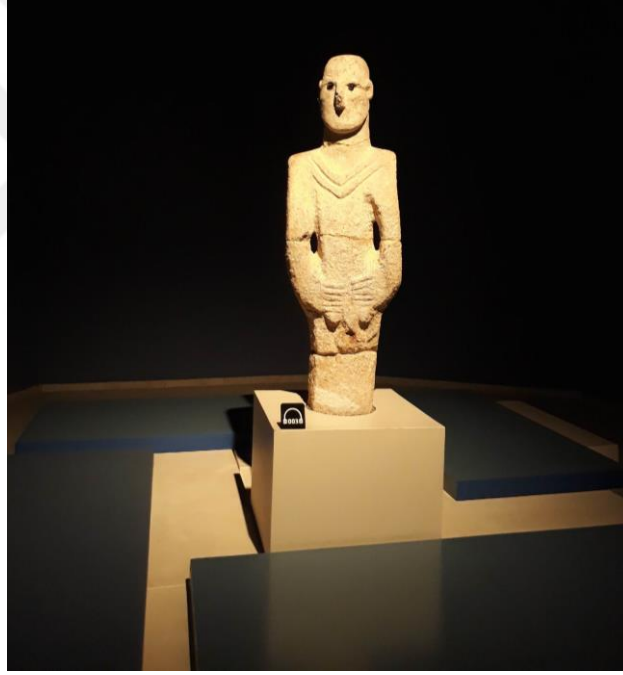
Kaynak: Schmidt, 2007: 188.

Göbeklitepe'nin simgesi haline gelmiş olan dikilitaşlı yapıların yanında alanda farklı dönemlere ait çakmaktaşları, kayataşı aletler, obsidyenler, av aletleri ve yabani bitki/ hayvan kalıntıları da bulunmuştur (Benedict, 1980; Dietrich vd., 2013; Çelik, 2017; Schmidt, 2018). 1962 yılında alanda yapılan ilk yüzey araştırmalarında Peter Benedict, gri tonlarda, yüksek kaliteye sahip 2996 çakmaktaşından, az miktarda çanak çömlek ve doğal cam ürünlerden bahsetmektedir (Benedict, 1980: 137- 140). 1995 yılında Klaus Schmidt ve ekibi ise alanda yaptıkları yüzey araştırmalarında söz konusu çakmak taşlarının yanında takılar, kaya taşından yapılmış baltalar, havanlar, taş kaplar, ezme kapları ve av aletlerinin varlığından söz etmektedirler. Bu buluntular arasında El-Khaim, Nemrik gibi av aletlerinde kullanılan uçlar erken neolitik döneme tarihlenirken, Helwan ve Byblos uçları orta neolitik dönemi yansıtmaktadır. Genel olarak ise Göbeklitepe taş buluntuları Khiamian buluntu grubunda ele alınmaktadır. Tüm bu ve sonraki yıllarda elde edilen taş ve yabani hayvan/ bitki kalıntıları incelendiğinde alana ilk gelen insanların tarımı deneme aşamasında olan avcı- toplayıcı bir grup olduğu, bölgenin ve insanın ilerleyişi ile yaşadığı gelişimi Göbeklitepe'ye de her yönüyle yansıttığı görülmektedir (Gürsoy, 2016: 14-15; Çelik, 2017: 54- 60; Schmidt, 2018: 104-123; Sevin, 2019: 12;

Shea 2019: 245- 309). Taş gereçler, avcı- toplayıcı kültürünün olduğunu gösterirken bitki ve hayvan kalıntıları, incelenmeleri sonucunda dönemin topraklarının flora ve fauna bakımından zenginliğini gözler önüne sermektedir (Sevin, 2019: 36; Tosyagülü Çelik ve Çelik, 2020: 165).

Göbeklitepe alanındaki diğer bir buluntu grubu insan-hayvan heykelleri ve totem direğidir. Bu anlamda insan heykelleri sahip olduğu belirgin göz çukurları, kemerli büyük burnu ve çıkıntılı sivri çenesi ile Nevali Çori, Karahantepe ve dünyanın ilk insan boyundaki heykeli olarak bilinen Balıklıgöl adamı (Bkz. Fotoğraf 8) ile benzerlik göstermektedir. Ancak Göbeklitepede hayvan tasvirleri yoğunluktayken söz konusu alanlarda insan tasvirleri yoğunluktadır. Bu durumun hayvan odaklı düşünce yapısının insan odaklı bir hale dönüşümünü gösterdiği düşünülmektedir.

Fotoğraf 8. Şanlıurfa Müzesi-Balıklıgöl Adamı



Kaynak: Fotoğraf Araştırmacıya Aittir

Alanlar arasındaki diğer bir fark, Göbeklitepe hayvanlarının yırtıcı ve dişlerini gösterir şekilde tasvir edilmeleridir. Bu tasvir genel olarak Apotropeik (kötülüklerden koruyan güç) yorumunun yapılmasına neden olmaktadır. Bu insan ve hayvan heykellerini bir arada gördüğümüz ve Çanak Çömleksiz Neolitik B'ye tarihlenen totem direği ise Nevali Çori'de bulunanla benzerlik taşımaktadır. Üç ana motiften oluşan taş direğin en üst motifi sahip olduğu kulak ve göz yapısıyla bir ayının veya kedigillerden büyük bir hayvanın (aslan veya leopar) tasviri olarak yorumlanmaktadır. Kısa bir boynun altında kesinliği tartışmalı şekilde insana ait gibi görünen kollar bulunmaktadır. Bu kolların

tuttuğu diğer yüz de kırıktır. Kırık yüze ait kollar karın üzerinde birleştirilmiştir. Daha açık bir ifadeyle bu bölümde vahşi bir hayvanın tuttuğu bir insan kafası ve T dikilitaşları ile Göbeklitepe adamından bildiğimiz karın üzerinde birleştirilen eller betimi bulunmaktadır. Altında ise çok daha küçük ve vücudunun üstü, kolları ve kolları arasında belirsiz bir cisim bulunan bir insan tasviri daha bulunmaktadır. Bu tasvir doğum sahnesi veya fallusunu (erkek cinsel organı) tutan bir kişi olarak yorumlanmaktadır. 2021 yılında Sayburç Antik Kentinde bulunan figürler dizinindeki fallusunu tutan erkek tasviri ikinci görüşle benzerlik taşımaktadır (Bkz. Fotoğraf 9). Bu küçük insanın biraz üstünden başlayan iki uzun betimin ise yılan veya en üstteki kişinin bacakları olduğu düşünülmektedir (Köksal Schmidt and Schmidt, 2010: 74; Schmidt, 2018: 144-145; Tekin, 2021: 46; Özdoğan, 2022: 1600- 1602).

Fotoğraf 9. Sayburç Yapısı Tasviri



Kaynak: Özdoğan, 2022: 1602.

II. BÖLÜM

ŞANLIURFA VE GÖBEKLİTEPE'YE YÖNELİK TURİZM TALEBİ

1. ŞANLIURFA BÖLGESİNE YÖNELİK TURİZM TALEBİ

Şanlıurfa, Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesinde “Bereketli Hilal” olarak anılan bölge içerisinde yer almaktadır. Şanlıurfa insanlığın kıtalar arası yolculuğunda kilit noktada olan konumu nedeniyle çok köklü bir tarihe sahip şehirlerden bir tanesidir (Akbıyık, 2002: 3). Bunun en önemli nedeni insanların yaşadığı ve geçtiği noktalara kendilerinden izler bırakmasıdır. Bu izler uzun yıllardır insanların merak ve keşfetme isteğinin de bir sonucu olarak ortaya çıkmış olan turizm hareketlerinin ana kaynağını oluşturmaktadır (Solmaz, 2019: 868). Diğer yandan turistik çekicilik potansiyeline sahip bu kaynaklar doğru şekilde turizm ürüne haline getirilmediği ve tanıtılmadığı sürece ekonomik bir değer taşımayacaktır. Dolayısıyla turistik çekicilik potansiyeli bulunan izlerin işlenmesi ve doğru şekilde tanıtılması ülkeler için büyük önem arz etmektedir (Song and Witt, 2000: 6-7; Yavuz ve Karabağ, 2009: 114- 115). Turistik çekiciliklerin ekonomik değeri olan turizm ürününe dönüştürülmesinde önem olan bir diğer husus ise alt ve üst yapının geliştirilmesidir. Nitekim ürün ne kadar değerli ve güzel olsa da bölgede/alanda talep oluşturulması için ulaşım ve konaklama imkanların bulunması gerekmektedir (Bahar ve Kozak, 2015: 85; Okuyucu ve Akgiş: 266). Bu noktada Balıklıgöl, Göbeklitepe gibi önemli turistik çekiciliklere sahip Şanlıurfa ilinin turizm talebi bağlamında incelenmesi gerekmektedir.

Şanlıurfa ilinde yer alan konaklama tesisi sayısı 2017 yılında 83, oda sayısı ise 2807'dir. Ancak 2018 yılına gelindiğinde %12,05'lik bir azalma ile bu sayılar konaklama tesislerinde 73'e, oda sayısında ise 2779'a gerilemiştir. 2019 yılından itibaren konaklama tesisi sayısı 85, 88 (2020 yılı), 106 (2021 yılı), 135 (2022 yılı) ve 140 (2023 yılı) şeklinde artış göstermiştir. Benzer şekilde yatak kapasitesinde de 2019'dan itibaren yukarı yönlü bir gelişim söz konusudur (2019-3039, 2020-3156, 2021-3381, 2022-3695 ve 2023-3749). 2019'dan 2023'e konaklama tesisi sayısı ve yatak kapasitesi istikrarlı bir şekilde artmakla birlikte geceleme sayılarında benzer bir ilerleme söz konusu değildir. 2017 yılında Şanlıurfa'da toplam 806.365 kişi (760.948 yerli ve 45.417 yabancı turist) geceleme yaparken, konaklama tesislerindeki ve oda sayılarındaki azalmaya karşın 2018 yılında 1.010.079 geceleme gerçekleşmiştir (976. 694 yerli, 33.385 yabancı turist). Bu iki yıl arasındaki diğer bir dikkat çekici nokta toplam geceleme sayısında artış yaşanmasına

karşın yabancı turist geceleme sayılarında azalışın görülmesidir. 2019 yılında 1.020.289 yerli, 39.561 yabancı turist ile toplam 1.059.850 geceleme ile turizm talebi yükselmiş ancak 2020 yılı başlarında ortaya çıkan Covid-19 pandemi süreci sonrası seyahatlerin durdurulması nedeniyle geceleme sayıları radikal şekilde düşmüştür. Nitekim 2020 yılında Şanlıurfa’da 508.234 yerli ve 33.409 yabancı turist ile toplam 541.643 geceleme gerçekleştirilmiştir. 2021 yılında 699.005 yerli, 38.071 yabancı turist ile toplam 737.076 geceleme gerçekleştirilirken, 2022 yılında 944.839 yerli, 55.201 turist ile toplam 1.000.040 geceleme kaydedilmiştir. 2023 yılı Nisan ayı itibariyle de 155.779 yerli, 5.734 yabancı turist ile toplam 161.513 geceleme yapılmıştır. Ancak 6 Şubat 2023 tarihinde bölgede yaşanan Kahramanmaraş merkezli yıkıcı deprem felaketinin yıl içerisindeki verileri etkileyeceği öngörülmektedir. Şanlıurfa’ya gelen turist sayısı ise yıllar itibarı ile; 2018 yılında 559.792 yerli ve 19.559 yabancı, 2019 yılında 579.017 yerli ve 21.8977 yabancı, 2020 yılında 296.812 yerli ve 11.503 yabancı, 2021 yılında 466 yerli ve 24. 138 yabancı, 2022 yılında 578.125 yerli ve 33.863 yabancı ve 2023 yılı Nisan ayı itibariyle 83.010 yabancı ve 3.191 yabancı şeklindedir (Şanlıurfa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü).

2. GÖBEKLİTEPE ARKEOLOJİK KAZI ALANININ TURİZM AÇISINDAN ÖNEMİ

İlk kez 1975 yılında İstanbul ve Chicago Üniversitelerinin ortak çalışması kapsamında Peter BENEDICT tarafından incelenen Göbeklitepe, 1995 yılında Klaus SCHMIDT’in araştırmaları ile gerçek anlamda keşfedilmiştir. Yıllar içerisinde ilerleyen kazılar sonucunda insanlık tarihi hakkında önemli bilgiler veren bu alan (Benedict, 1980: 137- 140; Schmidt, 2007: 19- 27), sahip olduğu bu özelliği ile önemli bir turizm destinasyonu haline gelmiştir. Dolayısıyla turizm alanında çalışmalar yapan bilim insanları, Göbeklitepe arkeolojik kazı alanını turizmin farklı boyutlarında ele almışlardır (Karapınar ve Barakazı, 2017; Birinci, Kaymaz ve Camcı, 2018; Yaşarsoy ve Oktay, 2020; Sevimli, Tatlı ve Kızıldemir, 2021). Bu bağlamda Birinci, Kaymaz ve Camcı (2018), Göbeklitepe’nin arkeolojik turizm potansiyelini değerlendirmiştir. Araştırmacılar ayrıca Göbeklitepe’nin turizm potansiyelini coğrafi açıdan ele alarak, alanın arkeolojik miras olarak önemine vurgu yapmışlardır. Araştırma kapsamında yapmış oldukları SWOT analizi sonucunda alanın değerinin ve potansiyelinin yüksek olduğu, ancak gerek alt ve üst yapı eksiklikleri gerekse yetersiz uygulamalar ve ulusal basında yer alan asılsız haberler ile alan imajının olumsuz etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Sevimli, Tatlı ve Kızıldemir (2021) ise alanı Gastronomi turizmi açısından ele almışlardır. Araştırma sonucunda Göbeklitepe'nin inanç ve kültür turizmi açısından sahip olduğu potansiyelin gastronomi turizmini dolaylı yoldan etkilediği saptanmıştır. Diğer yandan Göbeklitepe kebabı, Göbeklitepe Gastronomi Turizmi ve Mutfak Sanatları Derneği, Göbeklitepe gastronomi festivali benzeri faaliyetlerle alanın gastronomi turizmine doğrudan katkı sağlaması yönündeki çalışmalar belirtilmiş ve diğer turizm çeşitleri ile bütünleştirerek ilerleme sağlanmasına yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Karapınar ve Barakazı (2017) ise kültürel miras ve sürdürülebilir turizm bağlamında Göbeklitepe'nin potansiyelini incelemişlerdir. Araştırma kapsamında kültürel mirasın sürdürülebilirliği bağlamında Göbeklitepe'nin bölgeye katkısı SWOT Analizi ile değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda Göbeklitepe'nin önemli bir turizm destinasyonu olduğu ancak alt ve üst yapı eksiklikleri, turizm bilincinin yeterli düzeyde olmaması ve tanıtımların yeterli düzeyde olmaması gibi eksiklikler tespit edilmiş, bu eksikliklerin iyileştirilmesine yönelik önerilerde bulunulmuştur. Yaşarsoy ve Oktay (2020) ise yerli turistlerin Şanlıurfa iline yönelik turizm faaliyetlerinde ilgi alanlarını belirlemeye yönelik yapmış oldukları araştırma sonucunda bölgeye gelen turistlerin daha çok Göbeklitepe, Balıklıgöl ve Halfeti alanlarından etkilendiğini ortaya koymuştur.

Tüm bu araştırmaların yanında 2014-2022 yılları arası Göbeklitepe verileri bölgeye yönelik turizm talebinin boyutunu göstermektedir. Bu verilere göre 2014 yılında Nisan- Aralık ayları ziyaretçi sayısı 58.143'tür. 2015 yılında yıl boyu açık olmasına karşın ziyaretçi sayısı 41.637'ye gerilemiştir. 2016 yılının ilk altı ayı ve 2017 yılı boyunca koruma çatısının yapım aşaması nedeniyle ziyarete kapalı olan alan 2018 yılı Haziran ayında tekrar ziyarete açılmış ve yılın ikinci yarısında toplam 70.414 ziyaretçi ağırlamıştır. 2019 yılında 412.378 kişi ile ziyaretçi sayısı büyük oranda artmıştır. Ancak 2020 yılında ortaya çıkan Covid-19 pandemi dönemi nedeniyle 19.03.2020- 01.06.2020 tarihleri arasında ziyarete kapatılmış ve toplamda 197.912 ziyaretçi ağırlamıştır. 2021 yılında 567.453 ve 2022 yılında 837.811 olarak gerçekleşen ziyaretçi sayıları ile alan tekrar yüksek oranda ziyaretçi ağırlamıştır. Alan artan bilinirliği ve tanıtım faaliyetlerinin artışı ile giderek daha popüler hale gelmektedir.

Buraya kadar yapılan açıklamalar ve verilen istatistiki bilgiler doğrultusunda Göbeklitepe arkeolojik kazı alanının Güneydoğu Anadolu Bölgesi turizm faaliyetleri ve Türkiye turizm talebi bağlamında önemli bir yere sahip olduğu ve öneminin her geçen gün daha da arttığını söylemek mümkündür. Bununla birlikte konu ile ilgili araştırma

sayısının oldukça az olması ve talebe yönelik incelemelerde alanın gelişim süreci ile mevcut durumunu en iyi bilen paydaşlardan olan turist rehberlerinin görüşlerinin yansıtıldığı araştırmaya rastlanmamış olması mevcut literatürde önemli bir boşluk olarak değerlendirilmektedir. Buradan hareketle bu araştırma yarı yapılandırılmış görüşme tekniği aracılığı ile Göbeklitepe arkeolojik kazı alanının turizm talebi bağlamında turist rehberlerinin görüşleri doğrultusunda değerlendirmektedir. Araştırma sonuçlarının alandaki boşluğu doldurmaya yönelik önemli bir katkı sağlayacağı ve hem Şanlıurfa hem de Göbeklitepe özelinde yer alan paydaşlar için faydalı bilgiler sunacağı öngörülmektedir.



III. BÖLÜM

GÖBEKLİTEPE ARKEOLOJİK KAZI ALANI'NIN BÖLGEYE YÖNELİK TURİZM TALEBİNE ETKİSİNİ İNCELEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

1. ARAŞTIRMA AMACI VE ÖNEMİ

Bu araştırmada, Göbeklitepe Arkeolojik Kazı Alanı'nın Şanlıurfa bölgesine yönelik turizm talebine olan etkisinin turist rehberlerinin görüşleri doğrultusunda incelenmesi amaçlanmaktadır. Belirlenen amaç doğrultusunda bölgede çalışan eylemli turist rehberleri ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilerek kapsamlı bir veri seti elde edilmiştir. Yapılan görüşmelerde turistler ile birebir iletişim halinde bulunan eylemli turist rehberlerinin bölgeye gelen turistlerin temel motivasyonları, tur deneyimleri, turistlerin ve yerel halkın bilgi/farkındalık düzeylerindeki değişim, alana yönelik tanıtım çalışmalarının durumu gibi konulara yönelik gözlem ve yorumları talep edilmiştir. Turist rehberlerinden elde edilen bilgilerin analizi ve yorumlanması ile bir turizm destinasyonu olarak Göbeklitepe'nin gelişimi ve bölge turizmine sağladığı katkının belirlenmesi hedeflenmiştir. Bununla birlikte elde edilen sonuçlar ışığında bölge turizminin gelişimine yönelik öneriler sunulmuştur.

Akademik çalışmalarda Göbeklitepe'den ilk kez 1975 yılında İstanbul Üniversitesi ve Chicago Üniversitesi'nin ortak çalışması kapsamında Peter BENEDICT tarafından bahsedilmiştir. 1995 yılında ise Klaus SCHMIDT alanda kazıya başlamıştır. Göbeklitepe kazılmaya başlayana kadar, insanlığın önce yerleşik hayata geçtiği daha sonra dini inançların ortaya çıktığı görüşü dünyaya hâkim iken Göbeklitepe'nin MÖ 10.000'li yıllara yani son buzul çağının bittiği döneme tarihlenmesi, bilinen doğruların tekrar sorgulanmasına yol açmış ve Göbeklitepe küresel ölçekte büyük bir etki oluşturmuştur. Göbeklitepe bu süreçte tarihinin yanı sıra, sahip olduğu mimari ve sanatsal yönleriyle de tüm dikkati üzerine çekmiştir. Bunun doğal bir sonucu olarak da alanda yeni ve kapsamlı araştırmalar yapılmaya başlanmıştır. Bu araştırmalar yalnızca arkeoloji biliminde değil diğer pek çok bilim dalında gerçekleştirilmiştir. Farklı alanlarda uzmanlaşan bilim insanlarının çalışmaları için bölgeye gelmeye başlaması ile kazı alanı ve genel olarak Göbeklitepe bir turizm destinasyonu olarak bölgeye katkı sağlamaya başlamıştır. Ancak alanyazın incelendiğinde Göbeklitepe hakkında yapılmış turizm araştırmalarının gün geçtikçe artmasına karşın hala kısıtlı olduğu görülmektedir. Aynı zamanda içerisinde eylemli turist rehberlerinin de dahil edildiği araştırma sayısı yok

denecek kadar azdır. Oysa profesyonel turist rehberleri bölgeye gelen turistlerle günün her anında bir arada bulunan, bu nedenle de sahip oldukları fikirleri ve turun onlar üzerindeki etkisini en yakından gözlemleyen kişilerdir. Dolayısıyla Göbeklitepe'nin turizm içerisindeki yerinin, öneminin ve gelişiminin gözlemlenmesinde profesyonel turist rehberleri önemli bir veri kaynağıdır. Buradan hareketle bu tez çalışmasında veriler bölgede çalışan profesyonel turist rehberleriyle yapılan birebir görüşmeler ile toplanmıştır. Yapılan görüşmelerin detaylı incelemeleri ile bu araştırma bölge ve ülke turizminin gelişimine yönelik çalışmalara ve alanyazına önemli veriler sağlayarak katkı sağlayacaktır.

2. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Bu çalışmada sosyal bilimler alanındaki çalışmalarda görülen ve aşağıda maddeler halinde belirtilen bazı sınırlılıklar mevcuttur.

- Araştırmanın ilk sınırlılığı arkeolojik kazı alanları bağlamında yalnızca Göbeklitepe'nin çalışmaya konu edilmesi, ikinci bir kazı alanı ele alınarak turizm talebi gelişiminin karşılaştırılmalı şekilde incelenememesidir.

- Araştırmanın bir diğer sınırlılığı ihtiyaç duyulan verilerin yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile belirli bir kitleden elde edilmiş olmasıdır. Bununla birlikte çalışmada ihtiyaç duyulan verilerin anket vb. nicel veri toplama teknikleri ile elde edilmesinin mümkün olmaması da bu sınırlılığın esasen bir zorunluluk olarak değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır.

- Çalışma kapsamında evreni oluşturan eylemli turist rehberi sayısının tam olarak bilinmemesi ve buna bağlı olarak kartopu örneklemin tercih edilmiş olması bir diğer sınırlılığı teşkil etmektedir.

- Son iki yıldır hâkim olan ve turistik hareketliliği önemli ölçüde sınırlandıran Covid-19 pandemisi sebebi ile 2020 ve 2021 yıllarında alana yönelik turizm talebinin olağan dışı bir şekilde azalmış olması bulguların yorumlanmasında başka bir sınırlılığı ifade etmektedir.

- 24 Şubat 2022 tarihinde başlayan Rusya-Ukrayna Savaşı nedeniyle o bölgelerden gelen turist sayısının çok radikal bir şekilde azalmış olması verilerin yorumlanmasında talep çeşitliliğinin analizi bağlamında bir diğer sınırlılığı oluşturmaktadır.

- 6 Şubat 2023 tarihinde yaşanan Kahramanmaraş merkezli deprem felaketi nedeniyle yaşanan fiziksel ve ruhsal yıkım nedeniyle toplanan veri sayısının daha fazla artırılamaması başka bir sınırlılığı ifade etmektedir.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.1. EVREN VE ÖRNEKLEM

Göbeklitepe özelinde gerçekleştirilen bu araştırmanın evrenini bölgeye yönelik turlarda rehberlik yapan eylemli (ülkesel ve bölgesel) turist rehberleri oluşturmaktadır. Bu kapsamda bölgeye yönelik turlarda görev alan eylemli turist rehberleri araştırmanın çalışma evrenidir. Bununla birlikte ilgili turist rehberlerinin sayısının tam olarak bilinmemesi nedeniyle araştırmada örneklem alınmıştır. Buna bağlı olarak ihtiyaç duyulan rehberlere ulaşım için kartopu örnekleme yönteminden faydalanılmıştır. Araştırma kapsamında örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde ise görüşmelerde cevapların yoğun olarak tekrar etmeye başlaması kriteri dikkate alınmıştır.

3.2. VERİ TOPLAMA TEKNİĞİ

Bu araştırmada, araştırma amaçlarına ulaşabilmek ve araştırma soruları ile ilgili kapsamlı bilgi edebilmek için veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden faydalanılmıştır. Görüşme, nitel araştırmalarda sosyal gerçekliği ortaya çıkartmak amacıyla derinlemesine araştırma yapmak için sıkça kullanılan bir veri toplama tekniğidir (Yüksel, 2020: 547). Bu araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin tercih edilmesinin nedeni, görüşme yapılan kişinin fikirlerini belirlenen sorular çerçevesinde ancak bunlarla sınırlı kalmayarak görüşlerini bildirebilmesi ve bu sayede daha detaylı bilgilerin elde edilmesinin sağlanacak olmasıdır. Araştırma kapsamında hazırlanan görüşme formu 16 sorudan oluşmaktadır ve yaklaşık görüşme süresi 40 dakika sürmüştür. Görüşme formunda yer alan sorularının oluşturulmasında ilk olarak ilgili alanyazın taranmıştır. Alanyazın incelemesi sonucunda yoğun olarak Çakmak (2014)'ın "İnanç Turizminin Turistik Destinasyon Pazarlamasındaki Yeri ve Önemi: Göbeklitepe Örneği" ve Yavuz ve Bayuk (2020)'un "Turizm Destinasyonlarının Arkeolojik Sit Alanı Pazarlaması: 2019 Göbeklitepe Yılıının Ardından Bir Araştırma" adlı araştırmaları dikkate alınarak 16 soru hazırlanmıştır. İlk beş soru, genel bilgileri içermektedir. Bu kapsamda cinsiyet, rehberlik ruhsatnamesinin nasıl alındığı (eğitim), rehberlik mesleğinin icra edilme süresi (deneyim), Güneydoğu Anadolu Bölgesinde turist rehberliği yapma süresi, gerçekleştirilen (görev alınan) turların türü ve katılımcıların uyrukları gibi betimleyici sorulara yer verilmiştir. Görüşme formunda altı, yedi ve sekizinci sorular, Göbeklitepe arkeolojik kazı alanının bölgeye yönelik turizm talebindeki yeri, önemi ve bölge gelişimine katkısının belirlenmesine yönelik sorulardan

oluşmaktadır. Dokuzuncu ve onuncu sorular, Göbeklitepe özelinde gelen grupların uyruğu ve bilgi düzeyinin belirlenmesine, 11. soru ise yöre halkının Göbeklitepe hakkındaki bilgi ve ilgi düzeyine aynı zamanda bölgeye yönelik talebe ne şekilde etki ettiğine yönelik sorulardan oluşmaktadır. 12., 13. ve 14. sorular bölgede yer alan kamu kurum ve kuruluşlarının Göbeklitepe'nin tanıtımına yönelik faaliyetleri ve bu faaliyetlerin bölgeye yönelik talebi ne şekilde etkilediğine yönelik sorulardan oluşmaktadır. 15. soru ise yeni keşiflerin Göbeklitepe'yi ne şekilde etkileyeceği yönünde oluşturulmuştur. Son olarak 16. soruda bölgeyi ve grup dinamiklerini yakından gözlemleyen eylemli turist rehberlerinin bölgenin gelişimine yönelik önerilerinin öğrenilmesi üzerine oluşturulmuştur. Oluşturulan sorular için Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 19.10.2021- 53485 sayısı ile etik kurul onayı alınmıştır. Görüşmeler ise Ekim 2021- Şubat 2023 tarih aralığında gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerin gerçekleştirilmesinde mümkün olduğunca yüz yüze görüşme tercih edilmekle birlikte gerekli durumlarda teknoloji destekli olarak Whatsapp, Zoom gibi platformlar üzerinde ikili görüşmeler yapılmıştır.

3.3. VERİ ANALİZİ TEKNİK VE YÖNTEMLERİ

Araştırma kapsamında eylemli turist rehberlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile elde edilen veriler için ilk olarak araştırmacı tarafından transkripsiyon (decoding) olarak nitelendirilen süreç gerçekleştirilmiş ve bu bağlamda görüşme kayıtları metne dönüştürülmüştür. Transkripsiyon sonrası ilgili metin araştırmacı tarafından turizm alanında uzman olan üç araştırmacıya gönderilerek Ek-3'te belirtilen örnek form doğrultusunda görüşmeye ilişkin tema ve kod belirlemeleri talep edilmiştir. Şubat 2023 döneminde gerçekleştirilen bu uygulama esnasında araştırmacı ve uzmanlar açık ve gizli içerik kodlaması ile tema ve kod belirleme işlemi gerçekleştirmişlerdir. Sonraki aşamada uzmanlardan gelen ve tema-kod içeren formlar ile araştırmacı tarafından belirlenen tema-kodlar karşılaştırılarak benzerlik oranı saptanmıştır. Karşılaştırma sonucunda ilgili tema ve kodlar arasında yüksek düzeyde benzerlik olduğu görülmüştür. Bu bağlamda tema ve kod geçerliliğinin sağlandığı öngörülerek, araştırmacı tarafından belirlenen tema ve kodların veri analizinde kullanılmasına karar verilmiştir. Verilerin tema-kod bağlamında analizi öncesinde katılımcılara ilişkin demografik bilgilere ait bir tablo oluşturularak yorumlanmıştır.

Verilere ilişkin tema ve kodların belirlenmesine müteakip, veri seti Maxqda nitel analiz programına aktararak programda tema-kod tanımlama işlemi gerçekleştirilmiştir.

Tema-kod tanımlama işleminden sonra görüşme metinleri okunarak ilgili kodlar altında yer alması gereken hususlar için kod ataması yapılarak, Maxqda nitel analiz programında özet tabloları oluşturulmuştur. İlgili tablo Word programına aktarılarak, araştırmacı tarafından her bir tema ve tema altında yer alan kodlar ile ilgili yoruma dayalı yazım süreci gerçekleştirilmiştir. Veri analizi sürecinde araştırmacı ayrıca program yardımı ile tema-kod frekans tablosu, tema-kod ilişkileri matrisi, kelime bulutu örüntüsü ve tema-kod odaklı metin portresi oluşturmuştur. Oluşturulan görsel araçlar demografik bilgilere ait kısımdan sonra sıralı olarak sunulmuş ve yorumlanmıştır. Son olarak elde edilen sonuçlar yorumlanarak sonuç ve öneriler bölümü oluşturulmuştur.

4. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN ANALİZİ

Araştırma verilerinin analizinde ilk olarak veri elde etme amaçlı ulaşılan ve kendileri ile yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilen turist rehberlerine yönelik demografik bilgiler incelenmiştir. Bu kapsamda temel olarak cinsiyet, eğitim, deneyim, uzmanlık eğitimi alma durumu ve ağırlıklı çalışılan grup türü gibi değişkenler ele alınarak değişkenlere ait bilgiler Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Katılımcı	Cinsiyet	Eğitim	Deneyim	Uzmanlık eğitimi	Çalıştığı ağırlıklı gruplar	
					Yerli	Yabancı
Katılımcı 1	Erkek	Lisans *	32	Yok		+
Katılımcı 2	Erkek	Önlisans* *	28	Yok		+
Katılımcı 3	Erkek	Lisansüstü	7	Yok	+	+
Katılımcı 4	Kadın	Lisans *	33	Yok	+	+
Katılımcı 5	Erkek	Lisans	4	Yok	+	
Katılımcı 6	Erkek	Lisans	5	Yok	+	
Katılımcı 7	Kadın	Lisansüstü	16	Var	+	
Katılımcı 8	Erkek	Yanıtsız*	10	Yok	+	+
Katılımcı 9	Erkek	Lisans **	18	Yok	+	+
Katılımcı 10	Erkek	Lisans*	17	Var	+	
Katılımcı 11	Erkek	Lisans *	6	Yok	+	
Katılımcı 12	Kadın	Lisans	7	Yok	+	

*Mesleğe bakanlık kursu ile başlamıştır. **Mesleğe ön lisans eğitimi ile başlamıştır.

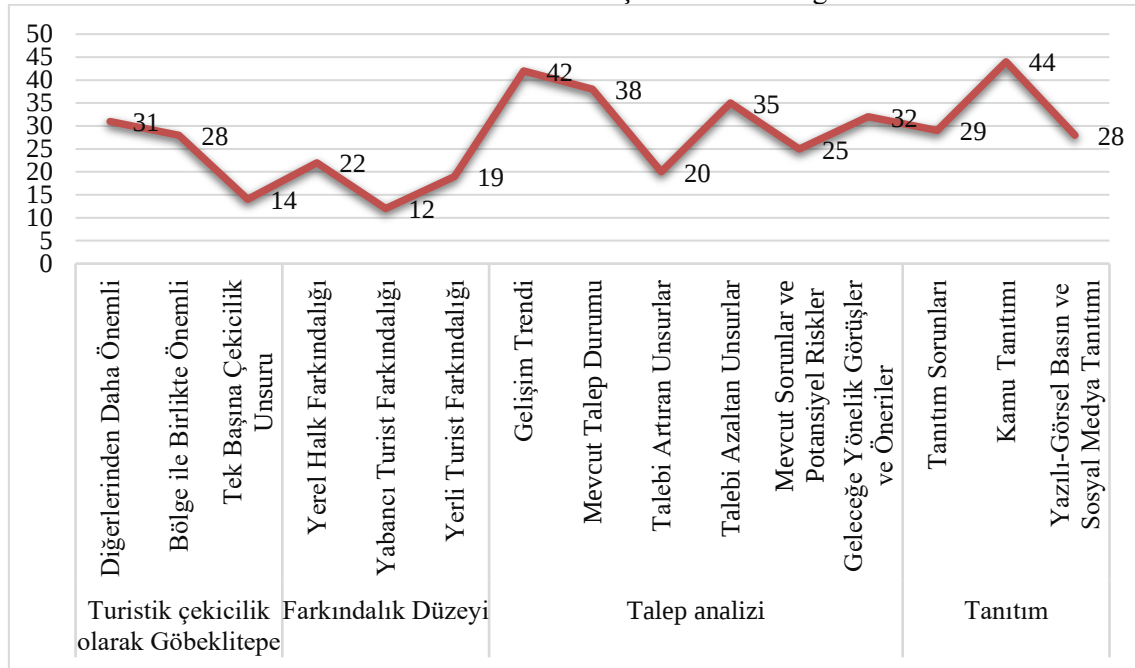
Araştırma kapsamında görüşlerine başvurulmuş 12 katılımcının tamamı eylemli turist rehberi olup, dokuzu erkek, üçü kadındır. Katılımcıların biri ön lisans, sekizi lisans ve ikisi lisansüstü eğitim düzeyine sahip iken, Katılımcı 8 eğitim durumunu belirtmemiştir. Katılımcıların bazıları turist rehberliği dışındaki bölümlerden mezundur. Dolayısıyla beş katılımcı Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın düzenlemiş olduğu kurslar ile çalışma kartı sahibi olmuştur. Ayrıca Katılımcı 2 turist rehberliği ön lisans mezunu olarak

Araştırma verilerinin analizinde bir sonraki aşamada katılımcılarla gerçekleştirilen görüşmelerdeki metin içeriği kelime frekansı bağlamında incelenmiş ve bu bağlamda Maxqda programı yardımı ile kelime bulutu örüntüsü oluşturularak Şekil 3'te sunulmuştur.

39

ziyaret, turizm, önemli, yer, Anadolu gibi kavramlar olduğu görülmektedir. Kelime bulutu içerisinde rehber, yabancılar, Türkiye gibi yine turizm talebi ile ilgili kavramların olması görüşmelerin araştırma amacı doğrultusunda gerçekleştirildiğine yönelik destek bilgi niteliğindedir. Diğer yandan kelime bulutunun araştırma amacına ulaşılma derecesi konusunda tek başına fikir vermesi olası değildir. Bu sebeple Grafik 1’de araştırma kapsamında belirlenen tema ve kodlara ilişkin frekanslar sunulmuştur. İlgili frekanslar temalar altında yer alan her kod için metin içerisinde ilgili görülen ifade ve/veya cümlelerin kod ile ilişkilendirilmesini ifade etmekte olup, kısaca kod girişi olarak adlandırılmıştır.

Grafik 1. Tema ve Kodlara İlişkin Frekans Değerleri



Grafik 1 incelendiğinde, dört tema ve 15 kod doğrultusunda görüşme metinlerinde toplam 439 kod girişi yapıldığı görülmektedir. Bu kodlamalar doğrultusunda en fazla kod girişi yapılan alan tanıtım teması altında bulunan kamu tanıtımı olup, bu alanı 42 kod girişi ile talep analizi teması altındaki gelişim trendi takip etmektedir. Kod girişlerinde diğerlerine oranla daha az giriş yapılan kod ise farkındalık düzeyi teması altında yer alan yabancı turist farkındalığıdır. Grafik bilgileri temalar doğrultusunda değerlendirildiğinde en fazla kod girişinin 192 ile talep analizi temasında olduğu görülmektedir. Diğer yandan talep analizi ile yakından ilişkili olan tanıtım temasında 101 kod girişi yapılmıştır. Göbeklitepe’nin bir turistik çekicilik olarak değerlendirildiği temada ise 73 kod girişi bulunmaktadır. Son olarak farkındalık düzeyi temasında toplam 53 kod girişi yapılmıştır.

Sonuçlar doğrultusunda veri setinin büyük oranda kodlamalarda kullanıldığını ve ana temanın talep analizi olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırma verilerinin analizine kodlar arası ilişkilerin tespiti ile devam edilmiş ve bu bağlamda Maxqda programından elde edilen kod ilişkileri matrisi Tablo 2’de sunulmuştur. Tablo 2 genel olarak incelendiğinde kodlar arasında 34 farklı noktada ilişki bulunduğu görülmektedir.

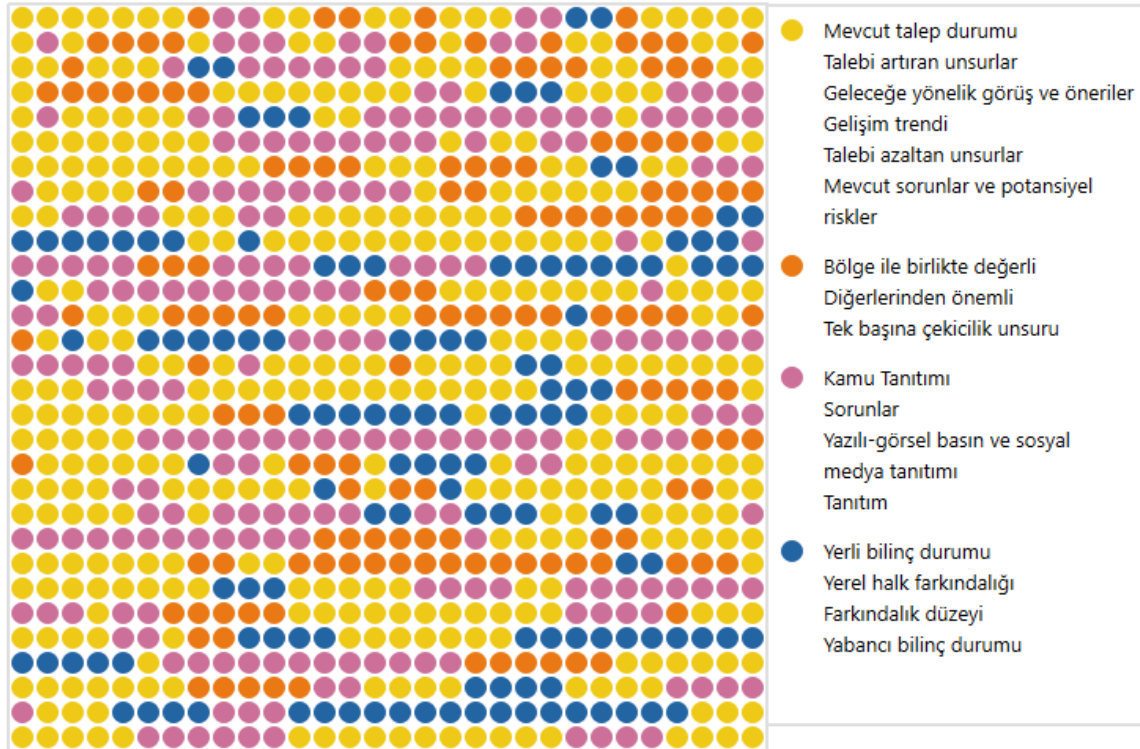
Tablo 2. Kod İlişkileri Matrisi

Tema	Kod Sistemi	1.1	1.2	1.3	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6
1.	Yerel halk farkındalığı (1.1)	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	1	-	1	1	-
	Yabancı bilinç durumu (1.2)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-
	Yerli bilinç durumu (1.3)	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-
2.	Sorunlar (2.1)	2	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-
	Kamu Tanıtımı (2.2)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-
	Yazılı-görsel basın ve sosyal medya tanıtımı (2.3)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	2
3.	Diğerlerinden önemli (3.1)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
	Bölge ile birlikte değerli (3.2)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Tek başına çekicilik unsuru (3.3)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.	Gelişim trendi (4.1)	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-
	Mevcut talep durumu (4.2)	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-
	Talebi azaltan unsurlar (4.3)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-
	Talebi artıran unsurlar (4.4)	1	-	-	-	1	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-
	Mevcut sorunlar ve potansiyel riskler (4.5)	1	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Geleceğe yönelik görüş ve öneriler (4.6)	-	-	-	-	-	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-
1. Farkındalık düzeyi, 2. Tanıtım, 3. Turistik Çekicilik olarak Göbeklitepe, 4. Talep analizi																

Tablo 2 detaylı olarak incelendiğinde, farkındalık düzeyi ve tanıtım temaları özelinde yerel halk farkındalığı ile sorunlar arasında ve yerli bilinç durumu ile sorunlar arasında ilişki bulunduğu görülmektedir. Diğer yandan farkındalık düzeyi ve talep analizi temaları özelinde yerel halk farkındalığı ile mevcut talep durumu, talebi artıran unsurlar, mevcut sorunlar / potansiyel riskler arasında, yabancı bilinç durumu mevcut talep durumu arasında ve yerli bilinç durumu ile gelişim trendi arasında ilişkiler olduğu anlaşılmaktadır. Tanıtım teması ve talep analizi özelinde ise tanıtım sorunları kodunun mevcut sorunlar / potansiyel riskler ile, kamu tanıtımı kodunun talebi artıran unsurlar ile, yazılı-görsel basın ve sosyal medya kodunun talebi artıran unsurlar ve geleceğe yönelik görüş ve öneriler ile ilişkili olduğu saptanmıştır. Turistik çekicilik olarak Göbeklitepe temasında yer alan kodlar ele alındığında diğerlerinden önemli kodu ile geleceğe yönelik görüş ve öneriler arasında ilişki olduğu belirlenmiştir. Sonuçlar bağlamında araştırmada belirlenen kodlar arasında çapraz ilişkilerin var olduğu ve kodlar arasında konu özelinde birbirini destekleyen hususlar olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırmada temaların detaylı analizinden önce son olarak veri setinin tema-kod odaklı metin portresi incelenmiştir. Maqxda programından elde edilen ve Şekil 4'te sunulan portre incelendiğinde metin içerisinde sarı renk ile belirtilen talep analizi teması ile ilgili çok daha fazla kodlama yapıldığı görülmektedir. Pembe renk ile belirtilen tanıtım temasının da katılımcılar tarafından sıklıkla dile getirildiği anlaşılmaktadır. Metin portresi, farkındalık düzeyi teması ve turistik çekicilik olarak Göbeklitepe temasının ise diğerlerine oranla daha az kodlandığını ortaya koymaktadır.

Şekil 4. Tema-kod odaklı metin portresi



5. ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Göbeklitepe arkeolojik kazı alanının turizm talebine etkisinin turist rehberlerinin görüşleri doğrultusunda incelenmesini konu alan bu araştırmada, araştırma bulguları açık ve gizli içerik kodlaması sonucunda oluşturulan temalar doğrultusunda incelenmiştir. Bu bağlamda her bir tema alt başlık olarak belirlenmiş ve ilgili tema altında görüşme metinlerinden elde edilen bulgular temaya ait kodlar doğrultusunda incelenerek yorumlanmıştır.

5.1. TURİSTİK ÇEKİCİLİK OLARAK GÖBEKLİTEPE TEMASINA İLİŞKİN BULGULAR

Araştırma verilerinin temalar doğrultusunda analizinde ilk olarak turistik çekicilik olarak Göbeklitepe teması incelenmiştir. Tema kapsamında (Göbeklitepe) “diğerlerinden

önemli”, “bölge ile birlikte önemli” ve “tek başına çekicilik unsuru” olmak üzere arak üç kod belirlenerek veri seti kapsamlı olarak değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonuçlarına göre katılımcıların çoğu Göbeklitepe’nin yabancılar için en önemli destinasyon olduğunu belirtmekte iken yerli gruplar dikkate alındığında bu durumun kişilerin tercihlerine göre değişiklik göstermektedir. Bu anlamda bazı ziyaretçiler Şanlıurfa’nın Peygamberler Şehri olarak anılmasına neden olan diğer destinasyonlar ile Göbeklitepe’yi eşit oranda önemli kabul ederken, bazı kişiler için Göbeklitepe en önemli destinasyon olarak nitelendirilmektedir. Ancak Karahantepe ve Boncuktepe gibi Şanlıurfa merkezi dışında kalan alanlar ile karşılaştırıldığında Göbeklitepe hem yerli hem de yabancı gruplar için en önemli ziyaret noktası olarak kabul görmektedir. Nitekim, Katılımcı 3 “...*Göbeklitepe deyince insanların şöyle bir esas duruşa geçmesi lazım çünkü bundan daha iyisi şuan bu kadar eskisi yok. Dünyada yok yani. Bunun ikamesi yok. Göbeklitepe yerine şunu yapsak, hadi Göbeklitepe’ye gitmesek de şuraya gitsek, işte Karahantepe’ye gitsek olmaz mı?*” *olmaz...*” sözleriyle Göbeklitepe’nin önemi güzel bir şekilde ortaya koymuştur. Katılımcılara yeni keşiflerin Göbeklitepe’ye yönelik turizm talebini ne şekilde etkileyeceğine yönelik öngörülerini üzerine sorular sorulduğunda ise katılımcıların çoğu yeni keşiflerin Göbeklitepe’nin önemini artırıcı yönde etki göstereceği yönünde yorumlarını belirtmişlerdir. Katılımcı 10 bunu destekleyecek şekilde şunları ifade etmiştir;

“...burada kuyumcuların kullandığı mihenik taşı Göbeklitepe olacak ve dünyada farklı bir yerde de bulunsa Urfa’da da bulunsa muhakkak kendini yine Göbeklitepe’yle anlatacağı için yani şu var Göbeklitepe için bir arkeolojik dil olarak bunu ilk defa burada söylüyorum şimdi aklıma geldi. Göbeklitepe bir arkeolojik dil olacak ise bundan sonra daha eskisini de bulsak biz bunu yine Göbeklitepe’nin cümleleriyle, kelimeleriyle anlatacağız...”

Kod 1: (Göbeklitepe) Diğerlerinden Önemli

Turistik çekicilik olarak Göbeklitepe teması kapsamında, araştırmada elde edilen veriler bölgeye gelen turistlerin Göbeklitepe ve diğer destinasyonlar arasındaki tercihleri dikkate alınarak incelenmiştir. İnceleme doğrultusunda Katılımcı 2’nin, Göbeklitepe’nin diğer alanlardan daha önemli olmadığını belirtirken diğer tüm katılımcıların Göbeklitepe’nin belirli şartlarda diğer destinasyonlardan daha değerli olduğunu belirttiği saptanmıştır. Göbeklitepe’nin diğer destinasyonlara nazaran daha önemli olduğunu belirten görüşler arasında; Katılımcı 1’in “...*Nevalıçori ve Karahan tepe bu normal*

misafirlere gerekirse Alman gurubu ya da yerli grubu çok önemli bir satış unsuru değil çünkü Göbeklitepe onlardan çok daha eski çok daha önemli...” ifadeleri, Katılımcı 3’ün “...kesinlikle daha azdır çünkü Göbeklitepe kadar sükse yapabilmesi için ulusal basında yer bulmasının yanı sıra uluslar arası camiada turizm hareketlerinde söz sahibi olabilecek dünyaca ünlü basın yayın organlarında reklamlarının olması gerekir...” görüşleri ve Katılımcı 6’nın “...Urfaya düzenlenen turlarda ya da program esnasında Urfa varsa Göbeklitepe muhakkak ama muhakkak ziyaret ediliyor. Mesela her turda Balıklıgöl olmayabiliyor, atıyorum mesela Balıklıgöl çok önemli bir yer ama artık Göbeklitepe daha büyük bir ivme yakaladığı için, mesela benim yaptığım turlarda Urfa bazen Göbeklitepe oluyordu ama bazen Balıklıgöl olmuyordu. Ya da ekstraya giriyordu yani isteğe göre ziyaret edilen noktalar arasındaydı ama Göbeklitepe muhakkak Urfa denildiğinde muhakkak gidilen yerlerden bir tanesi ondan dolayı bir çekim oluşturuyor aslında başlı başına...” ifadeleri ön plana çıkmaktadır. Yine Göbeklitepe’nin bölgedeki diğer turistik çekiciliklerden daha önemli olduğunu vurgulayan ifadeler arasında Katılımcı 8’e ait “...Yabancılar da Göbeklitepe yerlilerde zaten GAP turu içerisinde geliyorlar her yeri görüyorlar...” ifadesi, Katılımcı 10’a ait “...Amerika’da yaşıyor sadece Göbeklitepe için gelmiş, ama tabi şu var Göbeklitepe için gelmiş ama zamanınız varsa Balıklıgöl’e de gidiyoruz...” ifadesi ve Katılımcı 11’e ait “...Göbeklitepe ağırlıklı olarak gelme sebebi, ... Göbeklitepe yoksa o Urfa programında ya da GAP programında ciddi anlamda problemler yaşandığını görüyoruz. Haliyle GAP turlarının olmazsa olmazı durumundadır...” ifadesi bulunmaktadır. Göbeklitepe’yi ön plana çıkaran bu görüşlerden farklı olarak Katılımcı 7 ve 9 ise yerli gruplarda Balıklıgöl ile Göbeklitepe’nin gelen grubun ilgi alanına göre önceliğinin değişebildiğini vurgulamışlardır. Örneğin Katılımcı 7 “...Yerliler için Balıklıgöl ve Göbeklitepe yarışır. Yani bazısına göre Göbeklitepe, bazısına göre Balıklıgöl daha ön planda olabilir ama yabancılar için Göbeklitepe. Yani tamamen kültürel bir öge...” şeklinde görüş bildirmiştir.

Kod 2: (Göbeklitepe) Bölge ile Birlikte Değerli

Kod 2 kapsamında katılımcı görüşlerinin incelemesi gerçekleştirildiğinde Göbeklitepe’nin GAP turları içerisinde önemli bir yere ait olduğu ve turistlerin GAP turunu satın almasında önemli bir etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Katılımcılar bu kapsamda grupların veya kişilerin bireysel görüşleri nedeniyle tur içeriklerinin değişiklik gösterebildiğini, bununla birlikte tur satın alımlarında en önemli faktörün Göbeklitepe

olduğunu ve bölgeye gelmişken diğer destinasyonların da ziyaret edildiğini belirtmişlerdir. Buna örnek olarak Katılımcı 6: “...Sadece bir yabancı sırf Göbeklitepe’yi görmek için de buraya gelmez. Genelde işte yabancıların zaten genel konjonktürü bu şekilde. Mesela büyük Anadolu turları oluyor bu yabancıların katıldığı işte İstanbul’dan başlıyorlar, bunlar 20 gün 30 günlük süren uzun turlar, İstanbul’dan başlıyor böyle batıdan doğuya doğru kayıyor. O tarz turlar var veya İç Anadolu’dan başlayıp Kapadokya’dan başlayıp işte Güneydoğu’ya doğru giden güzergahlar da söz konusu...” şeklinde görüş belirtmiştir. Katılımcı 7 ise “...Kültür turlarında ana çekicilik unsurlarından biri diyebiliriz. Yıllardır oturmuş bir şey var destinasyonda “Balıklıgöl” destinasyonu. Kültür turlarında, inanç turlarının içerisinde yer alan Şanlıurfa’nın markalaştığı öğelerden bir tanesi. Ama Göbeklitepe artık tur programlarına bakarsanız hepsinin içerisinde var o yüzden Balıklıgöl ve Göbeklitepe olmazsa olmazımız Şanlıurfa özelinde...” ifadesi ile Göbeklitepe’nin diğer çekicilikler ile daha anlamlı hale geldiğini belirtmiştir. Benzer şekilde Katılımcı 10 “...Göbeklitepe için gelen var ise zamanı müsait ise Harran ya da Halfeti ya da olmadı en azından Balıklıgöl ve diğer yeri yani müzeyi de gezebiliyor...” cümleleri ile durumu özetlemiştir.

(Göbeklitepe) Bölge ile Birlikte Değerli kodu kapsamında araştırılan bir diğer husus bölgede devam eden veya dünyanın herhangi bir yerinde devam eden kazıların Göbeklitepe’ye yönelik talebi ne şekilde etkileyeceğidir. Bu kapsamda Katılımcı 8, 9 ve 11 herhangi bir yorumda bulunmazken, Katılımcı 3 herhangi bir etkilenmenin söz konusu olmayacağını belirtmiştir. Katılımcı 6 Göbeklitepe ve yeni bulunan alanın birbirinin ikamesi olabileceğini öne sürmüştür. Katılımcı 12 de yeni bir keşfin Göbeklitepe’yi olumsuz yönde etkileyeceği yorumunda bulunmuştur. Katılımcı 1, 2, 4, 5, 7 ve 10 ise herhangi bir yeni keşfin Göbeklitepe’ye yönelik talebi olumlu yönde etkileyeceğini ve keşfi yapılan yerin Göbeklitepe aracılığı ile yorumlanacağını vurgulamışlardır. Bu hususta Katılımcı 5’in “...bir tane yapbozunuz olsun. Ve o yapbozunuzun en önemli parçası kaybolmuş olsun. Ve siz onun sürekli arayışınızdasınız. Onu tamamlamak için çaba gösteriyorsunuz. İşte Karahantepe ve diğer Taştepelerle Göbeklitepe arasındaki ilişki budur...” ifadesi ve Katılımcı 7’nin “...Göbeklitepe’den daha eskisi bile çıksa, şu an yok ama, Göbeklitepe ilk gözbebeğimiz olacak. Çünkü Göbeklitepe ile beraber neolitik dönemi öğrendik. Onunla ilgili hala oraya bağlayabiliyoruz birçok şeyi yani mutlaka önde Göbeklitepe ile başlayacak her şey... çıkış noktamız Göbeklitepe. Göbeklitepe’de hala cevap veremediğimiz o sorulara diğer kazı alanları, daha eskiye giderse onunla ilgili

bize kazı çalışmaları bilgi verecek. O yüzden Göbeklitepe'yi daha iyi anlamamızı sağlayacak sadece. Göbeklitepe'ye olan ilgiyi kesmeyecek. Dediğim gibi o bizim ilk göz ağrımız. Ama sorularımızın cevabını bulmamıza biraz belki şeye yapabilir, daha net bir şekilde bilgi vermemizi sağlayabilir...” görüşleri Göbeklitepe'nin diğer kazı alanları ile olan ilişkisini detaylı olarak açıklamakta ve Göbeklitepe'yi ön plana koymaktadır. Yeni bir keşfin Göbeklitepe'ye yönelik talebi olumlu yönde etkileyeceğini destekleyen görüşler arasında ön plana çıkan bir diğer görüş ise Katılımcı 9'un “...diğer yerlerdeki kazıların şu an itibariyle Göbeklitepe'yi geri planda bırakacağını düşünmüyorum. Tabii bulunacak şeyler önemli, bunu da bilmiyoruz. Yani Karahantepe'de örnek vereyim tabii ki sismolojik araştırmalar yapılmıştır. Kazılan daha büyük bir alan, Göbeklitepe'deki D-C yapılarından daha büyük bir yuvarlak yapıyı görebiliyorsun. Daha da büyüğü çıkar mesela daha sağlamı çıkar. Onu bilemeyiz ama Göbeklitepe şöyle daha farklı olur, ön planda kalır: burası dini bir alan olarak nitelendirildiği için oradaki yapı bir höyük statüsünde yapılmış bir yapıdır. Höyük statüsünde olduğu için Karahantepe'deki kazılar Göbeklitepe'yi çok etkilemez diye düşünüyorum. Çünkü orası tek katmandır ama dediğim gibi çıkacak şey de çok önemlidir...” şeklindeki ifadeleridir. Göbeklitepe'nin bölge ile birlikte değerli olduğunu farklı bir yaklaşım ile ortaya koyan Katılımcı 2 ise Göbeklitepe'nin önemli bir destinasyon olduğunu ancak turların satın alınmasında “yörenin yemek kültürünün” yani “gurme turizminin” daha büyük bir etkiye sahip olduğunu belirtmiştir.

Kod 3: Tek Başına Çekicilik Unsuru

İlgili kod kapsamında veri seti üzerinde gerçekleştirilen incelemelere göre tüm katılımcılar Göbeklitepe'nin kendine has özellikleri ile tek başına bir çekicilik kaynağı olduğunu/olabileceğini belirtmişlerdir. Diğer yandan bölgede gerçekleştirilen turların genellikle GAP turu şeklinde olduğu ve ayrıca yabancı turistler açısından yalnızca Göbeklitepe'nin yer aldığı turların fiziksel uzaklık sebebi ile uygun olmadığı belirtilmiştir. Buna karşın Göbeklitepe yerli ve yabancı tüm kitleler için önemli bir destinasyon olarak değerlendirilmiştir. Göbeklitepe'nin tek başına bir çekicilik unsuru olduğuna ilişkin öne çıkan görüşler ise aşağıdaki şekildedir;

Katılımcı 1: “...Göbeklitepe kesinlikle inanılmaz muhteşem oraya mutlaka gidilmeli... Prehistorik yerlerdeki diğer bir sıkıntı da diğer alanlara göre daha az buluntunun olmasıdır ancak Göbeklitepe bu anlamda bir istisnadır. Dünyanın en eski tapınağıdır/kült alanıdır bulunan. Bundan daha eskisi yoktur...”

Katılımcı 2: “...Göbeklitepe’den önce bilinen en eski tapınak Stonehenge’di. Yani piramitlerin dedesi sayılabilecek bir yaşta Göbeklitepe. Yani 11.500- 12.000 yıldan bahsediyoruz ki akla zarar bir kütle. Çünkü Göbeklitepe’yi bu kadar büyüğü yapan şey bizim henüz yerleşik hayata geçmediğimizi düşündüğümüz dönemde bir tapınakla karşılaşılıyor olmamız...”

Katılımcı 5: “...Göbeklitepe zaten cazip bir yer çok fazla bir şey yapmaya gerek yok...”

Katılımcı 8: “...doğal bir çekim gücü var. İnanç turizmi yönünden. Herhangi bir şey yapmaya lüzum yok...”

Katılımcı 9: “...Özellikle yabancı turistler açısından bakıldığı zaman Göbeklitepe Urfa’da yani Güneydoğu Anadolu bölgesinde bir numaradır...”

5.2. FARKINDALIK DÜZEYİ TEMASINA İLİŞKİN BULGULAR

Veri setinde yer alan bilgiler farkındalık düzeyi teması altında üç ayrı kod (yerel halk farkındalığı, yerli turist farkındalığı ve yabancı turist farkındalığı) ile incelenmiştir. Veri setinin ilgili kodlar doğrultusunda incelenmesi sonucunda yerel halkın farkındalığı, yerli turistlerin ve yabancı turistlerin farkındalık düzeyleri hakkında belirtilen görüşler arasında büyük oranda benzerlik olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak yerel halkın turizmle ilgilenmeyen kesiminin Göbeklitepe’nin değerinin farkında ve bilgisinde olmadığı belirlenmiştir. Diğer yandan Göbeklitepe’nin varlığı sayesinde turist sayısının giderek arttığının ve bu durumun ekonomik anlamda kazanç sağladığının farkında olan yerel halk kesimi de mevcuttur. Yerli turistlerin farkındalık düzeyleri ise genel olarak gelen grubun hangi amaçla bölgeye geldiğine bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Örneğin kültür turuna katılmış bir yerli turist alan hakkında bilgi ve ilgiye sahipken, kitle turizmi kapsamında bölgeye gelen yerli turistlerin alana dair farkındalıklarının düşük olduğu görülmüştür. İlgili temanın analizinde yabancı turistlerin alana yönelik farkındalık düzeylerinin çok daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Diğer yandan artan araştırmalar ve araştırma sonuçlarının kişileri bilgilendirmesinin ve bilgiye ulaşımın kolaylaşmasının da bir sonucu olarak yerli-yabancı tüm gruplarda yıllar içerisinde farkındalık düzeyinde bir gelişim gözlemlenmiştir. Bu bağlamda Katılımcı 12: “...Klaus hocanın kitabını yazmasıyla birlikte ve o yaptığı videolar, çektiği videolar, belgeseller ile birlikte donandık. Şimdi gelen insanlar bilgi sahibi yani şey demeyeyim, çok cahil insanlar geliyordu artık cahil insanlar gelmiyor gibisinden değil. Ortada materyal olmadığı için

onlar da açık Klaus hocanın kitabını okumadıkları için Göbeklitepe'nin üstündeki algı çok iyi bilinmediği için bilmeden geliyorlardı. Orada biz dolduruyorduk. Biz anlatıyorduk. O şekilde anlaşılanıyordu ama şimdi hali hazırda adam fikir sahibi “ya nasıl olabilir, insanlar nasıl buraları yapmış, nasıl üstünü örtüp gitmişler ve tekrar nasıl başkaları belli bir period (dönem) sonrasında gelip inşa etmiş?” ve böyle bir şaşkınlıkla geliyorlar şu an...” cümleleriyle deneyim ve gözlemlerini aktarmıştır.

Kod 1: Yerel Halk Farkındalığı

Yerel halkın farkındalığı özelinde veri seti üzerinde gerçekleştirilen incelemeler sonucunda yerel halkın geçmişte alana yönelik farkındalık düzeylerinin düşük olduğu, ancak yıllar ilerledikçe farkındalık düzeyinde artış meydana geldiği saptanmıştır. Söz konusu farkındalık artışında bölgede ve özellikle Göbeklitepe’de çekilen diziler, belgeseller vb. ile alanın hem moda haline gelmesi hem de bilginin artması etkilidir. Diğer yandan turizm alanında çalışan kişilerin, turizm alanında çalışmayanlara nazaran çok daha iyi düzeyde farkındalığa sahip olduğu belirlenmiştir. Bu noktada Katılımcı 10 “Yöre insanı ikiye ayırmak gerekiyor. Birincisi yörede olup da yani turizmci olup da yörede olanlar. Tabii ki işin farkındayız. Hem kıymetini, değerini bilme hem de farkındayız. Ama bir de turizmci olmayıp da bide bölgenin sahip olduğu hem inanç yapısı bakımından hem de sosyolojik yapısı bakımından kıymetini bilmeyip ya da işte daha gidip görmeyen insanlar da mevcut.” sözleriyle gözlemlerini aktarmıştır. Sonuç olarak genel görüş yerel halkın bölgeye yönelik farkındalık düzeyinin yıllar içerisinde arttığı şeklindedir. Bunun yanında Katılımcı 5 “...Biz Halil İbrahim’in torunlarıyız. Yani Hz. İbrahim’in sofrasından beslenmiş insanlarız. Gelen kişileri biz kendimiz de ağırlamayı çok severiz. Ben Güneydoğu’lu bir insanım Mardinliyim ben. Gelen insanlar ağırlanır, çayları yemekleri verilir, onların paraları yoksa yol paraları ertesi güne verilir. Yani biz, bu bölgede o sıcakkanlı insanların Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nin her köşesinde var...”, “Göbeklitepe’nin dışında da her tarafta insanlar bu yöreye gelen insanları en iyi şekilde ağırlıyorlar. Onlara yardımcı oluyorlar...” ifadesi ile yerel halkın sahip olduğu geleneklerden de beslenerek turistlere karşı olumlu tavırları ile alanda turizm faaliyetleri ve bölgenin kıymeti hakkında belirli bir düzeyde farkındalık sahibi olduğunu belirtmiştir.

Kod 2: Yabancı Turist Farkındalığı

Göbeklitepe özelinde yabancı turistlerin farkındalığına yönelik gerçekleştirilen incelemede Katılımcı 2, 3, 6 ve 8’in herhangi bir görüş belirtmediği saptanmıştır. Diğer

katılımcıların vermiş oldukları yanıtlar incelendiğinde ise Göbeklitepe hakkında farklı düzeylerde olmasına karşın çoğunun alan hakkında farkındalığa sahip olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda Katılımcı 9: *“Yabancıların %100’ü bilinçli ziyaret ediyor”*, Katılımcı 5: *“Meksika grubunda bana diyor ki üç yer önemli. 1) Benim için Mardin çok önemli. 2) Göbeklitepe 3) Nemrut Tümülüsü bu kadar. Ben bu üçü için geldim. Ben bu üçünü göreyim çok da diğerleri işte tekne turuna binmişim, özel yemek yemişim, sıra gecesine gitmişim o kadar beni bağlamaz diyor.”* şeklinde deneyimini aktarırken Katılımcı 4: *“yabancılardan nasıl söyleyeyim bölgeye gelseler de kültür seviyesi düşük olduğu zaman “ne görücem taş yığını” kafasında olan bir takım yabancı gruplarımız da var ya hani. Yabancı olunca hepsi kültürel anlamda gelişmiş insanlar değil. Her ülke gibi onların da kendi içinde okumuşu, okumamışu, meraklısı gezgini, umursamazı var...”* turistlerin ilgi ve eğitim düzeylerinin de önemli olduğu konusunda görüş bildirmiştir. Katılımcı 12 ise Göbeklitepe’nin yabancılar için taşıdığı önemi aşağıdaki sözlerle özetlemiştir.

“Yabancılar için Göbeklitepe çok ayrı bir dünya. Urfa’da gelip Göbeklitepe’yi ziyaret ediyor, eğer ekstradan böyle bir ilgisi alakası varsa “ay İtalya’da da gördüm. Urfa’da da gideyim.” Derse eğer konik kubbeli evleri görmeye gidiyor Harran’a. Onun dışında halkın içerisine bile karışmıyor. Şehir merkezinde kolay kolay yabancı göremezsiniz. Yani orayı ziyaret edip direkt çekip gidiyor zaten.”

Yabancı turistlerin yıllar içerisindeki geliş oranlarının da farkındalıkları ile ilintili olması nedeniyle veriler bu bağlamda da incelenerek değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonucunda Katılımcı 5, 6, 7, 8 ve 11 dışındaki tüm katılımcılar ilk yıllarda yabancıların daha yoğunlukta geldiğini belirtmiştir. Katılımcı 5 ve 8 yıllar içerisinde artış yaşandığını bildirmesine karşın ilk yıllarda yaşanan yerli-yabancı yoğunluğu hakkında bilgi vermemiş, Katılımcı 6 ise yıllar içerisinde artışın olduğunu belirtmiş ancak yerli-yabancı ayrımında bulunmamıştır. Katılımcı 7 ve 11 ilk yıllarda yerli ağırlıklı olduğunu, ancak yıllar içerisinde yabancı turist sayılarında da artış yaşandığını belirtmiştir. Ancak alana yönelik talep miktarının tek başına farkındalık düzeyini belirtmediği, bu bağlamda farklı etkenlerin de bulunduğu unutulmamalıdır.

Kod 3: Yerli Turist Farkındalığı

Veri seti yerli turistlerin Göbeklitepe’ye yönelik farkındalık düzeyi özelinde incelendiğinde, genel sonuç yerli turistlerin farkındalık düzeyinin yabancılarla göre daha

düşük olduğu ancak yıllar ilerledikçe farkındalık düzeyinin arttığı şeklindedir. Bu bağlamda Katılımcı 9 ve 10 herhangi bir yorumda bulunmazken Katılımcı 7 ve 8 yerli grupların farkındalık düzeyinin daha az olabildiğini ancak grup amacının bu anlamda etkili olduğunu belirtmiştir. Katılımcı 7: “55- 65 yaş arasındaki hanımefendilerin yoğunlukla gezdiği gruplar var biliyorsun. Onlar daha çok alışveriş üzerine mesela seyahat ediyorlar, gezmek için. Ya da işte genç kesimde fotoğraf çekmek için çok yoğunlukta geziyor ama kültür seviyesi biraz daha yüksek olup işte tarihi alanları gezmeyi seven insanlar için çarpıcı sorular gelebiliyor” cümleleri ile durumu geliş amacının etkisini ortaya koymuştur. Katılımcı 8: “Bilinçli turizm sayısı çok az. Kitle turizmi yani.” ise ifadesi ile yerli turistlerde bilinç/farkındalık düzeyinin az olduğunu belirtmiştir.

Katılımcı 1, 4, 5, 6 ve 11 ise yerli turistlerin farkındalığının yıllar içerisinde artmaya devam ettiğini belirtmektedir. Katılımcılar yerli turistlerin farkındalık düzeyinde artış olmasına rağmen, yabancı turistlerin hala Göbeklitepe hakkında çok daha fazla farkındalığa sahip olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcı 2, 3, 6, 8 ve 12 genel olarak turistlerin bölgeye yönelik farkındalığının arttığını belirtirken yerli-yabancı ayrımında bulunmamışlardır. Ancak alanın son yıllarda yoğun olarak yerli gruplarca ziyaret edilmesi ile birlikte, yerli turistlerin farkındalık düzeyinin de giderek arttığı şeklinde yorumlar mevcuttur. Katılımcı 6 pandemi sonrası, Katılımcı 5 ise ilk günden beri turist sayılarında artış yaşandığını belirtmiş, ancak yerli-yabancı ayrımından bahsetmemiştir. Bununla birlikte Katılımcı 7 ve 11 dışındaki tüm katılımcılar son yıllarda yerli turist sayısının çok daha fazla olduğunu belirtmektedir. Ancak talebin fazla olmasının, farkındalık düzeyinin de aynı derecede yüksek olduğu anlamında gelmediği göz önünde bulundurulmalıdır. Nitekim Katılımcı 8: “Talep fazla ama hiç kimse Göbeklitepe’nin anlamını bilmeden körü körüne gelip gidiyor.” sözleriyle durumu güzel bir şekilde özetlemiştir.

5.3. TANITIM TEMASINA İLİŞKİN BULGULAR

Yapılan görüşmelerden elde edilen veriler ışığında ikinci tema Göbeklitepe’nin tanıtımı üzerine oluşturulmuştur. Tanıtım teması altında tanıtım sorunları, kamu tanıtımı ve yazılı- görsel basın ve sosyal medya tanıtımı olarak üç ayrı kod oluşturularak detaylı incelemeler yapılmıştır. Temaya ait incelemede katılımcıların Göbeklitepe’nin tanıtımına yönelik genel görüşler beyan ettiği de belirlenmiştir. Buna göre Katılımcı 1, 3, 4, 5 ve 11 alanda yapılan araştırmalar ve alan hakkında ortaya atılan farklı görüşlerin Göbeklitepe’nin sürekli konuşulmasını sağladığını ve böylelikle Göbeklitepe’nin sürekli

dikkati çeken bir alan olduğunu ifade etmişlerdir. Diğer yandan veri seti yapılan tanıtımlar ve bu tanıtımların alana yönelik talep üzerindeki etkisi özelinde incelendiğinde katılımcıların genel olarak kamu organlarının tanıtım özelinde çalışmalar yaptığı ancak yapılan çalışmaların özellikle uluslararası arenada yeterli olmadığı yönünde görüş belirttiği saptanmıştır. Tüm katılımcılar alanın gelişimi için en önemli faktörün tanıtım olduğu üzerinde durmuş, bu tanıtımların özellikle sosyal medya üzerinden olması gerektiğini ve alışlagelmişin dışında dikkat çekici ve yeni stratejiler kullanılarak tanıtım etkinlikleri oluşturulması gerektiğini belirtmiştir. Katılımcılar ayrıca Göbeklitepe'nin tanıtımında kamu kurum ve kuruluşlarının tek başlarına yeterli olamayacağı, başarı sağlamak adına yerel halkın ve eylemli turist rehberlerinin de bölgeye yönelik tanıtımda aktif olması gerektiğini vurgulamışlardır. Buna konu özelinde Katılımcı 1: *"...Bu bir tapınak mıdır, bu bir kült alanı, bunun bir ölüm kültüyle mi bir ilgisi var? Yok Şamanizm... Bununla ilgili çok tartışmalar var. Her fikir değerli, önemli olan tartışılması. Reklamın iyisi kötüsü olmaz..."*, Katılımcı 4: *"...İnanın ben Batı Anadolu da ya da Marmara'da ya da Kapadokya'da gezerken de turumun güzergahı ve bilgisi bittikten sonra serbest konuşma zamanlarımda mutlaka Göbeklitepe'den bahsediyorum. Çünkü beni etkiliyor. Yani ben etkilendiysem ve etkilendiğim şekliyle orayı anlatabileceksem insanların da görüp gezmesi ve öğrenmesi gerektiğine inanıyorum. Rehberlere çok fazla iş düşüyor..."*, Katılımcı 5: *"...Yani bizim çok ciddi bir tanıtım yapmamız lazım. Her bir rehber değil de vatandaş olarak. Sahiplenmemiz lazım..."* ve Katılımcı 11: *"...kısa, orta ve uzun vadede yapılması gerekenler diye bir strateji belirlenmeli ve en her şeyin başı tabii ki tanıtım. Özellikle uluslararası anlamda tanıtım ki şu var şöyle bir örnek de verebiliriz. Türkiye'den bir milyon yerli turist ağırlamak ile yurtdışından yüz bin yabancıyı ağırlamak arasında hangisini tercih ederseniz, yurtdışından gelecek yüz bin sayısı ülke ekonomisine çok daha büyük bir katkı olacaktır..."* şeklinde gözlemlerini belirtmiştir.

Kod 1: Bölgenin Tanıtımına Yönelik Sorunlar

Tanıtım teması altın ilk olarak incelenen kod bölgenin tanıtımına yönelik sorunlardır. Bu bağlamda veri seti, bugüne kadar yapılan tanıtımların hangi konularda eksik kaldığına yönelik incelenmiştir. Katılımcı 7 ve 8 dışındaki tüm katılımcılar ilgili konuda görüş belirtmişlerdir. Görüşlerde ortak vurgu ise *"yapılan tanıtımların eksik kaldığı ve tanıtım çalışmalarının doğru, etkili bir şekilde artırılması gerektiği"* şeklindedir. Nitekim, katılımcı 4, 6, 8, 10 ve 12 yapılan tanıtımların eksik ve yanlışlarının

bulunduğunu belirtmektedir. Buna yönelik Katılımcı 4: “...Göbeklitepe olarak bilinmesinin asıl sebebi arkeolojik kazıları yapan ve tabii ki o kurum ve kuruluşların desteğiyle hazırlanan raporlarla UNESCO ya bunun kültürel miras listesine eklenmesi. Ama UNESCO’yu aradan çekin Turizm bakanlığı, valilik ve kaymakamlık ne kadar etkilidir?”, ve Katılımcı 12: “...biz reklam konusunda maalesef çok iyi değiliz. Yani reklamda belki en kötü ülkeler arasına girebiliriz. Yani biz bir yerin tanıtımını kendimiz yapamıyoruz...” şeklinde görüşlerini belirtmişlerdir. Katılımcı 3 ve 4’ün tanıtımda plansız ilerlendiğini belirtmesi ve Katılımcı 9’un yalnızca öngörü olan bilgilerin kesin bilgi şeklinde tanıtılmasının hatalı olduğu yönündeki görüşleri Göbeklitepe tanıtımının neden eksik kaldığına yönelik birtakım ipuçları sunmaktadır.

Katılımcı 9: “Göbeklitepe bir muammadır ve muamma olduğu için herkes kendi kafasına göre kitap yazmış o yüzden herkes de farklı bir beklentiyle geliyor. Bunun geliştirilmesi için sinevizyon alanında çok daha mantıksal, çok daha basit işte %100 bilgiymiş gibi anlatılmayacak şekilde insanlara bir görsel sunmak gerekiyor... Göbeklitepe insanların her zaman farklı beklentiler ile geleceği, gelenlerin %80’inin de umduğunu bulamayacağı bir yerdir. Onun için insanlara daha açık daha yalın ve basit bir şekilde bilgilendirme gerekiyor. Yani yorum az olması lazım, nasıl bu bilgilere ulaşılması gerektiğinin anlatılması lazım ve çok basit bakarak bu insanlara bunları nasıl kullandığıyla ilgili yorumlar yapılabilir...”

Diğer yandan bölgenin geliştirilmesine yönelik rehberlerden görüş alınmaması tanıtım sürecinde diğer bir eksik olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda Katılımcı 2, 3, 4 ve 12 yapılan tanıtımlar konusunda kendisi ile bir fikir alışverişinde bulunulmadığını belirtmiştir. Katılımcı 1, 5 ve 6’nın dikkat çektiği diğer bir tanıtım eksikliği ise neolitik dönem bölgelerinde levha, yürüyüş rotası ve tanıtım eksiklikleridir.

Katılımcı 6: “...Karahantepe gibi Taş Tepeler Projesinde yer alan diğer kazı bölgelerinin bir an önce gezilebilir şekilde ortaya çıkartılması, oradaki gezi alanlarının, güzergahlarının oluşturulması gerekiyor ki şu anda mesela Karahantepe’de henüz düzenli bir yürüyüş yolu yok, grupların gelip gezebileceği şekilde. Mesela bunun bir an önce turizme kazandırılması gerekiyor ki insanları buraya çekebilelim...”

Tanıtım yönelik diğer sorunlar arasında bölge insanının Göbeklitepe’nin farkındalığının az olması, rehbersiz ve kaçak turların yapılıyor olması ve yerel toplumun Göbeklitepe’yi sahiplenerek tanıtımı için çabalamaması gibi hususlar bulunmaktadır. Bu

bağlamda Katılımcı 2 ve 4 yöre halkının alanın tam olarak farkında olmadığı üzerinde dururken Katılımcı 3 ve 6 kaçak turların varlığına vurgu yapmaktadır. Katılımcı 6: *“...Urfa’da bazı taksiciler var adamlar arabalarının önünde arkasında falan “Göbeklitepe turu yapılır” yazan küçük küçük afişler var. Hani adamlar tur yaptırıyorlar oraya düşünebiliyor musunuz? Tabi bu hoş bir durum değil ama bu durumun olması aslında o bölgede yaşayan insanların buradaki turistik değerlere dair ya da kültürel miras değerlerine dair az ya da çok bilgi sahibi olduklarını bize aslında gösteriyor dolaylı olarak...”* şeklinde durumu özetlemektedir.

Rehbersiz turlar ve tanıtımın yalnızca belirli bir kesim tarafından yapılması gerektiği şeklinde bir algının bulunduğunu belirten Katılımcı 5 ise durumu *“...Çok ciddi bir şekilde herkesin elini taşın altına koyup bu kültürel mirasın yaşatılması ve devam etmesi için çaba göstermeli yani sadece bir kişiyle olacak birkaç kişiyle olacak bir şey değil...”* sözleriyle özetlemektedir.

Tanıtım ile ilgili sorunlar kapsamında Katılımcı 5 ve 9, kazı ve ödeneklerin yetersizliğinden bahsederken, Katılımcı 10 ve 11 yapılacak olan tanıtımların önündeki bürokratik engeller üzerinde durmaktadır. Bu bağlamda ödeneklerin yetersiz olması sonucunda kazıların ilerleyememesi, gezi alanında bilgilendirme yetersizliği tanıtım anlamında diğer bir sorunu gündeme getirmektedir. Katılımcı 5 bu hususta *“...Göbeklitepe’nin biraz daha formalize edilmesi lazım, biraz daha açılması lazım. Biraz daha böyle artık o yorumlardan çok bir şeyin kazanılması bir şeyin açığa çıkması, biliyorsunuz arkeolojik kazı çalışmalarına geç başlamak ya da ödeneklerin olmayışı sürekli bu kazı çalışmalarını geciktiriyor. Bu da bizim Göbeklitepe ile ilgili yapacağımız yorumları yeni bulunan yerlerle ilgili yapacağımız kontekst dediğimiz bağlamları açıklamamız çok zor oluyor...”* şeklinde açıklamada bulunurken, Katılımcı 11 *“...Bürokratik problemlerle karşılaşıldığı zamanlar da oluyor kimi zaman...”* ifadesi ile bürokratik engelleri işaret etmektedir.

Kod 2: Kamu Tanıtımı

Kamu tanıtımı kapsamında veri seti üzerinde gerçekleştirilen incelemeler kamu kurum ve kuruluşlarının ellerinden geldiğince tanıtım faaliyetlerinde bulunduklarını göstermiştir. Özellikle son yıllarda *“Büyük Dönüşümün Başladığı Topraklar”* mottosu ile tanıtımı yapılan Taş Tepeler Projesi’nin tanıtım adına yapılmış en büyük adımlardan bir tanesi olduğu ve diğer kazı alanlarının da vurgulanması sonucu ilgiyi üzerine çekerek

talebe olumlu yönde katkı sağladığı vurgulanmaktadır. Diğer yandan Şanlıurfa Valiliği'nin öncülüğünde, Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, çeşitli kaymakamlıklar ve ŞURO (Şanlıurfa Bölgesel Rehberler Odası)'nın paydaş olduğu “Şanlıurfa Turizm Geliştirme A.Ş.” nin çalışmaları, kamu tanıtımında ilgili tüm kurumların bir araya gelerek güç birliği oluşturduğunu göstermektedir. Ayrıca ŞURO'nun bireysel olarak gerçekleştirdiği ve rehberlerin gelişimine yönelik sağladığı katkıların “Uzman rehber, kaliteli hizmet” düşüncesini geliştirdiği ve dolayısıyla talebi olumlu etkilediği yönündedir.

Araştırmaya katkı sağlayan tüm katılımcılar kamu organlarının bir şekilde tanıtım için faaliyetlerde bulunduğunu belirtmişlerdir. Bu kapsamda Katılımcı 1, 2, 3, 5, 6, 9 ve 10 özellikle ŞURO'nun tanıtımlar üzerinde önemli bir yere sahip olduğunu ifade etmişlerdir. ŞURO yapmış olduğu eğitim gezileri ve alanında uzmanlaşmış kişilerle rehberleri bir araya getiren oturumlar ile alanda çalışan eylemli turist rehberlerinin alana yönelik bilgi düzeyini artırmaktadır. Eğitimler ile alan üzerinde yoğun bilgiye sahip rehberler ise görev aldıkları turlarda turist memnuniyetini artırmakta ve dolayısıyla talep olumlu yönde etkilenmektedir. ŞURO ayrıca kamu kurum ve kuruluşları ile sürekli irtibat halinde bulunmakta, alanlarda yapmış olduğu anonslar ile halkı ve turistleri bilgilendirmekte ve denetimler ile kaçak turların önüne geçmektedir. Bu hususta Katılımcı 5 “...bu bölgenin daha iyi tanıtılması için bizim oda başkanımız sayın Merve OFLUOĞLU, çok değerli bir insandır. Bu konuda Göbeklitepe'nin üzerinde çok ciddi araştırmaları var. Yaptığımız etkinliklerden bir tanesi 2 ay önce Karahan Tepe'nin ünlü hocası prof. Dr. Necmi KARUL hocamız bir panel düzenledi Göbeklitepe'de Ramazan ayında bizde panele katıldık. Bu ciddi bir çalışmaydı. Hem Karahan Tepe'nin tanıtılması Karahan Tepe kimliğinin açığa çıkması, bu taş tepelerin biraz daha cazip hale gelmesi için ciddi bir çalışma. Kültür turizm müdürlüğü belediye ile ortak bir çalışma yapıldı. Ve bununla ilgili daha birçok bir sürü proje var. Şanlıurfa belediyesi ile tabii ki biz her zaman irtibat halindeyiz, oda olarak bizim başkanımız bizi temsilen, ramazanda iftarlar, onun dışında yine Göbeklitepe ile ilgili bir yapılmış çalışmalarda her zaman bizlere çok ciddi destekler sunuyorlar...” şeklinde görüş belirtmektedir. Benzer şekilde ŞURO'nun önemine vurgu yapan Katılımcı 6 “...Şanlıurfa Rehberler Odası bu anlamda iyi. Genelde kurumlarla onlar iletişim sağlıyor...” yönünde görüş beyan ederken Katılımcı 9 “...Şanlıurfa Rehberler Odası Göbeklitepe ile alakalı burayı kaçak rehberlerin gezdirmesine izin vermiyorlar. Bu özellikle Göbeklitepe ile alakalı yalan yanlış hikayeler

uyduran insanların olmayışı için bir çabadır. Kaçak rehber animasyon rehberi gibi bir şeyler yapabilir orada. Bu bir çaba oluyor. Ama rehberler odasına baktığımız zaman genel anlamda diğer rehberler odalarıyla kıyasladığım zaman evet Göbeklitepe'nin tanıtımı için çok büyük etkileri oluyor..." sözleri ile ŞURO'nun rolünü detaylandırmaktadır.

Göbeklitepe tanıtımında bir diğer önemli husus Katılımcı 6, 7 ve 11'in de belirttiği üzere "Taş Tepeler Projesi"dir. Bu proje sayesinde neolitik dönemin ayak izleri ortaya çıkarılmış ve tanıtım alanında önemli bir atak yapılmıştır. Kamu tanıtımı hususunda diğer önemli bulgular arasında şunlar bulunmaktadır. Katılımcı 4 ve 7 yeni Şanlıurfa müzesinin önemini işaret etmekte, Katılımcı 5 Cumhurbaşkanlığı Orkestrasının alanda konserler vermesi ile tanıtım faydası elde edildiğini belirtmekte, Katılımcı 12 ise düzenlenen etkinliklerde Şanlıurfa Büyükşehir Belediye Başkanı'nın bizzat katılım sağlaması ile talep üzerinde olumlu bir etkiye oluşturulduğunu ifade etmektedir. Diğer yandan Katılımcı 2 ve 3 yapılan tanıtımlar ve tanıtımı yapan organları tam anlamıyla bilmediklerini belirtmiş, Katılımcı 4 ve 9 ise yapılan tanıtımların yeterli olmadığını vurgulamıştır. Örneğin Katılımcı 4 *"...UNESCO'nun etkisiyle Göbeklitepe'nin bu kadar duyurulduğuna inanıyorum. Tabi o UNESCO'nun 2019 yılını Göbeklitepe yılı olarak kutlamasında mutlaka ki Kaymakamlık, Turizm Müdürlüğü ve Valiliğin etkisi olmuştur, yardımı olmuştur. Ama UNESCO tanıtımı durdurduktan sonra aynı oranda bir tanıtım projesi devam ettirebilecekler mi bilmiyorum..."* sözleri ile kamu tanıtımının etkinliğini sorgularken, Katılımcı 9 *"...kamudaki kişiler Göbeklitepe'yle alakalı birçok şey de yapmak istiyorlar. Yani tanıtım konusunda birçok şey yapmak istiyorlar ama yetersiz oluyor. Genelde yetersiz oluyor..."* sözleri ile kamu kurum ve kuruluşlarının kontrol edilemeyen faktörler nedeni ile tanıtımda arzu edilen tanıtım etkinlik düzeyini yakalayamadığını ifade etmektedir.

Kod 3: Yazılı- Görsel Basın ve Sosyal Medya Tanıtımı

Tanıtım teması altında son olarak Yazılı-Görsel Basın ve Sosyal Medya Tanıtımı kodu incelenmiştir. Bu yönde elde edilen bulgular tüm katılımcıların ortak bir paydada bulunduğu göstermektedir. Katılımcılar özellikle sosyal medyanın bir alanın tanıtımında en önemli faktör olduğunu vurgulamaktadırlar. Buna yönelik Katılımcı 2, 6, 7, 11 ve 12 alanın tanıtımına yönelik yazılı-görsel basın ve sosyal medyanın etkin kullanıldığını ve bu tanıtımların talebi olumlu yönde etkilendiğini belirtmektedir. Örneğin Katılımcı 6 *"...ŞURO yetkilileri, çeşitli kurum ve kuruluşlarla görüşmeler sağlıyorlar,*

bunları bizlerle paylaşıyorlar gerek Whatsapp üzerinden olsun gerek sosyal medya üzerinden olsun. Mesela demeç veriyorlar sık sık mesela Müslüm başkan var kendisi eski dönem başkanı şu anda genel sekreteri. Kendisi demeçler veriyor mesela yerel gazetelere devamlı Göbeklitepe ile alakalı...” sözlerini dile getirirken, Katılımcı 11 “...Son dönemlerde özellikle buna yönelik faaliyetlerini yayın, katalog, işte mini dizi çekimleri şeklinde belgesel çekimlerini artırdılar. Mesela en son bariz örneği, birkaç kurum bir araya gelerek önümüzdeki eylül ayında yanılmıyorsam Urfa “Dünya Neolitik Kongresi”ni yapmayı planlıyorlar. Haliyle işte yaptıkları çalışmaların artısını görünce bunu bir üst düzeye daha taşımaya çalışıyorlar...” yönünde görüş bildirmiştir. Katılımcı 12 ise “...bana göre özellikle tavan yapması 2019 yılı değil, Atiye filminin gösterime girmesiyle birlikte, Atiye’den etkilenen insanlarla birlikte oldu. Yani ben film üzerindeki etkiyi üstün basa basa söylüyorum çünkü gelenler işte “Atiye’de izlemiştik, şöyle şöyle görmüştük orada. O Atiye’nin kaybolduğu yer neresi?” gibisinden soru alabiliyorum misafirlerimden. Ve istisnasız şey diyorlar “ya Atiye şöyle bir sembol çiziyor. Bu sembolün anlamı nedir?” diyorlar mesela ya da. Ama büyük bir çoğunluk bunu sorunca bunun Atiye’nin insanların ilgisi ve alakası üstündeki etkisini biliyorsunuz zaten biz bir yerleri meşhur etmek için oralarda film çekiyoruz. Ve insanlar akın akın oraya gidiyor...” sözleri ile dizi vb. projeler ile Göbeklitepe’nin geniş kitleler tarafından bilinirliğinin arttığını vurgulamaktadır.

Yazılı-Görsel Basın ve Sosyal Medya Tanıtımı kapsamında bazı katılımcılar (1, 3, 4, 5 ve 12) mevcut tanıtımların artırılması gerektiğini belirterek çeşitli önerilerde bulunmuşlardır. Örneğin Katılımcı 1 “...diğer yerlere de tanıtım yapılabilir. Göbeklitepe’ye giden Karahantepe, Nevalıçori gibi...” sözleri ile destinasyonun bir bütün olarak tanıtımına vurgu yapmakta; Katılımcı 3 ise “...bir konunun bir yapılmış reklam filminin artık gerçekten ses getirmiş olması demek Twitter’da top tweet olması demek. Instangram’da her yerde gösterilen bir bilgi olması demek, Facebook’da gösteriliyor olması demek. Yeni konjektürde bunu gerektiriyor yani böyle bir başarı, sonuç elde edildi mi? Hayır. Bu sonuç elde edilmediği sürece yapılan çalışmaların olumlu olduğunu söylemekle yetinmek zorundayız...” İfadeleri ile sosyal medyanın tanıtımda öncelikli olması gerektiğini belirtmektedir. Yine Katılımcı 5 reklamın etkinliğine vurgu yaparak “...bir ülkenin tanıtımında reklam unsuru çok önemlidir, ülkenin o değerlerini tarihi turistik değerlerini daha çok tanıtırsanız, ne kadar çok reklam yaparsa o derece yerli yabancı turist alırsın...” sözlerini dile getirmektedir.

Araştırma kapsamında tanıtım temasında elde edilen sonuçlar genel olarak değerlendirildiğinde, kamu organlarının geçmişte tanıtım faaliyetlerinde bulunduğu ve günümüzde de bu tanıtımların devam ettiği saptanmıştır. Ancak bu bağlamda yapılan tanıtım çalışmaların yeterli olmadığı belirtilerek, tanıtım için çeşitli öneriler sunulmaktadır. Bu öneriler içerisinde daha çok ön plana çıkan ise günümüz dünyasının insanları en çok etkileyen platformu olan sosyal medyadır. Sosyal medyada yeni stratejiler kullanılarak yapılacak olan tanıtımların bölgeye yönelik talebi artıracığı vurgulanmıştır.

5. 4. TALEP ANALİZİ TEMASINA İLİŞKİN BULGULAR

Araştırma bulgularının değerlendirilmesi sürecinde son olarak talep analizi teması değerlendirilmiştir. Tema kapsamında gelişim trendi, mevcut talep durumu, talebi artıran unsurlar, talebi azaltan unsurlar, mevcut sorunlar ve potansiyel riskler, geleceğe yönelik görüşler ve öneriler olarak altı kod belirlenmiştir. İlgili kodların her biri için detaylı analizler gerçekleştirilmiş olmakla birlikte tema genel olarak değerlendirildiğinde Göbeklitepe keşfinin ilk yıllarında daha çok yabancı turistler tarafından ziyaret edilirken Suriye iç savaşı, Covid-19 pandemisi benzeri nedenler sonucunda talebin azalmaya başladığı, ancak özellikle 2019 yılının Göbeklitepe yılı ilan edilmesi, kazıların ilerlemesi sonucu mevcut bilginin artması, çekilen dizi/filmler ve Taş Tepeler Projesi etkisiyle yerli turist gruplarının alana yönelik talebinde önemli artışlar yaşandığı saptanmıştır. Dolayısıyla günümüzde mevcut talep yerli gruplar yoğunluğunda ilerlemektedir. Covid-19 pandemisinin son bulması ile yabancı turistlerde de artış görülmeye başlanmıştır. Dikkate değer bir diğer husus ise pandemi öncesinde yoğun olarak GAP turu programı içerisinde ziyaret edilen Göbeklitepe'nin pandemi sonrasında daha çok münferit ziyaretler şeklinde talep görmeye başlamasıdır. Katılımcı 12 buna yönelik olarak *"...Geçen gün yaptığım turda otoparkta 5 tane tur aracı vardı ama yani şöyle söyleyeyim belki de 500'e yakın yani otopark sığmıyordu, münferit gelen vardı. Yani küçük küçük kendi araçlarıyla, şahsi araçlarıyla gelen kişi sayısı, yani araç sayısı 500 öyle söyleyeyim ve izdiham vardı yukarıda. Büyük talep var Göbeklitepe'ye..."* sözleriyle bölgeye yönelik münferit gelişlerin yoğunluğuna dikkat çekmiştir.

Temaya yönelik genel incelemelerde Göbeklitepe'nin günümüzde en çok ziyaret edilme nedenlerinden birisi olarak, ziyaretçiler arasında alanın bir enerji boyutu olduğu düşüncesinin hâkim olması sonucuna ulaşılmıştır. Nitekim, bulgulara göre alana spiritüel gruplar, alanın kendisine şifa vereceği inanan kişiler ve alanda yoga\meditasyon yapmak

isteyen gruplar sıklıkla gelmektedir. Bununla birlikte katılımcıların çoğu Göbeklitepe'nin artan turizm talebine karşın, çeşitli sorunlar olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcılar ayrıca şehir ve kazı alanlarının alt ve üstyapı bakımında geliştirilmemesi ve kazıların ilerlememesi sorunlarına çözüm üretilmemesi halinde bölgeye yönelik talebin olumsuz yönde etkilenebileceğini ifade etmişlerdir. Bu yorumlarla doğru orantılı olarak geleceğe yönelik talebin geliştirilmesi üzerine yapılan öngörüler de alt\üst yapı geliştirmeleri ve kazıların hızlandırılması gerektiği yönündedir. Diğer yandan tanıtımların artırılması gerektiği ve günümüzün en önemli satış pazarlama platformlarından biri olan sosyal medyanın, uluslararası filmlerin ve yeni stratejiler ile oluşturulmuş tanıtım ve belgesellerin daha yoğun bir şekilde kullanılması gerektiği belirtilmiştir.

Kod 1: Gelişim Trendi

Göbeklitepe'nin keşfinden bugüne, alana yönelik talep değişimi üzerine veriler incelendiğinde tüm katılımcıların pozitif bir ilerleyişten bahsettiği görülmektedir. Diğer bir deyişle bölgeye yönelik talep yıllar içerisinde sürekli bir artış göstermiştir. Suriye iç savaşı ve Covid-19 Pandemisi bu artışta olumsuz etki ederken, çekilen dizi/filmler ve 2019 yılının Göbeklitepe yılı ilan edilmesi ise olumlu anlamda dönemsel değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. Buna yönelik katılımcı görüşleri arasında Katılımcı 1'in "...Göbeklitepe gün geçtikçe daha popüler hale geliyor..." ifadesi, Katılımcı 2'nin "...Eskiden Suriye savaşı ve Irak savaşı hatta önce Irak sonra Suriye savaşı olduğundan dolayı talep çok azalmıştı Güneydoğu Anadolu'ya. Göbeklitepe çok büyük bir ivme kazandırdı..." ve Katılımcı 3'ün "...terör sıkıntısının ortadan kalkması akabinde insanların bu bölgelere televizyon, sinema dizileriyle birlikte merak etmeye başlamaları çok önemliydi. Örneğin "hükümet kadın" olsun "Vizontele" olsun, "Zerda" olsun birçok farklı dizi çekildi bölgede ve bunların her birisi insanların buraya gelmesinde çok büyük etkendi..." görüşleri kayda değer öneme sahiptir. Gelişim trendini kültürel açıdan değerlendiren katılımcılar ise daha çok Klaus Schmidt, UNESCO ve 2019 Göbeklitepe Yılı'nın etkisini vurgulamışlardır. Örneğin Katılımcı 4 "...90lı yıllarda Klaus SCHMIDT 95'de orayı kazmaya başladığı zaman bize kazı ekibi ders vermişti ama bilinen hiçbir şey yoktu. O günden bugüne çok şey değişti. Göbeklitepe yanılmıyorsa 2018'de UNESCO mirası listesine yazıldı ve 2019 da "Dünya Göbeklitepe Yılı" olarak kutlandı. Bölgedeki aktivasyonu direkt olarak etkilediğini düşünüyorum yani bambaşka bir coğrafya haline getirdi..." ifadesi ile kültürel anlamda bütüncül bir bakış açısı yakalarken, Katılımcı 5 "...hemen hemen dünyanın her yerinden misafir almışım Göbeklitepe'ye. Çünkü herkesin

ilgi noktası çünkü şöyle bir şey daha önce bir Stonehenge'in işte dikilitaşları ya da piramitleri herkes öyle merak ederdi fakat bu 94'den sonra keşif yani neolitik ve paleolitik dönem arasında bir bomba gibi düşen Göbeklitepe'yi daha çok cazip hale getirdi..." ifadesi ile kazı sürecinin etkisi koymaktadır. Katılımcı 12 ise *"...ben sadece Göbeklitepe'yi gezmek istiyorum hocam"* deyip başka başka şehirlerden başka başka ülkelerden gelen insanlar var. 2019 yılı Göbeklitepe yılıydı, ülkenin Göbeklitepe yılı biliyorsun, o zaman çok daha fazla turist ağırladık. Özellikle Göbeklitepe, tarihin sıfır noktası olmasıyla birlikte dünya üzerinde bir yankı uyandırdı. Atiye filminin etkisiyle insanlar Göbeklitepe'ye akın akın gelmeye devam ediyor..." ifadesi ile 2019 Göbeklitepe Yılı'nın etkisini açıkça ortaya koymuştur. Benzer şekilde Katılımcı 9 *"...2019'a kadarki süreç içerisinde Göbeklitepe dünyada duyulduğu için Güneydoğu Anadolu bölgesinde şuan için baktığımız zaman 1 numaralı yerdir. Yani dünyada herkesin bildiği bir yer haline gelmiştir. Göbeklitepe yılı olması özellikle yabancı turistler için belki %20 kadar, ama yerli gruplar için %70 kadar etki göstermiştir..."* ifadesi ile 2019 Göbeklitepe Yılı'nın etkisini vurgulamıştır. Katılımcı 11 ise *"...Genelde yukarı doğru yani pozitif anlamda bir talep olduğunu görüyoruz. İşte ortalama her sene bu sayı birkaç bin artabiliyor. Özellikle 2007'den 2014'e doğru bir sıçrama, 2014 civarında bölgede işte birtakım olaylar oldu. Onların bitmesiyle beraber her zaman yukarı ivmeli bir artış söz konusu..."* sözleri ile gelişim trendini ana hatları ile açıklamıştır.

Göbeklitepe'nin gelişim trendi yıllar içerisinde yerli- yabancı talebindeki yoğunluğun değişimine göre incelendiğinde Katılımcı 1, 2, 3, 4, 9, 10 ve 12'nin ilk yıllarda alanı daha çok yabancı turistlerin alanı ziyaret ettiğini belirttiği saptanmıştır. Katılımcı 7 ve 11 ise ilk yıllardan beri yerli turistlerin bölgeye daha yoğun şekilde geldiği yorumunda bulunmuşlardır. Tüm katılımcıların ortak görüşü ise alanın keşfinden sonraki ilk yıllarda alanın daha çok Göbeklitepe'ye özel ilgi duyan ve bilimsel açıdan araştırmak isteyen kişiler tarafından ziyaret edildiği yönündedir. Buna yönelik Katılımcı 5 *"bilgi kaynakları arttıkça daha bilgili kişiler gelmeye başladı ancak özel ilgi alanları da çok önemli yani daha önce de çok bilgili gruplar geliyordu..."* ve Katılımcı 9 *"2006'dan sonra Göbeklitepe'nin resmi olarak bir müze olmamasına rağmen açılmasından itibaren özellikle GAP Turu kapsamlarında geliyor ama buraya gelen insanların Göbeklitepe için gelen insanların %99'u arkeolojik veya bilimle ilgilenen insanların olduğunu görüyoruz..."* ifadelerini kullanmıştır. Katılımcı 5 ve 6'nın Göbeklitepe'nin gelişimi üzerine yorumlarını yerli ve yabancı gruplar üzerinde detaylandırmamaları ve Katılımcı

9 ve 11'in sayı olarak olmasa da oransal olarak son yıllarda yabancı turist sayısının daha fazla arttığını belirtmesi dışında tüm katılımcılar alanın ziyaretçi profilinin yıllar içerisinde yerli ağırlıkta olacak şekilde değiştiğini ortaya koymuşlardır. Bu kapsamda Katılımcı 1 *"...ilk etapta kesinlikle yabancılar ağırlıktaydı ama ülkenin sosyo-ekonomik durumundan özellikle politik durumundan dolayı Türkiye'ye karşı özellikle Avrupa Topluluğu (AB) ülkelerinde bir tepki oluştu..."* şeklinde görüş belirtirken, Katılımcı 4 *"...Yıllar içerisinde yerli öne geçmiştir. Bunda birkaç şeyin etkisi var. Yabancıların ülkeye gelişinin azalması. Yani yabancılardan nasıl söyleyeyim bölgeye gelseler de kültür seviyesi düşük olduğu zaman "ne görücem taş yığını" kafasında olan bir takım yabancı gruplarımız da var ya hani..."* ifadeleri ile hem yabancı turist sayısındaki azalışa hem de turist profilindeki olumsuz değişime dikkati çekmiştir.

Turizm talebinde yerli-yabancı turist talebinin değişimine yönelik olarak Katılımcı 7 *"...Eskiden daha çok yabancı geliyordu şimdi yerli yoğunlukta algısı, aslında o 2019'a kadar olan süreç değil 2015'e kadar olan süreç, yani Suriye'deki iç savaşlar sebebiyle olan şey. Güvenlik algısından kaynaklı yabancılar bölgede yani sadece Şanlıurfa için söylemiyorum bunu ki o dönemde zaten Göbeklitepe ziyarete çok yoğun bir şekilde açık değildi. Yani bilen geliyordu sadece..."* sözleri ile güvenlik algısının talep üzerindeki olumsuz etkisini ortaya koymuştur. Katılımcı 9 da *"...İlk başta yabancı daha çoktur. Yani 2014 yılına kadar genelde yabancı daha fazla gelmiştir. 2014'den sonra yerli gruplarda özellikle Güneydoğu Anadolu Bölgesini kapsayan 4 gün- 5 günlük turlarda programa dahil edildiği için bugün yerli gruplar yani yerlilerin ziyaret olarak %90'dır. %10 yabancı halindedir..."* ifadesi ile 2014 yılından itibaren turizm talebinde dengenin yerli turistler lehine değiştiğini belirtmiştir. Katılımcı 1, 4, 5, 6 ve 11 yerli turistlerin bir süredir Göbeklitepe'ye yönelik farkındalığının bulunduğunu ve mevcut farkındalığının yıllar içerisinde artmaya devam ettiğini belirtmiştir. İlgili katılımcılar yerli turist farkındalığındaki artışa rağmen yabancı turistlerin farkındalığının hala çok yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcı 2, 3, 6, 8 ve 12 ise genel olarak turistlerin bölgeye yönelik farkındalığının arttığını belirtirken yerli-yabancı turist ayrımında bulunmamışlardır.

Kod 2: Mevcut Talep Durumu

Gelişim trendi kodu bulgularına göre, Göbeklitepe arkeolojik kazı alanı yıllar içerisinde önemi artan ve bu bağlamda daha çok talep görmeye başlayan bir turistik çekicilik konumundadır. Bununla birlikte süreç içerisinde Suriye iç savaşı ve Covid-19

Pandemisi gibi olumsuzluklardan etkilenen alanın mevcut talep durumu ise incelemeye değer bir diğer önemli husustur. Katılımcı görüşleri bu yönde değerlendirildiğinde katılımcıların tümünün günümüzde bölgeye gelen turistlerin çoğunluğunun yerli olduğunu belirttiği saptanmıştır. Yerli turist talebinin ön planda olduğunu vurgulayan ifadeler arasında Katılımcı 1'in "...*Şu an için yerlilerde yabancılar da çok tercih ediyor...*", Katılımcı 2'nin "...*Türkler tarafından çok yoğun bir ziyaret var...*" Katılımcı 3'ün "...*Anadolu halkı bile o kadar benimsedi ki Göbeklitepe'yi bir senarist bununla alakalı bir dizi çıkarttı biliyorsunuz. Bu dizi sebebiyle bile çok ciddi bir şekilde talep alıyor Göbeklitepe. İnsanlar merakla gözleriniz içine bakıyor o bölge hakkında konuşacağınız her kelimede...*" ve Katılımcı 4'ün "...*Kesinlikle Türkler 5-0 önde gidiyor şu anda...*" görüşleri dikkate değerdir.

Göbeklitepe'ye yönelik turizm talebinin son dönemde daha artması ile ilgili olarak Katılımcı 5 "...*şu an akım var net bütün dünyanın odak noktası herkesin oraya gelmesi. Birde biliyorsunuz Taş Tepeler geçen sene bir çalışma yapıldı bu Taş Tepeler üzerine 150 tane arkeolog profesör doktor geldi. Ve onlar özellikle Göbeklitepe'den başlayıp işte Karahan tepe olsun yine işte... bu tür taş tepeler üzerinde de araştırmalar yapıldı ve bu araştırmalar ülkemizin ne kadar özellikle Göbeklitepe den başlayan bir turun bizim için uluslararası önemi çok daha büyük. Bu da Göbeklitepe'ye olan ilginin bu tarihten sonra daha çok olduğunu gösterir bize...*" şeklinde görüş belirtmiştir. Katılımcı 9 ise "...*Bugün yerli gruplarla yabancılar arasında kıyasladığınızda 1 günde Göbeklitepe'yi ziyaret edenlerin %95'i yerlidir, %5'i yabancısıdır...*" şeklindeki görüşü ile turizm talebinde yerli turistlerin payını açıkça ortaya koymuştur.

Göbeklitepe'nin mevcut turizm talebinde son yıllarda artış olduğunu vurgulayan katılımcılar, önceki yıllarda talebi sınırlayan unsurlar arasında Suriye iç savaşı ve Covid-19 pandemisi olduğunu mevcut durumda ise Rusya-Ukrayna savaşının etkili olduğunu belirtmişlerdir. Örneğin Katılımcı 7: "...*Şu anda yerli ağırlıkta ama son dönemde işte şey olmasaydı eğer, Rusya- Ukrayna arasında sıkıntı olmasaydı Rus ve Ukraynalı gruplar geliyordu. Onlara pazar tanıtılmıştı çünkü...*" ifadesini kullanırken, Katılımcı 11 "...*Suriye savaşından kaynaklı olduğundan dolayı çoğunlukla yerli gruplar ama son iki yıldır artık yani çoğunluk olan yerli yine çoğunlukta ama her geçen gün yabancı sayısı da artmakta...*" şeklinde görüş belirtmiştir. Katılımcı 7 "...*Bulgarlar son dönemde gelmeye çok başladı. İşte demin dediğim gibi Koreliler geliyor bu pazarda yavaş yavaş, bu sezonda geliyorlar en azından...*" ifadesi ile son dönem talepte yaşanan çeşitlenmeyi

örneklemiştir. Katılımcı 6 ve 12 pandemi öncesinde daha çok tur kapsamında gelişlerin yoğunlukta olduğunu belirtirken pandemi sonrasında tur kapsamında gelişlerin devam ettiğini ancak münferit gelişlerin geçmiş yıllara göre artış gösterdiğini vurgulamışlardır. Buna yönelik olarak Katılımcı 6'nın *"...aile grubu yani daha böyle küçük kitlesel tur veya münferit gelen ziyaretçiler anlık bir durumda Göbeklitepe'yi rehberle gezmek isteyen misafir talebi söz konusu oluyor..."* görüşünü dile getirmiştir. Katılımcı 4 ise talepte kapalı grupların önemine vurgu yaparak *"özel gruplarda soru daha çok çünkü okuyarak geliyorlar. Yani UNESCO'nun sayfasını da okuyarak geliyorlar. Bir sürü şeyi rehber kadar bilerek gelen insanlar da var elbette..."* sözleriyle bu grupların bilgi düzeyinin daha yüksek olduğunu belirtmiştir.

Mevcut talebin analizi kapsamında Katılımcı 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10 ve 11 mevcut talebin en önemli güdülendiği alanın *"Göbeklitepe'nin enerji boyutu"* olduğunu belirtmişlerdir. Buna göre Göbeklitepe'nin mevcut talebinin belirli bir bölümünü bu tarz enerji, spiritüellik ve yoga\meditasyon gruplarının oluşturduğu görülmektedir. Örneğin Katılımcı 7 *"...Göbeklitepe tamamen kültürel bir öge ve mistik aslında. Çünkü cevap vermediğimiz sorular var. İnsanların beyin fırtınası yapabilecekleri, uzaylılara inananların uzaylılara bağlayabilecekleri şeyler oluyor. Spritüel çok fazla yaygın zaten şu son dönemde bölgede, yerli yabancı. Özellikle ekinoks dönemlerinde mesela çok fazla Göbeklitepe'ye geliyorlar orada bir ağaç var biliyorsun. Göbeklitepe'nin üzerindeki o ağaçta mesela yüzyıllar boyunca aynı amaç için yapılmış şeyler var..."* ifadesi ile alanın gizeminin bir talep unsuru olarak görüldüğünü ortaya koymuştur. Benzer şekilde Katılımcı 10 *"...son 5-6 yıldır hani arkeoloji biliminin dışında normal anlatımın dışında işte astroloji ve yıldız bilimleriyle açıklayan ve özellikle yoga grupları dediğimiz bu enerji grupları dediğimiz onların da baya bir ilgisi arttı Göbeklitepe ile ilgili. O bakımdan örnek verecek olursak eğer işte Sirius yıldızının ilk düşümünün orada olduğunun söylenmesi ya da işte Göbeklitepe'nin hemen içinde olan ve işte dut ağacı, dilek ağacının olduğu yer özellikle bu enerji grupları ondan sonra işte astroloji ve yıldız bilimleriyle uğraşanlar için oldukça dikkat çekici, heyecan verici..."* şeklindeki sözleri talepteki astroloji ve spiritüel odaklı değişimi betimlemiştir.

Kod 4: Talebi Artıran Unsurlar

Talep analizi teması altında gerçekleştirilen analizlere talebi artıran unsurlar kodunun analizi ile devam edilmiştir. Veri setine yönelik ilk incelemede tüm katılımcıların Göbeklitepe'nin bölgeye yönelik turizm talebinde olumlu bir etkisi

olduğunu belirttiği saptanmıştır. Katılımcıların çoğu 2019'un Göbeklitepe Yılı ilan edilmesinin özellikle yerli talebe yönelik büyük oranda bir katkı sağladığını belirtmişlerdir. Diğer bir olumlu faktör ise Şanlıurfa ve Güneydoğu Anadolu Bölgesinin sahip olduğu kültürel değerler olarak belirtilmiştir. Aynı zamanda yapılan tanıtımlar, yöre halkının misafirperverliği, terör sorununun çözülmesi, yerli gruplar için güvensizlik hissinin olmaması ve bölgenin ulaşılabilirliği, yabancı turistler için ucuz bir pazar olması ve kazı çalışmalarında yaşanan artışlar bölgeye yönelik talebi artıran unsurlar olarak açıklanabilmektedir.

Talep artışında Göbeklitepe Yılı'na vurgu yapan Katılımcı 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11 ve 12 özellikle 2019 yılının Göbeklitepe Yılı ilan edilmesinin bölgeye yönelik talebi büyük oranda etkilediğini belirtmişlerdir. Katılımcı 4, 7, 8 ve 9 bu artışın özellikle yerlilerde, Katılımcı 6 ve 11 yerli yabancı tüm gruplarda yaşandığını belirtirken, Katılımcı 10 ve 12 ise herhangi bir ayırmadan bahsetmemiştir. Katılımcı 3 ise farklı bir bakış açısı sergileyerek *"... 2019 senesi birçok krizden sonraki bir kurtuluş senesi olarak görülürken çok ciddi bir turistik popülasyon edinirken Covid-19 gibi dünyayı etkisine almış bir pandemi ile karşı karşıya kaldık. ... Etkili olamadı bu 2019 senesinin Göbeklitepe yılı ilan edilmesi çünkü ilgili bölge zaten özellikle bahar aylarında başlayan bir yoğunlukta turist ağırlamakta. E haliyle mart ayından itibaren kapanma süreciyle birlikte dünyayı etkisi altına almış olan kriz ne yazık ki bölgemizi de çok acı bir şekilde etkiledi."* Yönündeki ifadesi ile yaşanan Covid- 19 pandemisi dolayısıyla 2019'un Göbeklitepe yılı ilan edilmesinin etkili olamadığını belirtmiştir.

Katılımcılar talebi olumlu etkileyen diğer bir faktör olarak yörenin sahip olduğu kültürel değerleri ön plana çıkarmaktadır. Katılımcı 1, 2, 3, 4, 5, 10 ve 11 bölgenin sahip olduğu kültürel zenginliklerin alana yönelik talebe olumlu anlamda katkı sağladığını belirtmişlerdir. Bu bağlamda Katılımcı 1, 3, 4, 10 ve 11 genel olarak alanın pek çok farklı bölgesel zenginliği barındırdığını belirtirken, Katılımcı 1 ve 4 Şanlıurfa'nın Peygamberler Şehri olarak bilinmesinin özellikle yerli gruplar için, Katılımcı 5 ve 10 hem yerli hem yabancı gruplar için önemli olduğunu ifade etmişlerdir. Katılımcı 11 ise bu durumun Göbeklitepe'nin keşfinden önce şehrin sahip olduğu bir konum olduğunu belirtirken yabancılara nazaran yerli gruplarda hala Hz. Eyüp (a.s.) makamı ve Hz. İbrahim (a.s.)'ın doğduğu mağaranın belirli oranda önemini koruduğunu belirtmiştir.

Katılımcı 1, 5, 6, 7 ve 10 talebi artıran unsurlar arasında Balıklıgöl'ün önemini özellikle vurgulamışlardır. Katılımcı 6 Balıklıgöl'ün özellikle yerliler için önemli

olduğunu, Katılımcı 5 özellikle İslam coğrafyası için önemli olduğunu ifade etmiştir. Diğer katılımcılar ise katılımcılar yerli-yabancı ayrımı olmaksızın Balıklıgöl'ü talebi artıran önemli bir destinasyon olarak belirtmişlerdir. Bazı katılımcılar ise talep artışında inanç turizminin etkisine değinmişlerdir. Bu kapsamda Katılımcı 7 ve 11 bölgenin hem Semavi dinler hem de Göbeklitepe ile birlikte değer kazandığını belirtirken, Katılımcı 8 Göbeklitepe'yi özel bir inanç merkezi olarak değerlendirerek İnanç turizminin talebi olumlu etkilediğinden bahsetmektedir.

Bölgeye yönelik turizm talebini olumlu etkileyen unsurlar arasında Katılımcı 4, 5, 6, 7, 10 ve 11 tarafından vurgulanan Taş Tepeler projesi ve Karahantepe de önemli bir yere sahiptir. Katılımcı 4, 6 ve 8 Taş Tepeler projesi ve Karahantepe'nin özellikle yabancı turist talebinde etkili olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcı 2, 3, 4 ve 5 ise bölgede talebi artıran unsur olarak Gastronomi turizmine (Gurme turizmi) vurgu yapmışlardır. Konu ile ilgili olarak Katılımcı 3 *“...Urfa merkezde bir otelde konaklayıp çok rahat bir şekilde Göbeklitepe'ye yarım saat gibi bir sürede ulaşabiliyorsunuz. Karahantepe'ye de çok rahat ulaşabiliyorsunuz ama Karahantepe'den sonra göreceğiniz kısım yani asla küçümsemek için söylemiyorum, çok önemli bir şehrimiz zira bildiğiniz gibi fakat işin şu boyutu var. Urfa her bir ilçesinde bir başka cennet yakalayabileceğiniz bir yer. Merkeze inerseniz evet Balıklıgöl'ü görürsünüz, İbrahim Peygamberi görürsünüz, az yukarı çıktığınız zaman Harran karşılar sizi bütün gizemiyle. Bakıyorsunuz tarihte bilinen ilk üniversite burada inşa edilmiş durumda. Keza biliyorsunuz bu bölgede aynı zamanda Halfeti gibi bir değer var. Ki yine bizim içimize artık işlemiş o Dark Turizm olaylarını ciğerlerimize kadar yaşayabildiğimiz batık bir kentten bahsediyoruz burada da. Yine ilk etapta gelen unsurlardan biliyorsunuz muazzam bir yemek kültürü var, baharat kültürü var Şanlıurfa bölgemiz. Haliyle bu bölge diğerlerine göre birçok etkenden ötürü daha şanslı diyebiliriz.”* Kapsamlı bir değerlendirmede bulunmuştur.

Bölgeye yönelik turizm talebini olumlu etkileyen diğer bir faktör ise yapılan tanıtımlardır. Bu bağlamda Katılımcı 1, 5 ve 8 genel olarak yapılan reklam ve tanıtımın olumlu etki sağladığını belirtirken, , Katılımcı 1 belgesellerin çekilmesini, Katılımcı 1, 5 ve 7 yayınların çıkarılmasını, Katılımcı 3, 5, 11 ve 12 dizi ve filmlerin çekilmesini, Katılımcı 6 ise fuar ve etkinliklere katılım sağlanmasını bu bağlamda örneklemiştir. Katılımcı 5 konu ile ilgili olarak *“...Göbeklitepe'de Atiye dizisi çekildi biliyorsunuz o dizinin insanlar üzerinde çok büyük bir etkisi var. Yani Türkiye'nin bu dizileri hakikaten çok etkileyici. Bununla ilgili işte Göbeklitepe ile ilgili çekilen bir*

tane yine çizgifilm karakteri var TRT Çocukta. O da çok etkili oldu. Yani ülkemizin bu önemli değerinin tanıtılmasında reklam dediğimiz basın çok önemli. Filmler çok önemli. Buda ben şunu söyleyeyim 2019 yılından sonra bu filmlerin gösterime girmesinden sonra yine ciddi bir artış oldu. Yerli gruplarda özellikle artış oldu, yabancılar da geliyor Atiye dizisini tanıyorlar izlemişler. Soruyolar diziyi. Ben TRT Çocuktan duymadım ancak Atiye dizisinden izleyen ve gelip soruyor işte “burada şu ağacın dibinde şöyle bir şey oldu.” Diyor “beni o ağaca götürün ben o ağacı çok merak ediyorum” diyor.” Görüşünü dile getirmiştir.

Katılımcı görüşleri doğrultusunda Göbeklitepe turizm talebine olumlu katkı yapan son unsur yöre halkının misafirperverliği olarak belirlenmiştir. Katılımcı 1, 5, 9, 10 bölgeye gelen ziyaretçilerin yöre halkının misafirperverliğinden olumlu etkilendiğini belirtmişlerdir. Katılımcı 1 *“Doğunun insanı çok sıcakkanlı, benim 3- 5 sene önce bir anne kız misafirim geldi. Kızı rahatsızlandı ve hastaneye gittik. Örneğin orada sıra sizde desek bile “olur mu başım gözüm üstüne lütfen siz önden buyurun” dediler. O misafirperverliği ve o sıcak duruşu kesinlikle çok olumlu etkiliyor.”* Şeklindeki açıklamaları misafirperver bir yaklaşımın turizm talebi üzerindeki önemini açıkça ortaya koymuştur. Benzer şekilde Katılımcı 7 yöre halkının misafirperver olduğunu, olumsuz bir dönüş almadıklarını belirtmiştir. Katılımcı 2 ve 9 ise yerli grupların alanda güvenlik problemi hissetmediklerini ifade etmişlerdir. Veri analizinde talebi artıran unsur olarak değerlendirilen diğer hususlar ise yabancı turistler için uygun fiyat (Katılımcı 3 ve 4), kazıların artması (Katılımcı 6 ve 11), terör sorununun çözülmüş olması (Katılımcı 3) ve erişilebilir olma (Katılımcı 5) şeklindedir.

Kod 4: Talebi Azaltan Unsurlar

Göbeklitepe arkeolojik kazı alanına yönelik talep analizine talebi azaltan unsurların incelenmesi ile devam edilmiştir. Veri setinin kapsamlı bir şekilde değerlendirilmesi sonucu talebi azaltan birkaç farklı etken ortaya konmuştur. Bu bağlamda Katılımcı 3, 4, 5, 7, 9, 10 ve 12 Covid-19 pandemisinin bölgeye yönelik özellikle yurt dışından ülkemize yönelik talebi azaltıcı yönde etkilediğini belirtmiştir. Buna örnek olarak, Katılımcı 3 *“...2019 senesi birçok krizden sonraki bir kurtuluş senesi olarak görülürken çok ciddi bir turistik popülasyon edinirken Covid-19 gibi dünyayı etkisine almış bir pandemi ile karşı karşıya kaldık...”* ve Katılımcı 5 *“...2019’da Göbeklitepe yılı ilan edildi ama çok zor bir dönem yaşadık biliyorsunuz 12 Martta pandemi girdi ve pandemi ilan edilince dünyada herkes kendine bir kısıtlama getirdi yani*

ülkeler arası ziyaretler kesildi hatta iller arası bize sınırlar konuldu. Ve çok zorluk yaşadık...” görüşünü dile getirmişlerdir. Benzer şekilde Katılımcı 12 “...yabancı turist sayısında COVID ile bir azalma oldu. Gelen turistler yani onu riske edip o dönem burada olan turistler de çift maske ile geziyordu. Ama büyük bir oranda azaldı. Çünkü yani hem can güvenliğinizin olmadığı hem de güvenli olmayan ve hastalık, zaten o hastalık sürecinde bizim ülkeyi de pek ziyaret etmediler...” pandeminin olumsuz etkisini vurgulamıştır.

Katılımcı 2, 7, 8, 9, 10 ve 11 ise Göbeklitepe’ye yönelik talebin azalmasında Şanlıurfa ilinin Suriye ile sınır olması ve bu nedenle yurt dışında güvenli olmayan bölge (kırmızı hat) içerisinde gösterilmesi olduğunu vurgulamışlardır. Katılımcı 2 “...Suriye savaşı çok etki yaptı orada. İnsanlar Suriye sınırı 20 km yakınına bile gitmek istemiyorlar...” ile durumu kısaca özetlerken, Katılımcı 7 “...bu güneydoğu Anadolu bölgesi özellikle Suriye’ye sınır olması, Suriye de yaşanan iç savaştan kaynaklı kırmızı hat içerisinde olması, bazı ülkelerden bu bölgeye yasaklanması, sadece Urfa değil Mardin hattı da aynı şekilde. O yüzden bazı ülkelerden yabancı turist kesildi...” ifadesi ve Katılımcı 10 “...Suriye savaşının başlamasıyla birlikte maalesef yabancıların gelmek istese bile Urfa’nın sınırda olmasından dolayı ve özellikle yurtdışı sigorta acentelerinin bölgenin kırmızıda olması yani tehlikeli sınıfta olmasından dolayı yani gelmek isteseler bile gelemiyorlardı...” ifadesi ile savaşın turizm üzerindeki yıkıcı etkilerini açıklamışlardır.

Veri setinde Türkiye’nin siyasi durumunun Göbeklitepe’ye yönelik talep azalışında etkili olduğunu belirten katılımcılar dikkati çekmektedir. Katılımcı 1, 4, 8 ve 9 Avrupa ülkelerinin insanların siyasi durum sebebi ile yalnızca bölgeye değil ülkeye gelmek istemediklerinin üzerinde durmuşlardır. Buna yönelik olarak Katılımcı 1: “...ancak Türkiye’de turizmin sıkıntı olmasının bir sebebi siyasi durum. Ülkenin siyasi durumu...” şeklinde görüşü ile bu durumu açıkça ortaya koymuştur. Katılımcı 7 ve 10 ise talebin azalmasın temel sebebin Rusya-Ukrayna Savaşı olduğunu ifade etmişlerdir.

Göbeklitepe’ye yönelik talebi azaltan unsurlar arasında destinasyon kaynaklı bir unsur ise yöredeki hanutçuluk faaliyetleridir. Katılımcı 12 bölgede bulunan hanutçuluk faaliyetlerinin yerli-yabancı tüm turistleri olumsuz yönde etkilediğini, Katılımcı 6 ve 7 ise bu durumun rahatsız edici olduğunu ancak özellikle yerli turistlerden bu yönde bir olumsuz geri dönüş almadığını, turistlerin bu durumu tolere etmeye çalıştığını belirtmiştir. Konu ile ilgili görüşler arasında Katılımcı 12’nin “...Olur olmaz sinirlenen bir esnaf...

sürekli etrafta dolaşan dilenci çocuklar ve etrafta dolaşan isotçular. “Abla nereye gidiyorsun isota?” ya da “sıra gecesine gittiniz mi?” diye misafirlere asılan sürekli birileri... ve bunlardan rahatsız olanlar da çok...” sözleri ve Katılımcı 6’nın “...(Yöre halkı turizme karşı) daha çok ılımandan ziyade daha çok para odaklı baktıkları için gelen turistler bazen bu sıkboğaz etme durumuna da dönüşüyor. İşte örnek veriyorum en basitinden orada ne satılıyor? Isot filan satılıyor orada mesela bazen bırakın turisti bizi bile darlıyorlar “abi isot al götür bak burada çok güzel isotlar var” falan diye. Yani satış yapmak için ya da bir şey almaları için insanları darlıyorlar. Bu ne kadar kötü bir izlenim oluşturur? Yani bir soru işareti... ama bu tarz durumlar çok da etkileyeceğini sanmıyorum açıkçası. Sonuçta o da düşünür ki “o da ekmeğinin peşine” falan gibisinden düşünür diye tahmin ediyorum yerli turist açısından...” ön plana çıkmaktadır. Katılımcı 3 ise “Eskiden Urfa bölgesinde tur yapmak benim için birazcık meşakkatliydi... Tabii ki profesyonel bir turizm hareketliliği geldiği zaman bölge esnafına da bölgedeki diğer farklı noktalarda bulunan halka da dokunabilme şansı bulduk ve tabii ki bu insanların da desteğiyle artık bölge daha farkında daha korumacı diye düşünüyorum. Eskiden turiste çok pozitif yaklaşmadığını söyleyebilirim... artık insanlar gelen turiste negatif bir şey olarak bakmayı bıraktılar...” sözleri ile hanutçuluk faaliyetlerinin yıllar içerisinde azaldığını ve bölge esnafının turistlere karşı daha duyarlı davrandığını ifade etmiştir. Son olarak Katılımcı 3 ve 11 bölgede uzun bir süre yaşanan terör olayları nedeniyle geçmişte bölgeye yönelik talebi olumsuz yönde etkilediğini belirtmişlerdir.

Kod 5: Potansiyel Riskler

Araştırma kapsamında talep analizi teması altında incelenen bir diğer kod talebe yönelik potansiyel risklerdir. Nitekim yapılan görüşmeler esnasında bazı katılımcılar geleceğe yönelik turizm talebindeki öngörülerinin yanında bazı potansiyel risklerin de dikkate alınması gerektiğini belirtmişlerdir. Bu bağlamda katılımcılar tarafından diler getirilen başlıca potansiyel riskler; Şanlıurfa ili ve Göbeklitepe arkeolojik kazı alanının gelecekte artan talebi taşıyamaması, yeterli ödenek verilmemesi durumunda kazıların yavaşlaması, yapılan eksik/yanlış tanıtımların talebi azaltma potansiyeli, yakın coğrafyada bulanabilecek daha eski veya büyük bir alanın Göbeklitepe’ye yönelik talebi azaltabileceği şeklindedir. Diğer potansiyel riskler olarak ise şehrin tarihi dokusunun bozulması, rakip destinasyonların kötüleme çalışmaları, UNESCO tanıtımının geri çekilmesi ve hanutçuluk/değnekçilik sorunudur.

Katılımcı 8, 9, 10 ve 11 Şanlıurfa ve Göbeklitepe alanın alt ve üst yapı bakımından yetersiz olduğunu, özellikle yoğun dönemlerde mevcut talebi dahi kaldıramadığını belirtmiştir. Katılımcı 8 ve 9 ise bu durumun bir sonucu olarak, mevcut talebe yönelik arz ihtiyacının karşılanması bağlamında Gaziantep'in bölgeye destek verdiğini belirtmiştir. Katılımcı 7 ise alt yapı ve üst yapı arzında yaşanan sıkıntılar ile ilgili olarak *...Bizim aslında temel sorunumuz alan yönetimimizin olmaması. Şu an Göbeklitepe'de de bir sıkıntımız var. Şu an işte yoğun zamanda sezonda özellikle işte 1 Mayıs, işte 19 Mayıs, 23 Nisan. Bu tarihlerde ve işte ilkbahar ve sonbahar aylarında hem turistik turların çok olduğu hem de münferit insanların özellikle hafta sonu çok gezdiği alanlarda hem bilet gişelerinde hem otoparklarda hem de alanda çok sıkıntı yaşıyabiliyoruz...* ifadelerini kullanmıştır. Katılımcı 8 de konaklama arz kapasitesini dikkate alarak *“...Bence talebin artırılması gerekmez, talebin durumunun korunması gerekir. Çünkü hali hazırda konaklama tesisleri talebe cevap verecek kapasitede değil. Bu bakımdan bugün talebi ikiye katlasanız konaklatacak yeriniz yok. Bu bakımdan talebin artırılmaması olan mevcut talebin korunması gerektiği kanaatindeyim...”* talebin artırılmaması gerektiği yönünde görüş bildirmiştir. Benzer şekilde Katılımcı 9 *“...Göbeklitepe'nin tanıtımında da oraya giden insanların karşılanması veya turizm anlamında ziyareti anlamında her şeyini Gaziantep karşılıyor. Göbeklitepe'ye sahip çıkan Gaziantep diyebiliriz o yüzden. Urfa değil Gaziantep bunun kaymağını yiyor diyebiliriz. Yani arz- talep olarak taleplerin hepsini karşılayabilen tek yer Gaziantep oluyor. Urfa konaklama konusunda zayıf bir yerdir...”* ve Katılımcı 11 *“...konaklamada ciddi anlamda problem var... Göbeklitepe olsun, Karahantepe olsun şehir merkezine biraz izole bölgeler ve ciddi anlamda ya bireysel şekilde gitmeniz gerekiyor...”* şeklinde görüş bildirmişlerdir.

Katılımcı 5, 6 ve 11 kazı alanlarına yeterli ödeneklerin verilmemesi sonucu kazıların yavaşladığını, Katılımcı 10 ise Klaus SCHMIDT'in vefatı sonrası kazıların yavaşlaması veya durması durumundan bahsetmiştir. Bu bağlamda yavaşlayan kazılar sonucunda bilgi artışında da yavaşlamalar yaşanacağı ve yeni-ilgi çekici alanların açığa çıkarılamaması nedeniyle turizm talebinde olumsuzluklar yaşanabileceği ifade edilmiştir. Örneğin Katılımcı 5 *“...akademik çalışmaların hızlandırılıp Göbeklitepe'nin biraz daha biraz daha formalize edilmesi lazım, biraz daha açılması lazım. Biraz daha böyle artık o yorumlardan çok bir şeyin kazanılması bir şeyin açığa çıkması, biliyorsunuz arkeolojik kazı çalışmalarına geç başlamak ya da ödeneklerin olmayışı sürekli bu kazı çalışmalarını geciktiriyor. Bu da bizim Göbeklitepe ile ilgili yapacağımız yorumları yeni bulunan*

yerlerle ilgili yapacağımız konteks dediğimiz bağlamları açıklamamız çok zor oluyor...” şeklinde açıklamalarda bulunurken, Katılımcı 6 “...birkaç arkeolog falan oluyor ama büyük çaplı bir ekipçe orada henüz bir kazı yapılabilmiş değil. Bunun sebebi de işte yeterli ödenek aktarılmadığı için olduğu söyleniyor... Bir de şu da bir etken, turizme daha fazla yani turizm bakanlığına daha fazla kaynak aktarılması gerektiğini bununla da birlikte Karahantepe gibi Taş Tepeler Projesinde yer alan diğer kazı bölgelerinin biran önce gezilebilir şekilde ortaya çıkartılması, oradaki gezi rotalarının, güzergahlarının oluşturulması gerekiyor ki şuanda mesela Karahantepe’de henüz düzenli bir yürüyüş yolu yok, grupların gelip gezebileceği şekilde. Mesela bunun bir an önce turizme kazandırılması gerekiyor ki insanları buraya çekebilelim. O yüzden yeterli ödeneklerin ayrılması ve toprak altında kalan arkeolojik değerlerin kültürel miras değerlerin bir an önce ortaya çıkarılması ve insanların buraya çekilmesi gerekiyor...” sözlerini dile getirmiştir. Katılımcı 10 “...Klaus SCHMIDT öldükten sonra kazılar durdu. En büyük şanssızlığımız o oldu. Hem Klaus SCHMIDT’i kaybetmek büyük kayıptı...” sözleri ile Kalus Schmidt’in alan için önemini ortaya koymuştur.

Göbeklitepe’ye yönelik talebe ilişkin potansiyel riskler bağlamında Katılımcı 9 ve 12 alan hakkında asılsız bilgilerin bulunması ve yapılan tanıtımlarda kesinleşmemiş bilgilerin kullanılmasının bir risk oluşturduğunu ifade etmişlerdir. Katılımcı 9 “...Göbeklitepe’deki talep şuna döndü artık; kapitalist bir sistemde olduğumuz için insanların artık inançlarıyla oynanmaya başladığını görüyorum yani bu benim yorumum. Mesela Göbeklitepe’de artık insanlar enerji turizmine başladı. Çünkü hiçbir şey bilinmeyen bir yerdesiniz, kimseyle kıyaslayamayacağınız bir medeniyet var ve elinizde yazı yoksa sadece yorum yapabildiğiniz bir yer...” sözleriyle deneyimlerini aktarırken alan hakkında kesinleşmemiş verilerin bir pazarlama unsuru olarak kullanıldığını, dolayısıyla kısa dönemde etik olmayan bir şekilde talebin arttığını belirtmiştir. Bununla birlikte anlatılan durum, oluşturulan yüksek beklentilere karşı alanı deneyimledikten sonra bir kısım turistin beklentilerinin karşılanmadığını hissetmesi sonucu memnuniyetsizlik yaşayabileceği şeklinde de yorumlanabilmektedir. Bu durumda yaşanan memnuniyetsizlik, ileri safhada potansiyel turistlere WOM (Word of mouth) ağızdan ağıza reklam ile alan hakkında olumsuz yorumların oluşmasına neden olarak Göbeklitepe’ye yönelik talebi olumsuz yönde etkileyebilecektir. Diğer yandan Katılımcı 12: “...insanlar bana diyorlar ki mesela “dünya da yapılmış en eski tapınak diyorum” mesela. Onlarda böyle şaşıyorlar hani böyle kıyasa girdiğimiz zaman Mısır

piramitleriyle ve Stonehenge ile bir kıyasa girdiğimiz zaman daha da büyüleniyorlar ama şöyle bir şey de geliyor sonrasında. “Tamam hocam siz öyle diyorsunuz ama bir yer daha bulunmuş Göbeklitepe’den daha eski olan” böyle bir soru da alıyorsunuz. Yani “Göbeklitepe’den daha eski bir yer bile bulmuşlar, burası neresi?” diye soruyorlar. Karahantepe’nin Göbeklitepe’den daha eski olma ihtimali düşünülüyor ya henüz kazılmamış kısımları. Kazılan kısımlarda belirlenen en eski tarih 9.400 yani Göbeklitepe’den daha eski değil şu an bulduğumuz buluntulara dayandırarak, yani tarihlendirme olarak, kronolojik olarak daha eski değil. Ama öyle bir algı yaratıldı ki medyaya öyle bir yansıtıldı ki işte “Göbeklitepe’den daha eski bir mabet bulduk” ya da “daha eski bir yapı bulduk” şeklinde başlıklar...” şeklindeki açıklamaları ile günümüzde Karahantepe’nin reklamı yapılırken kullanılan başlıkların Göbeklitepe’ye yönelik talebi Karahantepe’ye doğru kaydırabileceğini ifade etmek istemiştir.

Göbeklitepe ve bölgenin olumsuz yönde etkileyebilecek diğer potansiyel riskler ise kent dokusunun tahrip edilmesi talebin azalması (Katılımcı 1), Akdeniz çanağında güçlü rakiplerin bulunması ve kötü niyetli yapılan propagandaların potansiyel etkisi (Katılımcı 3), proje bitimi ile UNESCO etkisinin ortadan kalkması (Katılımcı 4) şeklindedir. Son olarak Katılımcı 12 “...Bir şeyin fiyatını sordunuz, sürekli etrafta sizin etrafınızda dolanan dilenci çocuklar ve etrafınızda dolanan isotçular. “Abla nereye gidiyorsun isota?” ya da “sıra gecesine gittiniz mi?” diye misafirlere asılan sürekli birileri. Yani böyle bir misafir görüyor, belli İstanbul’dan İzmir’den bir yerden gelmiş. Urfa’dan olmadığı belli. Hemen gidip yanına yanaşılıyor. “hocam bizde isotçu dükkanımız var, gelin size bir isot gösterelim. Ya da isterseniz size bir rehberlik yapayım. Buraları anlatayım. Sonra götüreyim bir çay kahve içireyim bizim dükkânda.” Yapan insanlar da çok ve bunlardan rahatsız olanlar çok... ben bir rehber olarak Urfa’da tura gittiğim zaman, o Urfa’nın sıcaklığından bahsediyorum 40 derece, bir kot pantolon üstüne oversize (bol kalıp) bir erkek tişörtü ya da yarım kol. Ben böyle gidip gezerken bile insanların bakışları ve yaklaşımlarından rahatsız oluyorum...” sözleri ile bölgede yaşanan diğer sorunları dile getirmiştir. Bu noktada ilgili sorunlarının çözülmemesi durumunda talebin süreç içerisinde olumsuz etkileneceği unutulmamalıdır.

Kod 6: Geleceğe Yönelik Görüşler ve Öneriler

Araştırma bulgularının değerlendirilmesinde son olarak talep analizi teması altında yer alan geleceğe yönelik görüşler ve öneriler kodu incelenmiştir. İnceleme kapsamında ilk olarak katılımcıların bölgeye yönelik talebin artırılmasına yönelik görüş

ve önerileri değerlendirilmiştir. Bu noktada katılımcıların büyük bir çoğunluğu Şanlıurfa ilinin, Göbeklitepe ve özellikle Neolitik döneme ait diğer kazı alanlarının alt ve üst yapı bakımından geliştirilmesi, kazıların artırılması ve mevcut kazıların hızlanması ve özellikle uluslararası çapta tanıtımların artırılması gerektiğini belirtmiştir. Aynı zamanda Göbeklitepe'nin filmlerde daha fazla yer alması, okullardaki müfredatlara Göbeklitepe ilgi ilgili konuların eklenmesi ve jeopolitik problemlerin çözülmesi gerektiği de bölgenin gelişimine yönelik verilen öneriler arasındadır.

Bölgeye yönelik talebin artırılmasına yönelik görüş ve öneriler kapsamında Katılımcı 1, 2, 4, 5, 6, 7, 9, 10 ve 11 kazı alanlarının alt ve üst yapı bakımından geliştirilmesi gerektiğini belirtmiştir. Katılımcı 1, 5 ve 10 kazı alanlarında ve bu alanlara giden yollarda kişilerin günlük ihtiyaçlarını giderebilecekleri, dinlenebilecekleri alanların yapılması gerektiğini belirtirken, Katılımcı 7 genel olarak alan yönetiminde uzmanlaşma gerektiğini ileri sürmüştür, Katılımcı 5 ise güvenlik için alanda farklı noktalarda bekçilerin bulunması gerektiğini vurgulamıştır. Örneğin Katılımcı 1 “...*misafir gittiğinde ufak bir yer yapılarak kahve içebileceği, tuvalete gidebileceği yani ihtiyaçlarını karşılayabileceği yerler olması lazım. Bunlar olmadığı zaman oraya gitmek de bir sıkıntı...*” şeklinde görüş belirtirken, Katılımcı 5 “...*Yani bir müşteri bir grup girdiği zaman oraya en azından o levhaları tanıtıcı. Yani ören yerlerine giden yön işaretleri, levhalar çok önemli. İnsanları böyle yol boyunca bazı yerlerde istasyonlar oluşturulup kafe tarzı çok güzel böyle otantik şeyler oluşturulabilir. İnsanlar finale varmadan bir oturup nefeslenerek orayı ziyaret edebilmeli...*” ifadesini kullanmıştır. Diğer yandan Katılımcı 7 “...*tamamen alan yönetimi, alan yönetiminde uzmanlaşmamız gerekiyor...*” tümcesi ile uzmanlaşmanın önemine vurgu yapmış, Katılımcı 11 “...*İnsanlar neyin nerede olduğunu bilmiyor, coğrafi konumlandırmada. Bu biraz daha somutlaştırılabilir. İşte o 12 tepenin haritası çıkarılıp Göbeklitepe'nin girişinde ya da arkeoloji müzesinde bir yerde...*” ifadesi ile alan düzenlemesine ilişkin eksikliklere dikkati çekmiştir. Katılımcı 9 konuyu tanıtım bağlamında değerlendirerek “...*tanıtımı yapılırken sadece bir Göbeklitepe, Karahantepe için dünyanın öbür ucundan çok meraklı olmayan insan gelmez. Bunun için farklı aktiviteler kurulması gerekiyor. Bunun için denemeler yapılmış, işte balon koymuşlar Göbeklitepe'ye vesaire bunlar yapıldı. Yani bu insan buraya geldiği zaman Göbeklitepe'yi gördükten sonra başka bir şeyler daha yapması gerekiyor. Bununla ilgili çalışmalar yapılması lazım...*” aktivite çeşitlendirmesinin önemini ortaya koymuştur.

Geleceğe yönelik görüşler kapsamında Katılımcı 5, 6, 10 ve 11 kazı alanlarına ulaşımın daha rahat sağlanması gerektiğini, Katılımcı 1, 5, 6 ve 11 söz konusu alanlarda gezi rotalarının oluşturulması ve bu rotalarda yön ve tanıtımların bulunduğu levhaların bulunması gerektiğini belirtmişlerdir. Bu sayede yalnızca tur kapsamında gelişlerin değil münferit gelen kişilerin de rahatlıkla alanlara ulaşımı sağlanabildiği gibi gezerken rahatça bilgi edinebilmesi ve yön bulabilmesi sağlanmış olacaktır. Konu ile ilgili olarak Katılımcı 1 *“Özellikle prehistorik yerleşimlerde onlara giden levhalar eksiktir. Gittikten sonra hiçbir şey göremezsiniz. Çok daha düzenli şekilde oralarda anlatımı yapılmalı, tanıtımı yapılmalı... giden de gittiği zaman en azından yürüyebileceği bir yürüyüş rotası olmalı. Gideceği yönleri ve eserleri belirten açıklamalar olmalı. Misafir bunları tek başına da görebilmeli...”* ifadesi ve Katılımcı 5 *“...Yani bir müşteri bir grup girdiği zaman oraya en azından o levhaları tanıtıcı. Yani ören yerlerine giden yön işaretleri, levhalar çok önemli. İnsanları böyle yol boyunca bazı yerlerde istasyonlar oluşturulup kafe tarzı çok güzel böyle otantik şeyler oluşturulabilir. İnsanlar finale varmadan bir oturup nefeslenerek orayı ziyaret edebilmeli...”* ile yönlendirme ve bilgilendirme eksikliğinin giderilmesi gerektiğine vurgu yapmışlardır. Katılımcı 2, 4, 9 ve 11 alanlarda birer tanıtım bölümü oluşturulması gerektiğini belirtmiş, Katılımcı 4 ve 9 bu alanlarda yoğun buluntular olmaması nedeniyle alanı daha cazip hale getirecek başka faaliyetlerin (geçmişte balon uçuşu denemesi benzeri) de alanda bulunması gerektiğini vurgulamışlardır.

Geleceğe yönelik görüşler ve öneriler kapsamında Katılımcı 4, 6 ve 10, Şanlıurfa ilinde ulaşım ve konaklamaya yönelik arz miktarının geliştirilmesi gerektiğini belirtmiştir. Örneğin Katılımcı 4: *“...Daha kalabalık ziyaretler daha uzun kalışlar olacaktır. Bu bağlamda tabii ki Turizm Bakanlığı’nın bölgede trafik akışını ve otel ihtiyacını da düzgün şekilde karşılaması gereken günler gelecektir...”* şeklinde görüş belirtirken, Katılımcı 10: *“...gelen insanların altyapı dediğimiz yani altyapı derken gelen insanların kalacak yerle ilgili yani konaklama- yeme içme- yol durumu. İnsanların günlük ihtiyaçlarını karşılayabileceği alanların işte lavabosundan tutun da çay- kahve içebilecekleri, yemek yiyeceği çünkü bazı alanlar var ki şehir merkezinden uzak noktada...”* alt yapı ve üst yapının gelişmesi gerektiğini ortaya koymuşlardır. Katılımcı 11 ise *“...12 tepe ya da Urfa yakınındaki diğer bölgelere bir ulaşım probleminin çözülmesi lazım...”* ifadesi ile ulaşımın iyileştirme gereksinimine vurgu yapmıştır.

Geleceğe yönelik görüşler kapsamında katılımcıların çoğunun dikkat çektiği diğer bir önemli faktör ise tanıtım faaliyetleridir. Bu bağlamda Katılımcı 1, 3, 4 ve 5 Göbeklitepe'nin uluslararası basında tanıtımının yapılması gerektiğini belirtmiştir. Katılımcı 3 “...Özellikle uluslararası tanıtım filmlerinde Göbeklitepe'den bahsederek yayınlar çıkması gerekiyor ki insanların ilgisini toparlayabilelim...Göbeklitepe gibi bir bölgede niye BBC ile bir yayın yapılmasın, CNN ile bir yayın yapılmasın, niye Times dergisinin kapaklarını tekrar süslemesin Göbeklitepe, bunun için ne gerekiyorsa niye yapılmasın? Uluslararası camiadan isimler getirip bir Hollywood filmi burada niye çekilmesin? Göbeklitepe'de niye böyle bir şey olmasın? Ki muhteşem tanıtım yöntemi olacaktır... yapılan reklam filmlerinde daha yenilikçi yaklaşımlar sergilenmeli. Artık uluslararası konjonktüre hitap edecek reklam filmleri çekilmeli...” şeklindeki kapsamlı açıklaması ile uluslararası alanda tanıtımın önemine özel bir vurgu yapmıştır. Diğer yandan Katılımcı 1 alanın filmlerde yer alması gerektiğini (“...Oralarda belgesel, filmlerin yapıldığı toplantı salonları yapılmalı...”) söylerken Katılımcı 3, özellikle Hollywood gibi uluslararası üne sahip filmlerde Göbeklitepe'ye yer verilmesi gerektiğini belirtmiştir. Katılımcı 10, genel olarak tanıtımların yapılması gerektiğini belirtmiş, Katılımcı 4 ise Türkiye'deki tüm İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinin belirli bir sıra ile şehirlerine yönelik tanıtımları ortak bir bilinçle yapabilecekleri örneğini vermiştir. Diğer yandan Katılımcı 1, alana yönelik yenilikçi belgesellerin, Katılımcı 3 yenilikçi tanıtım filmlerinin oluşturulabileceğini, Katılımcı 4 ise profesyonel turist rehberlerinin herhangi bir alana yönelik yaptıkları turlarda Göbekitepe'den de bahsedebileceklerini ve şehrin diğer kültürel değerlerinin de tanıtılması gerektiğini belirtmiştir. Bu doğrultudaki görüşlere örnek olarak Katılımcı 4'ün “...bölgenin il kültür turizm birimleri Anadolu coğrafyasındaki diğer il kültür turizm çalışanlarıyla, müdürleriyle beraber bir proje geliştirip Anadolunun 7 bölgesinde Göbeklitepe'nin reklamını yaptırabilirler...” şeklindeki görüş ve önerisi önem taşımaktadır. Katılımcı 3 ve 12 ise günümüzün en önemli satış pazarlama platformu olan sosyal medyanın tanıtımlarda yoğun şekilde kullanılması gerektiğini vurgulamışlardır. Katılımcı 12 konu ile ilgili olarak “...ilk başta bunu yapabileceğimiz organ sosyal medya, mesela yani Instangram, gazeteler, dergiler, radyo, televizyon ve daha çok kişiye ulaşılabilir reklam yapılarak...” şeklinde görüşünü belirtmiştir.

Geleceğe yönelik görüşler ve öneriler kapsamında Katılımcı 2, 3, 5, 6 ve 10 talebin artış göstermesi için kazıların hızlanması gerektiğini belirtmişlerdir. Katılımcı 2

“...Göbeklitepe gibi başka yerleri bulduğumuzda Göbeklitepe’nin önemi artacaktır diye düşünüyorum. Daha fazla arkeolojik kazı yapılması lazım o bölgelerde...” görüşünü dile getirirken, Katılımcı 3 *“...bu gizeme tanıklık etmek için birçok insanın sadece Göbeklitepe’yi görme arzusuyla Anadolu’ya geleceğini düşünüyorum, Urfa’ya geleceğini düşünüyorum. Ve henüz burayı tamamlamadık, kim bilir daha ne kadar sürecek o daireler ne kadar daha devam ediyor bilmiyoruz. İnşallah kısa bir süre içerisinde büyük bir bölümü açığa çıkarılır. Fakat daha uzun yıllar Göbeklitepe’yi konuşacak gibiyiz...”* cümleleri ile kazıların önemini ortaya koymuştur. Katılımcı 10: *“...Birincisi tanıtım, öncelikle buralardaki kazıların yapılması yani kazıların doğru bir şekilde ve evrensel kurallar çerçevesinde yapılması, ondan sonra korunması, sonrasında da yurtiçi ve yurtdışındaki özellikle yurtdışında bunların tanıtımlarının yapılması...”* kazılarda belirli bir sistematığın bulunması gerektiğini ve bu doğrultuda tanıtım çalışmalarının yapılmasının faydalı olacağını ifade etmiştir.

Geleceğe yönelik görüşler ve öneriler kapsamında Katılımcı 5 ve 12 Göbeklitepe’nin artık okul müfredatlarında yer alması gerektiğini, bu sayede Göbeklitepe’ye yönelik bilincin eğitim yoluyla küçük yaşlarda verilebileceğini belirtmişlerdir. Konu ile ilgili olarak Katılımcı 5 *“...Öncelikle bir bilinç oluşturulmalı. Yani ciddi bir tanıtımla. Herkesin daha çok. Mesela bunu nereden başlatabiliriz, okullardan başlatabilirsiniz. Eğitim kurumlarından başlatabilirsiniz...”* şeklinde görüş belirtirken, Katılımcı 12 *“...Okulda eğitimlere katılabilir, daha güzel bir bilinç oluşması için yani bir bilinci oluşturmak için özellikle üniversitelerde tarihin, verilen tarih eğitiminin yanında yer alabilir, almalı...”* sözleri ile eğitim yoluyla bilinçlendirmenin önemine vurgu yapmıştır. Son olarak Katılımcı 2, alanın gelecekte yoğun şekilde ziyaret edilmesi için öncelikle jeopolitik sorunların çözülmesi gerektiğini belirtmiştir.

Araştırma bulgularına yönelik olarak buraya kadar yapılan değerlendirmeler Göbeklitepe arkeolojik kazı alanının hem Türkiye ölçeğinde hem de küresel ölçekte çok önemli bir değer olduğunu ortaya koymuştur. Bu önemli değere yönelik farkındalık ve bilinç düzeyinin her geçen gün arttığı, pandemi ve savaş gibi kontrol dışı değişkenler kapsam dışı bırakıldığında Göbeklitepe’nin çok büyük bir turizm talebi yaratma potansiyeli olduğu, yabancı turistlerin daha bilinçli bir şekilde alanı deneyimlediği gibi önemli bulgulara ulaşılmıştır. Bununla birlikte, alt yapı ve üst yapı arzında arzu edilen düzeyin yakalanamadığı, hanutçuluk gibi aruz edilmeyen bazı durumların var olduğu, özellikle sosyal medya tanıtımı ile turizm talebine ivme kazandırılmışı gerektiği, tanıtım

alışmalarında ŒURO başta olmak üzere kamu kurum ve kuruluşlarının aktif olarak faaliyet gösterdiği, yine de belirli tanıtım sorunları olduğu saptanmıştır. Göbeklitepe arkeolojik kazı alanının gelecekte önemini daha artırması ve bölge ile birlikte anlam kazanabilmesi için öncelikle ulaşım ve konaklama sorunlarının çözülmesi gerektiği, tanıtımda yenilikçi stratejiler ile diğerlerinden farklılaşma yönünde hareket edilmesi gerekliliği, ulusal düzeyde Göbeklitepe'nin bilinirliğinin artırılması için etkin çalışmalar yapılması gerektiği elde edilen diğer önemli sonuçlardır. Araştırma sonuçları ışığında Göbeklitepe arkeolojik kazı alanının doğru strateji ve eylemler ile bölgenin ve coğrafyanın parlayan yıldızı olacağına şüphe yoktur.



SONUÇ VE ÖNERİLER

Göbeklitepe Arkeolojik Kazı Alanı'nın turizm talebine olan etkisinin turist rehberlerinin görüşleri doğrultusunda değerlendirilmesinin amaçlandığı bu araştırmada 12 eylemli turist rehberiyle yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak görüşmeler yapılmıştır. Yapılan görüşmeler sonucu elde edilen veriler nitel analiz programı Maxqda programında incelenmiş ve bu incelemeler sonucunda 4 ana tema bu temalar altında toplam 15 kod belirlenmiştir.

Elde edilen verilerin incelenmesinde ilk olarak turistik çekicilik olarak Göbeklitepe teması üzerinde durulmuş ve temel olarak yerli-yabancı tüm turist grupları için Göbeklitepe'nin önemli bir destinasyon olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte yerli turist gruplarında Göbeklitepe'nin Şanlıurfa'nın diğer turistik imaj unsurları (Peygamberler Şehri vb.) ile birlikte değerlendirildiği, bu noktada da kişilerin ilgi alanlarının temel belirleyici olduğu saptanmıştır. Tema kapsamında elde edilen bir diğer önemli bulgu ise bölgede yer alan Karahantepe, Boncuktepe ve diğer neolitik dönem kazı alanlarının yerli-yabancı tüm turist grupları için Göbeklitepe'den daha az ilgi gördüğüdür. Buradan hareketle GAP bölgesi ve Şanlıurfa özelinde turizm deneyimi yaşayarak Göbeklitepe'yi ziyaret eden kişilerin Göbeklitepe arkeolojik kazı alanına daha fazla önem attığı söylenebilir.

Araştırma kapsamında ele alınan farkındalık düzeyi teması bulguları öncelikli olarak yerel halkın turizm faaliyetlerine katılmayan bölümünün Göbeklitepe'ye yönelik farkındalık düzeyinin düşük olduğunu, turizm faaliyetlerinde yer alan ve turizmin yoğunlukta olduğu alanlarda işletmesi bulunan kişilerin ise farkındalık düzeyinin daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Bu durumu destekleyecek şekilde turizm faaliyetleri içerisinde yer alan veya turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu bölgelerde yaşayarak turizm hareketlerinden olumlu yönde etkilenen yerel halkın Göbeklitepe'yi önemli bir turizm değeri olarak algıladığı belirlenmiştir. Dolayısıyla Göbeklitepe arkeolojik kazı alanı özelinde gerçekleşen turizm talebinin bölgede yaşayan yerel halka ekonomik ve sosyo-kültürel yararlar sağladığı ileri sürülebilir. Tema özelinde ulaşılan bir diğer önemli sonuç ise yabancı turist farkındalığının yerli turistlere göre daha yüksek olmasıdır. Ayrıca, yerli turist farkındalığının en önemli koşulunun Göbeklitepe'nin bireysel ilgi alanı olarak kabul edilmesi olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda Göbeklitepe'yi ziyaret eden yabancı turistlerin deneyim öncesi farklı bilgi kaynaklarını kullanarak alan hakkında nitelikli bilgilere ulaşmaya çalıştıkları ve süreç sonucunda elde ettikleri bilgileri alan deneyimi ile

pekiştirerek turizm deneyiminden azami fayda sağladıkları söylenebilir. Nitekim, araştırma bulguları geçmişten günümüze yerli turistlerin farkındalığının giderek artmasına karşın yabancı turistlerin farkındalık düzeyinin her zaman daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Buradan hareketle Göbeklitepe yabancı turistleri için özel önem atfedilen bir arkeolojik kazı alanı durumundadır.

Araştırma bulgularında tanıtım temasına ilişkin en önemli bulgu kamu kurum ve kuruluşlarının kendi çapında tanıtımlar yapmaya çalıştığı, ancak bu tanıtımların yeterli olmadığı ve sosyal medya üzerinde daha fazla tanıtım yapılması gerektiğidir. Katılımcıların özellikle uluslararası tanıtımların artırılması gerektiği ve yapılacak tanıtımlarda yeni-etkin stratejiler kullanılması yönündeki beyanları Göbeklitepe için özel bir tanıtım stratejisi oluşturulması gerektiğini açıkça ortaya koymaktadır. Günümüz dünyasının en önemli satış pazarlama platformlarından biri olan sosyal medyanın bu noktada yoğun olarak kullanılması, bu kapsamda kısa ve ilgi çekici şekilde oluşturulmuş belgeseller, diziler vb. unsurların sosyal medya aracılığı ile geniş kitlelere kısa zamanda ulaştırılması yönünde öneriler oldukça fazladır. Buradan hareketle destinasyon yönetim örgütleri ve yöredeki turizm paydaşlarının uluslararası ortaklıklar ile her kesime hitap edebilen dijital tanıtım çalışmalarına ağırlık vermeleri gerekmektedir. Bu noktada tüm paydaşların tanıtım ile elde edilebilecek katma değerini önemini kavrayarak iş birliği ve koordinasyon içerisinde birlikte hareket etmelerinin doğal bir zorunluluk olduğunu ifade etmek mümkündür.

Araştırma bulgularında diğerlerine oranla daha kapsamlı sonuçların elde edildiği talep analizi temasında ortaya çıkan en önemli sonuç alana yönelik talebin her geçen yıl artarak ilerlediğidir. Bununla birlikte Covid-19 pandemisi ve Suriye iş savaşı sürecinde bölgenin uluslararası arenada kırmızı hat (tehlikeli bölge) içerisinde yer alması nedeniyle bölgeye yabancı turistlerin gelişinin azaldığı saptanmıştır. Özellikle 2019'da radikal talep düşüşlerinin görüldüğü Göbeklitepe Arkeolojik Kazı Alanı'nda 2020 yılı itibariyle yabancı turist ziyaretlerinin tekrar başladığı ve artışın devam ettiği belirlenmiştir. Tema kapsamında ulaşılan sonuçlar arasında 2019 yılının Göbeklitepe Yılı ilan edilmesi ve yerli pazarda Göbeklitepe'nin spiritüel enerji boyutuna yönelik tanıtımların artması sonucu yerli turist sayının artmaya devam etmesi de önemlidir. Mevcut durumda talep büyük oranda yerli turistlerden oluşmakla birlikte, yabancı turistlerin alana yönelik bilgi düzeyinin hala daha yüksek olması ise yerli turist profili üzerine daha kapsamlı araştırmalar yapılması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Talep analizi temasında dikkati

eken bir diğ er önemli husus, bölgeye yönelik talep artarken Şanlıurfa'daki turizm arzı gelişiminin bu hıza ayak uyduramaması ve bu noktada Gaziantep ilini ön plana çıkmasıdır. Bu durum turizmin bölgesel gelişmişlik düzeyine olumlu katkı sağlaması olarak değ erlendirilebilse de gelecek dönem için arz kaynaklarının dağılımına bağlı olarak turizmden elde edilen gelirin kaynak destinasyonda kullanılamaması riski bulunmaktadır. Diğ er yandan turizm talebinde öncelikli hususlardan biri olan turistik değ ere hızlı, kolay ve konforlu ulaşım noktasında sorunlar yaşanması olasıdır. Nitekim araştırma bulguları günümüzde talebin karşılanmasına yönelik arz noktasında Gaziantep şehrinin ön plana çıkmasına rağmen, Şanlıurfa şehrinin de hızlı bir şekilde alt ve üst yapı bakımından gelişim göstermesi gerektiği yönündedir.

Buraya kadar yapılan açıklamalar doğrultusunda araştırma kapsamında önemli bulgular elde edildiği görülmektedir. Bununla birlikte, araştırmacının bilgisine göre alan yazında Göbeklitepe'ye yönelik turizm talebinin turist rehberlerinin görüşleri üzerinden değ erlendirdiği bir çalışmaya rastlanmamıştır. Diğ er bir ifade ile araştırma bulgularını doğrudan destekleyen veya ilgili bulgulardan farklı sonuçlar içeren çalışmalar bulunmamaktadır. Dolayısıyla araştırma bulgularının diğ er çalışmaların sonuçları ile doğrudan karşılaştırılması mümkün değildir. Yine de konu ile ilgili bazı akademik çalışmaların dolaylı sonuçlarından istifade edilmesi mümkündür. Örneğin  akmak (2014)' n " nan  Turizminin Turistik Destinasyon Pazarlamasındaki Yeri ve  nemi: Göbeklitepe  rneği" adlı çalışmasında Göbeklitepe inanç turizmi kapsamında ele alınmıştır. Yapılan araştırma sonucunda Şanlıurfa şehrinin yeterli arza sahip olmadığı dolayısıyla gelecekte artması beklenen muhtemel talep sayısını taşımaya hazır olmadığı belirtilmiştir. İlgili araştırma sonuçlarının arz kapasitenin yetersizliği bağlamında mevcut çalışma ile örtüştüğü görülmektedir. Birinci, Kaymaz ve Camcı (2018) ise "Göbekli Tepe'nin Arkeolojik Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi (Şanlıurfa)" adlı çalışma kapsamında bir SWOT analizi gerçekleştirmişlerdir. Araştırmacılar tarafından gerçekleştirilen analiz sonucunda Göbeklitepe'nin kültürel zenginliği nedeniyle turizm potansiyelinin yüksek olduğu ve dünya çapında ünlü bir yer konumuna geldiği belirlenmiştir. Araştırmacılar analizde Göbeklitepe'nin diğ er g   l  yönlerini yerel halkın yardımseverliğinin bulunması, alandaki eserlerin sağlam bir şekilde günümüze ulaşmış olması ve yasal olarak koru altında bulunması, alanın şehir merkezine yakın olması, girişlerin ücretsiz olması, tanıtımlar sonucu farkındalık düzeyinde artış görülmesi ve markalaşmanın olması şeklinde sıralamışlardır. Alanın zayıf yönleri olarak yörenin yakın

çevresinin alt ve üst yapı arzının zayıf olması, turizm yönetim planı bulunmaması, bilgilendirme ve yönlendirme levhaların yokluğu, yöre halkının farkındalık düzeyinin düşük olması, ziyaretçi merkezinin yeni yapılıyor olması, yörenin yazları yüksek sıcaklıklara sahip olması, rehberlerin tur şirketleri tarafından getiriliyor olması, olumsuz haberlerin satın alma niyetini olumsuz etkiliyor olması, alanın üzerine çatinın yapıldığı dönemde ziyarete kapatılmış olması, çevre düzenlemesinin uzun yıllar yapılmamış olması ve yeme-içme benzeri ihtiyaçlara yönelik bir tesisin bulunmaması belirtilmiştir. İlgili araştırmanın sonuçları mevcut araştırma ile karşılaştırıldığında güçlü ve zayıf yönler olarak değerlendirilen maddelerin, bu araştırma kapsamında elde edilen sonuçlarla büyük oranda benzerlik gösterdiği anlaşılmaktadır. Ancak Göbeklitepe'ye girişlerin ücretli hale getirilmesi sonucu alana gidişlerin maddi nedenlerle azaldığı görülmektedir. Diğer yandan mevcut turların Göbeklitepe'nin şehirde bulunması nedeniyle geceleme yaptığı, son yıllarda var olan geceleme sayısının artırılmaya çalışıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bozkaya Yetkin ve Cihangir Çamur (2019) Arkeolojik Sit Alanlarında Yönetim Planlamasının Turizme Etkisinin Değerlendirilmesi; Şanlıurfa Örneği” adlı çalışmalarında 2014’ten sonra Şanlıurfa’nın alt ve üstyapı gelişiminin gerçekleştirildiğini ancak altyapı sorunlarının hala devam ettiği ve yerel halkın bilgi düzeyinin düşük olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu bağlamda araştırma sonuçlarının mevcut araştırmada elde edilen ilgili sonuçları desteklediği görülmektedir.

Yavuz ve Bayuk (2020) “Turizm Destinasyonlarının Arkeolojik Sit Alanı Pazarlaması: 2019 Göbeklitepe Yılından Bir Araştırma” adlı çalışma kapsamında Göbeklitepe’ye gelen turistler ile görüşmüşlerdir. Çalışmada katılımcılar Göbeklitepe’yi sosyal medya, belgeseller ve kitaplar aracılığıyla öğrendiğini belirtmişlerdir. Dolayısıyla alanda yapılan broşür benzeri tanıtım yollarının yeterli olmadığı görülmüştür. Araştırmada alana ulaşım güzergahında yeterli sayıda levha ve tanıtım bulunmadığı ve bu nedenle alana gelmek isteyen turistlerin sık sık kaybolduğu ortaya konulmuştur. Aynı zamanda ziyaretçilerin bölgeye gelişlerinde Göbeklitepe’nin doğrudan veya dolaylı yoldan büyük oranda etkisi olduğu ve UNESCO tanıtımlarının önemi belirtilmiştir. Çalışmanın Covid-19 pandemisi sonrası süreci kapsamaması nedeniyle Covid-19 pandemisinin talebi olumsuz yönde etkileyeceğine yönelik öngöründe bulunulmuştur. İlgili araştırma sonuçları mevcut araştırma ile karşılaştırıldığında büyük oranda benzerlik gösterdiği görülmekle birlikte, Yavuz ve Bayuk’un geleceğe yönelik öngörüsünü doğrular nitelikte verilere ulaşılmıştır.

Araştırma bulguları ve alan yazında yer alan bazı çalışmaların sonuçları incelendiğinde Göbeklitepe'nin Güneydoğu Anadolu bölgesi ve Şanlıurfa ili için turizm talebinin oluşmasına katkı sağlayan en önemli değerlerden biri olarak görüldüğü yorumunu yapmak mümkündür. Aynı zamanda alana yönelik talep ve farkındalık düzeyinin her geçen gün artmakta olduğu görülmektedir. Ancak Suriye iç savaşı ve 2019 yılının sonunda ortaya çıkarak tüm dünyayı etkisi altına almış olan pandeminin bir dönem bu artışı olumsuz yönde etkilediği görülmektedir. Bu çalışmada elde edilen sonuçların alan yazında yer alan araştırmaların sonuçları ile büyük oranda benzerlik göstermesi, arkeolojik kazı alanı ve turistlerin eylemli turist rehberleri tarafından dikkatli bir şekilde tahlil edildiği sonucunu da beraberinde getirmektedir. Alan yazının incelenmesi ve mevcut araştırma sonuçları bağlamında araştırmacı tarafından oluşturulan öneriler ise:

- Alana yönelik yapılması planlanan projeler için eylemli turist rehberleri ile görüş alışverişi yapılmalıdır. Göbeklitepe'yi ziyaret eden turistler ile belirli bir süre en yakından ilgilenen ve iletişimde bulunan kişiler olan turist rehberleri, gelen turistlerin tur boyunca neye ihtiyaç duyduğu, nelerin varlığını veya yokluğunu hissettiği, nelerden etkilendiği veya rahatsız olduğu yönünde detaylı bilgilere ve yeterli deneyime sahip oldukları için yapılacak projelere önemli katkılar sağlayacaklardır.

- Göbeklitepe ve Şanlıurfa'da yer alan destinasyonlara yönelik turizm alanında yapılan çalışmalarda eylemli turist rehberlerine daha çok yer ve söz verilmesi gerekmektedir. Bu sayede bilimsel araştırmalar için Göbeklitepe'ye yönelik incelemelerde kullanabilecekleri çok daha fazla bilgi sağlanabilecektir.

- Arkeolojik kazıların titizlikle ve yavaş bir şekilde yapılması gerektiği bilinen bir gerçektir. Ancak kazı alanlarına yönelik ödeneklerin artırılması ile kazıların ilerlemesi için kazı başkanlarına daha fazla imkân sunulması gerekmektedir. Ödeneklerin artırılması ve kazıların doğru kişiler tarafından yürütülmesi ile mevcut durumdan daha hızlı ilerleme kaydedileceği açıktır.

- Bölgede turizme açılmış alanların ve şehrin hem altyapı hem de üst yapı bakımından geliştirilmesi gerekmektedir. Yıllar içerisinde özellikle konaklama konusunda Şanlıurfa ili büyük bir ilerleme kaydetmiştir. Ancak bu ilerleme gün geçtikçe artan ve Taş Tepeler Projesinin ilerlemesi ile daha da artması beklenen talebi karşılayabilecek düzeyde değildir. Diğer yandan yol üzerlerinde dinlenme imkanı sunacak, alışveriş yapılabilecek alanların oluşturulması hem turist memnuniyetine hem de turizm gelirin olumlu yönde etki edecektir. Aynı zamanda giriş çıkış gişelerinin

bulunması alanın turizme sağladığı katkıya yönelik daha doğru veriler elde edilebilmesini sağlayacaktır.

- Göbeklitepe ve tüm Taş Tepeler'e yönelik görüşlere karşı açık fikirli olunması gerekmektedir. Özellikle son yıllarda bu alanlara yönelik spiritüel enerjiye yönelik ilginin fazla olması nedeniyle bu yönde yapılabilirliği olan araştırmaların yapılması ve yapılanların artırılması gerekliliğini göstermektedir. Bu bağlamda elde edilen sonuçlar ile mevcut bazı görüşlerin kanıtlarla desteklenmesi veya reddedilmesi sağlanabilecektir. Diğer yandan bu tarz görüşlerin kanıtı ihtiyaç duymadığının da bilincinde olmak gerekmektedir. Bu anlamda alanı ve insanları olumsuz yönde etkileyebilecek söylemlere izin verilmeyerek politik bir konumda bulunulmaya devam edilmesi alanı olumsuz kişi ve durumlardan koruyacaktır.

Sosyal bilimler alanında gerçekleştirilen tüm araştırmalar gibi Göbeklitepe arkeolojik kazı alanının Şanlıurfa bölgesine yönelik turizm talebine etkisini konu alan bu araştırma sonuçları bağlamında çeşitli sınırlılıklara sahiptir. İlk olarak alanyazında gerçekleştirilen benzer çalışma sayısının az olması, mevcut araştırma sonuçlarının karşılaştırılmasında önemli bir sınırlılık oluşturmuştur. Araştırmanın diğer bir sınırlılığı arkeolojik kazı alanları bağlamında yalnızca Göbeklitepe'nin konu edilmesi, ikinci bir kazı alanı ele alınarak turizm talebi gelişiminin karşılaştırılmalı şekilde incelenmemesidir. Diğer bir önemli sınırlılık araştırmada veri toplamak için Göbeklitepe'ye yönelik turlara katılan profesyonel turist rehberi sayısının tam olarak bilinmemesi ve buna bağlı olarak kartopu örneklemin tercih edilmiş olmasıdır. Aynı zamanda Covid-19 pandemisi, Suriye iç savaşı ve Rusya-Ukrayna savaşının bölgeye yönelik turistik hareketliliğini etkilemesi bulguların yorumlanmasında başka bir sınırlılığı ifade etmektedir. Buradan hareketle gelecek araştırmalarda nicel ve nitel araştırma tekniklerini birlikte kullanmaları sonucu elde edilecek sonuçlar alan yazındaki eksikliğin iyileştirilmesine katkı sağlayacaktır. Daha da önemlisi bölgenin turizm alanında etkin bir gelişim göstermesi için Göbeklitepe ve bölgede yer alan diğer kültürel öğelere yönelik turizm talebi üzerine araştırmaların artırılarak, alana yönelik talebin daha detaylı incelenmesi ve verilerin güncellenmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Akat, Ö. (2000). *Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği*. Bursa: Ekin Kitabevi.
- Akbıyık, M. (2002). Şanlıurfa Coğrafyası. İçinde; *Şanlıurfa Uygarlığının Doğduğu Şehir*, (Ed. Kürkçüoğlu, A. C.; Akalın, M.; Kürkçüoğlu, S. S. ve Güler, S. E.) Şanlıurfa: Şanlıurfa İli Kültür Eğitim Sanat ve Araştırma Vakfı (Şurkav) Yayınları.
- Akgündüz, Y., Dalgıç, A. ve Özkök, F. (2019). Turizm Arz ve Talebi. İçinde; *Kavramlar ve Örneklerle Genel Turizm*, (Ed. Çakıcı, A. C.) Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akın, B. A. (2010). Türklerde Şamanizm ve Oyun İlişkisi. *Güzel Sanatlar Dergisi*, 25, 1-13.
- Akıncı, M. ve Yılmaz, Ö. (2015). Bir Turizm Krizi Olarak Uluslararası Terörizm Ülke Grupları İtibariyle Panel Veri Analizi. *KOSBED*, 30, 51-76.
- Altuntaş, H. ve Şahin, M. (2013). *Kur'an-ı Kerim Mealî* (16.Baskı). Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Arslan, A. (2015). Anadolu İnanç Söylenceleri: Ageria'nın Anlatılarında Balıklıgöl ve Kral Abgar. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(3), 141-150.
- Aslan, L. (1993). *Yıllar İtibariyle Türk Turizmindeki Gelişmeler ve Doğurduğu Sonuçlar*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi, İstanbul.
- Atakuman, Ç. (2014). Architectural Discourse and Social Transformation During the Early Neolithic of Southeast Anatolia. *J World Prehist*, 27, 1-24.
- Aydın, A., Darıcı, B. ve Taşçı, H. (2015). Uluslararası Turizm Talebini Etkileyen Ekonomik Faktörler- Türkiye Üzerine Bir Uygulama. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 45, 143- 177.
- Ayhan, B. (2020). *Dünyanın İlk Tapınağı Göbeklitepe*. Ankara: Dorlion Yayınları.
- Ayva, A. (2019). Efsanelere Göre Anadolu'daki Göllerin Adları. *SUTAD*, 45, 237-249.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2015). *Turizm Ekonomisi* (7. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Barutçugil, İ. S. (1982). *Turizm İşletmeciliği*. Bursa: Uludağ Üniversitesi Yayınları.
- Bayraktutan ve Solmaz, (2020). Türkiye Turizm Talebi- Panel Çekim Modeli. *Nevşehir Hacı Bektaşî Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 10(1), 425-435.
- Belmonte, J. L. (2017). Nergal: The Shaping of The God Mars in Sümer, Assyria and Babylon. *Dissertation an der University of Wales Trinity Saint David*
- Benedict, P. (1980). Güneydoğu Anadolu Yüzey Araştırması. İçinde; *Güneydoğu Anadolu Tarihöncesi Araştırmaları İstanbul ve Chicago Üniversiteleri Karma Projesi*, (Ed. Çambel, H. ve Braidwood, R. J.) İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Birinci, S., Kaymaz, Ç. K. ve Camcı, A. (2018). Göbekli Tepe'nin Arkeolojik Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi (Şanlıurfa). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(3), 1351-1367.
- Black, J. and Green, A. (1992). *An Illustrated Dictionary Gods, Demons and Symbols of Ancient Mesopotamia*. London: The Trustees of The British Museum.
- Boyacıoğlu, E. Z. (2017). Turizm Talebi. İçinde; *Turizm Ekonomisi* (Ed. Özkök, F.) Edirne: Ceren Yayıncılık.
- Boyraz, Z. ve Bostancı, M. S. (2016). Kuruluş Yeri, Gelişimi ve Fonksiyon Özellikleri Bakımından Yeni Halfeti (Şanlıurfa). *ZfWT*, 8(1), 83-107.
- Candela, G. and Figini, P. (2012). *The Economics f Tourism Destinations*. Bologna: Springer- Verlag Berlin Heidelberg.
- Crouch, G. I. (1995). A Meta-Analysis of Tourism Demand. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 103-118.
- Çeken, H. (2016). *Turizm Ekonomisi* (2. Baskı). Ankara: Detay Yayınları.

- Çeken, H., Ateşoğlu, L., Dalgın, T. ve Karadağ, L. (2008). Turizm Talebine Bağlı Olarak Uluslararası Turizm Hareketlerindeki Gelişmeler. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(26), 71- 85).
- Çelik, B. (2017). Şanlıurfa İli Yüzey Araştırması: 2017. *Karadeniz*, 36, 52- 66.
- Demirci, H. ve Demirci, Y. (2017). Terörün İstanbul Turizmine Etkileri. İçinde; 3. *Turizm Şurası Tebliğler Kitabı Cilt 1*, 1-3 Kasım, Ankara, 190- 203.
- Deniz, T. ve Zengin, N. (2018). Avrupa’da Basın ve Medya Haberlerinde Irkçılık, Yabancı Düşmanlığı ve Türkiye Turizmine Etkisi. *Saffran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi 1*(1), 5-15.
- Dietrich, O., Köksal Schmidt, Ç., Notroff, J. and Schmidt, K. (2013). Establishing a Radiocarbon Sequence for Göbekli Tepe. State of Research and New Data. *Neo-Lithics*, 1(13): 36- 41.
- Doğan, H. Z. (2004). *Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri* (2.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Domencich, T. A. and McFadden, D. (1975). *Urban Travel Demand a Behavioral Analysis*. Amsterdam-Oxford: North-Holland Publishing Company.
- Domurcaklı, C. (2021). Göbeklitepe Betimlerinde İyinin ve Kötünün Ötesinde Bir Hayvan: Yılan. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 5(14), 146- 166.
- Durgut, F. F., Canbulut, S. ve Metin, A. (2017). Terör ve Siyasi Krizler Etkisinde Tanıtım Faaliyetleri- Almanya Örneği 2015-2017. İçinde; 3. *Turizm Şurası Tebliğler Kitabı Cilt 1*, 1- 3 Kasım, Ankara, 174- 189.
- Eilat, Y. and Einav, L. (2004). Determinants of International Tourism- A Tree Dimensional Panel Analysis. *Applied Economics*, 36, 1315-1327.
- Emekli, G. (2001). Doğal Felaketler ve Turizm: İzmir Örneği. İçinde; *Türkiye Turizmini Araştırma Enstitüsü 2. Ulusal Turizm Sempozyumu Bildiri Kitabı*, 6-7 Aralık, İzmir, 199- 216).
- Ertay, K. (2016). 19. Yüzyıl’da Urfa’da Ermeniler ve İdari Hayattaki Konumları. *Akademik Araştırmalar Dergisi*, 17(68), 1- 24.
- Frechtling, D. C. (2001). *Forecasting Tourism Demand: Methods and Strategies*. Oxford: Butterworth- Heinemann.
- Görmüş, Ş. Ve Göçer, İ. (2010). Türkiye’ye Yönelik Turizm Talebini Etkileyen Faktörlerin Panel Veri Yöntemiyle Analiz Edilmesi. İçinde; 11. *Ulusal Turizm Kongresi*, 2- 5 Aralık, Kuşadası, 44- 56.
- Green, T. M. (1992). *The City of The Moon God Religious Traditions of Harran*. Leiben- New York- Köln: E. J. Brill.
- Güneren, E. (2015). Turizm Talebi. İçinde; *Genel Turizm El Kitabı*, (Ed. Aslan, Z.) Ankara: Grafiker Yayınları.
- Gürsoy, D. (2016). *Tarihin Sürecinde Mutfak Kültürümüz*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Halis, G. (2019). *Göbeklitepe Sembolizmi Taş Çağından Bugüne Uzanan Anlamaların Analizi* (3. Baskı). İstanbul: A7 Kitap.
- Halis, G. (2020). *Simgebilim Perspektifinden Göbeklitepe Tapınakları ve Dini İdeolojinin Analizi* (2. Baskı). İstanbul: Ozan Yayıncılık.
- Harran Kaymakamlığı, (2022). *Dünyanın İlk Üniversitesi*. <http://www.harran.gov.tr/ilk-universite>
- İçöz, O. (2005). *Turizm Ekonomisi* (3. Baskı). Ankara: Turhan Kitabevi.
- İçöz, O. (2007). Turizm ve Ekonomi. İçinde; *Genel Turizm Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler*, (Ed. İçöz, O.) Ankara: Turhan Kitabevi.

- İnançlı, S., Ekici, M. S. ve Babacan, A. (2012). Gelen Yabancı Turist ve Yurtdışına Çıkan Yerli Turistler İle Kişi Başına Gelir Arasındaki Uzun Dönem İlişkisinin Belirlenmesi 1980-2011 Dönemi Türkiye Örneği. *Sakarya İktisat Dergisi*, 1(3), 1-19.
- Karacalı, A. O. (2018). *Neolitik Yakındoğu ve Göbeklitepe Mimarisi*. Ankara: Gece Yayınları.
- Karaoğlu, N. (2019). Türkiye’de Uluslararası Turizm Talebinin Dinamik Panel Veri Analizi. *Bulletin of Economic Theory and Analysis*, 4(1): 85- 101.
- Karapınar, E. ve Barakazı, M. (2017). Kültürel Miras Turizminin Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi: Göbeklitepe Ören Yeri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 5-18.
- Karavaş, B. ve Çelik, M. (2021). Kent Kimliğini Oluşturan Kent İmgelerinin Kültürel Ekosistem Servisleri Bağlamında Değerlendirilmesi “Balıklıgöl ve Çevresi Örneği”. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 23(3), 767- 778.
- Karlıklı, Ş. (1998). *The City Reborn of Water Şanlıurfa*. İstanbul: Garanti Leasing.
- Kayalı, Y. ve Hakman, I. (2021). Yaban Domuzu (Varaha) Mitinin Hint Mitolojisindeki Yeri ve Üzerine Bir Değerlendirme. *Folklor/ Edebiyat*, 27(2), 455- 470.
- Kaygalak Çelebi, S. (2020). Göbeklitepe. İçinde; *Turist Rehberleri İçin Anadolu’da Antik Kent ve Merkezler*, (Ed. Çakmak, T. F.) Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kervankıran, İ., Kurnaz, Z. ve Başcı, E. (2021). Bir Yer Olarak Göbeklitepe’nin Ötekileş(tiril)en Son Sakinleri. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 24(3), 29- 63.
- Kılıç, S. ve Demir, S. (2017). Turizm Pazarlamasında Yerli Turistlerin Turizm Talebini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Sinop İli Örneği. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(1), 71-98.
- Koç, İ. Ö. ve Eriş, M. H. (2008). *Turizm Kobilerinin Kaynak Seçimleri ve Turizm Ekonomisinin Genel Dinamikleri*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Koçoğlu, M. (2006). Türkiye’de İnanç Turizmi, Bahçeşehir Üniversitesi Hükümet ve Liderlik Okulu.
- Kozak, N., Akoğlu, Kozak, M. ve Kozak, M. (2017). *Genel Turizm İlkeler- Kavramlar* (19. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Akoğlu, M. ve Kozak, M. (1997). *Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar* (3. Baskı). Ankara: Turhan Kitabevi.
- Köksal Schmidt, Ç. and Schmidt, K. (2010). The Göbeklitepe “Totem Pole”. A First Discussion of and Autumn 2010 Discovery- PPN, Southeastern Turkey. *Neo- Lithic*, 1, 74-76.
- Kurt, A. O. ve Göler, M.E.(2017). Anadolu’da İlk Tapınak: Göbeklitepe. *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi*, 21 (2): 1107- 1138.
- Künü, S. ve Eren, M. (2018). Türkiye’de Terörist Faaliyetler ve Uluslararası Turizm Talebi. İçinde; *Iğdır International Conference On Multidisciplinary Studies*, 6-7 Kasım, Iğdır, 1477- 1484.
- Kürkçüoğlu, A. C. (1990). *Ruha’dan Urfa’ya*. Şanlıurfa: Şanlıurfa Belediyesi Kültür ve Eğitim Müdürlüğü Yayınları.
- Kürkçüoğlu, A. C. (2019). Şanlıurfa’nın Önemli İki Turizm Değeri: Deyr Yakub ve Çardak Manastırları. *Şurkav Şanlıurfa Kültür Sanat Tarih ve Turizm Dergisi*, 33, 25-28.
- Maraş, M. A. (1986). *Peygamberler Şehri Şanlıurfa*, Ankara: Birlik Yayınları Kooperatifi.
- Mathieson, A. and Wall, G. (1986). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. London and New York: Longman Group Limited.
- Mervar, A. and Payne, J. E. (2007). Analysis of Foreign Tourism Demand for Croatian Destinations; Long-run Elasticity Estimates. *Tourism Economics*, 13(3), 407-420.

- Okuyucu, A. ve Akgiş, Ö. (2016). Türkiye’de konaklama sektörünün yapısal ve mekânsal değişimi: 1990- 2013. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 20 (1), 249-269.
- Olca, A., Giritlioğlu, İ. ve Özekici, Y. K. (2017). Sakin Şehir Prensiplerinin Halfeti’nin Yerel Mutfak Üzerindeki Etkisinde Yerel Halkın Tutumu Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(51),1330- 1343.
- Ong, C. (1995). Tourism Demand Models: A Critique. *Mathematics and Computers in Simulation*, 39, 367- 372.
- Öcal, M. H., Güler, S. E. ve Mızrak, R. (2001). *Şanlıurfa Kültür Sözlüğü*. Şanlıurfa: Şurkav Yayınları.
- Özcan, C. C. (2016). *Turizm Talebini Etkileyen Faktörlerin Ekonometrik Bir Analizi*. Çanakkale: Paradigma Akademi.
- Özdoğan, E. (2022). The Sayburç Reliefs: A Narrative Scene From the Neolithic. *Antiquity*, 96(390), 1599- 1605.
- Özcan, A. (2009). Eski Anadolu Uygarlıkları, Neolitik Çağ, Kalkolitik Çağ. Türkiye Kültür Portalı. Ankara 2009 (e-kitap) <https://www.kulturportali.gov.tr/mrepo/eKitap/eb-NeolitikCag/6/> (Erişim Tarihi: 18. 02.2023)
- Patsouratis, V., Frangouli, Z. and Anastasopoulos, G. (2005). Competition In Tourism Among The Mediterranean Countries. *Applied Economics*, 37, 1865- 1870.
- Rızaoğlu, B. (2003). *Turizm Davranışı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sevimli, Y., Tatlı, M. ve Kızıldemir, Ö. (2021). Göbeklitepe’nin Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 263- 286.
- Sevin, V. (2019). *Anadolu Arkeolojisi* (Genişletilmiş 6. Baskı). İstanbul: Der Yayınları.
- Shea, J. J. (2019). *Paleolitik ve Neolitik Yakın Doğu’da Taş Aletler- Bir Rehber*. İstanbul: Doruk Yayınları.
- Solmaz, S. A. (2019). Turizmin Doğuşu: Sosyolojik Bir Olgu Olarak Turizm Nasıl Ortaya Çıktı?. *International Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(19), 867- 882.
- Song, H. and Witt, S. F. (2000). *Tourism Demand Modelling And Forecasting Modern Econometric Approaches*. Cambridge: Pergamon.
- Song, H., Witt, S. F. and Li G. (2009). *The Advanced Econometrics of Tourism Demand*. Routledge, New York/ London.
- Şahin, İ. ve Güzel, Ö. (2020). Olumsuz Güncel Gelişmelerin ve Krizlerin Türk Turizmine Etkileri: Profesyonel Turist Rehberlerinin Değerlendirmeleri ve Sektörel Çözüm Önerileri. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 257- 280.
- Şanlıurfa Belediyesi, (2022a). *Urfa Tarihçesi*, <https://www.sanlıurfa.bel.tr/icerik/1/2/urfa-tarihcesi>, (Erişim Tarihi: 17.05.2023).
- Şanlıurfa Belediyesi (2022b). *Gezilecek Yerler*, <https://www.sanlıurfa.bel.tr/kategori/624/0/gezilecek-yerler>, (Erişim Tarihi: 17.05.2023).
- Şanlıurfa Belediyesi (2022c). *Germüş Kilisesi*. <https://www.sanlıurfa.bel.tr/icerik/238/624/germus-kilisesi>, (Erişim Tarihi: 17.05.2023).
- Şanlıurfa Belediyesi (2022d). *Deyr Yakup Manastırı*. <https://www.sanlıurfa.bel.tr/icerik/239/624/deyr-yakup-yakup-manastiri>, (Erişim Tarihi: 17.05.2023).
- Şanlıurfa Belediyesi (2022e). *Reji Kilisesi (Aziz Petrus ve Aziz Paulus Kilisesi)*. <https://www.sanlıurfa.bel.tr/icerik/240/624/reji-kilisesi-aziz-petrus-ve-aziz-paulus-kilisesi>, (Erişim Tarihi: 17.05.2023).
- Şanlıurfa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2023). *İstatistikler*, https://sanliurfa.ktb.gov.tr/ arama?_Dil=1 (Erişim Tarihi: 21.05.2023).
- Şanlıurfa Şehir Rehberi, (2022). <https://sanliurfa.ktb.gov.tr/Eklenti/97082,sehir-rehberi-2022pdf.pdf?0>, (Erişim Tarihi: 21.05.2023).

- Tekin, A. (2021). Toplanma Alanı Teorisinin Göbeklitepe Örneği Üzerinden Değerlendirilmesi. *Gorgon*, 14, 29- 58.
- Toskay, T. (1978). *Turizm Olayına Genel Yaklaşım*. İstanbul, Kalem Yayınları Matbaası.
- Tosyagülü Çelik, H. ve Çelik, B. (2020). Şanlıurfa Tek Tek Dağları Neolitik Dönem Fauna ve Florasına Genel Bir Bakış. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 11(47), 159- 168.
- Turanlı, M. ve Güneren, E. (2003). Turizm Sektöründe Talep Tahmin Modellemesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 2(3), 1- 13.
- Uğuz, S. ve Topbaş, F. (2011). Döviz Kuru Oynaklığı Turizm Talebi İlişkisi; 1990- 2010 Türkiye Örneği. EconAnadolu 2011: Anadolu International Conference in Economics II. Eskişehir:1- 11.
- Usta, Ö. (2009). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ünlüönen, K., Tayfun, A. ve Kılıçlar, A. (2018). *Turizm Ekonomisi* (6. Basım). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Wang, Yu-Shan (2009). The Impact Of Crisis Events and Macroeconomic activity on Taiwan's International Inbound Tourism Demand. *Tourism Management*, 30: 75- 82.
- Yaşarsoy, E. ve Oktay, K. (2020). Yerli Turistlerin Şanlıurfa Turizmi ile İlgili Algılarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(1), 58- 77.
- Yavuz, M. C. ve Karabağ, S. F. (2009). Ulusal Turizm Tanıtımı ve Pazarlama Yöntemi Örgütlenmesi; Türkiye İçin Bir Model Önerisi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(36), 113- 130.
- Yenişehirlioğlu, E., Erdoğan, Ç., Polat, S. ve Sarıışık, M. (2013). Politik Krizlerin Turizm Talebi Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Araştırma “Mısır Turizmi”. *Akademik Turizm ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 57- 69.
- Yenişehirlioğlu, E., Salha, H. ve Şahin, S. (2016). Politik Krizlerin Turizm Talebi Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Araştırma: Rusya’nın Değişen Yüzü ve Bu Değişimin Türkiye Turizmine Etkisi. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(3), 74- 83.
- Yeşildağ, Ü. Y. (2018). Bir Arketip Olarak Yılan. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 6(13), 420- 431.
- Yılmaz, B. S. ve Yılmaz, Ö. D. (2005). Terörizm ve Terörizmin Hedefi Olarak Turizm Endüstrisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13 (4), 39- 58.
- Zortuk, M. ve Bayrak, S. (2013). Seçilmiş Ülkelere Göre Türkiye’nin Turizm Talebi. *Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, 19, 38- 58.

EKLER

EK-1 ARAŞTIRMADA KULLANILAN GÖRÜŞME FORMU

Değerli rehberimiz;

Sizi Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda hazırlanmakta olan “Göbeklitepe Arkeolojik Kazı Alanı'nın Bölgeye Yönelik Turizm Talebinin Gelişimine Etkisi: Turist Rehberlerinin Bakış Açısıyla Bir Değerlendirme” konulu araştırmamız için hazırlanan görüşmeye davet ediyoruz. Değerli fikirleriniz ile katkı sağlayacağınız bu görüşmede sizlere Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimsel Yayın Etik Kurulu tarafından onay verilmiş olan 16 soru yöneltilecektir. Yaklaşık olarak 20 dakikanızı alacak görüşmede elde edilen kayıtlar ve veriler HERHANGİ BİR KURUM ile paylaşılmayacak olup, yalnızca araştırma amaçlı veri kodlaması yapılacaktır. Katkılarınız için şimdiden teşekkürlerimizi sunarız.

Şeyma Sevgi

Yüksek lisans Öğrencisi

Doç. Dr. Özcan ZORLU

Turizm Rehberliği Bölümü Öğretim Üyesi

1. Üniversitede hangi bölümden mezun oldunuz? Turist rehberliği mesleğine yönelik bir bölüm değil ise mesleğe nasıl başladınız?
2. Kaç yıldır turist rehberliği yapıyorsunuz ve ne kadar süredir bu bölgeye yönelik turlarda çalışıyorsunuz?
3. Bölgeye yönelik TUREB tarafından düzenlenen uzmanlık eğitimlerine katıldınız mı?
4. Rehberlik yaptığınız gruplar yalnızca yerli turistler mi yoksa yabancı turistlere de rehberlik yapıyor musunuz?
5. Rehberlik yaptığınız gruplar sadece Göbeklitepe için mi, yoksa Güneydoğu Anadolu turu kapsamında mı gelmektedir? Sadece Göbeklitepe için düzenlenen tur sayısı genel turların içerisinde ne kadarlık bir pay almaktadır?
6. Göbeklitepe'nin keşfinden itibaren günümüze kadar olan süreçte bu alana yönelik turizm talebindeki değişimi nasıl yorumlarsınız? Özellikle 2019 yılının “Göbeklitepe Yılı” ilan edilmesi sonucunda bölgeye yönelik talepte nasıl bir değişim yaşanmıştır?
7. Sizce Göbeklitepe, bölgeye yönelik talepte ana motivasyon kaynağı olacak potansiyele sahip midir? Sahip ise bunun temel gerekçelerini nasıl açıklarsınız? Değil ise alanın ana çekicilik unsuru olması için geliştirilmesi gereken yönleri sizce nelerdir?
8. Size göre bölgeye yönelik turların artışında diğer kültürel varlıkların (Nevalı Çori, Karahan Tepe vb.) etkisi Göbeklitepe'ye göre daha mı fazladır yoksa daha mı azdır? Yerli ve yabancı gruplarda bu açıdan bir fark var mıdır?
9. Göbeklitepe özelinde gelen turlar genellikle yabancı mı yoksa yerli turist gruplarından mı oluşmaktadır? Yıllar içerisinde yoğunluk farkı ne şekilde değişiklik yaşamıştır?

10. Göbeklitepe özelinde gelen ziyaretçilerin bilgi taleplerinde yıllar içerisinde nasıl bir değişim yaşanmıştır? Göbeklitepe'ye yönelik soruların kapsam ve yoğunluğundaki değişime kısaca örnekler verebilir misiniz?
11. Sizce yöre insanı Göbeklitepe'nin öneminin farkında mıdır? Yöre halkının talep üzerindeki etkisini nasıl yorumlarsınız?
12. Göbeklitepe'ye yönelik turizm talebi hakkında yerel kamu kurum ve kuruluşları ile fikir alışverişinde bulunuyor musunuz? İlgili paydaşlar Göbeklitepe'nin turizm talebine etkisini nasıl yorumlamaktadırlar?
13. ŞURO Göbeklitepe'nin ulusal ve uluslararası tanıtımı yönünde girişimlerde bulunmakta mıdır? Bu tür girişimler var ise bunların talebe etkisini nasıl yorumlarsınız?
14. Şanlıurfa Valiliği, Belediye, Kaymakamlık, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü gibi kurumların Göbeklitepe'nin ulusal ve uluslararası tanıtımı yönünde girişimleri nelerdir? Bu tür girişimlerin talebe etkisini nasıl yorumlarsınız?
15. Bölgede devam eden Karahantepe vb. gibi kazılar sonucunda Göbeklitepe'nin şu anki konumu değişirse (örneğin daha eski tarihli bir yapı topluluğuna ulaşılsa) bu durumdan Göbeklitepe nasıl etkilenecektir? Talepte nasıl bir değişim öngörüyorsunuz?
16. Gerek Göbeklitepe gerekse gezi rotasında yer alan diğer kültürel varlıklara yönelik talebin artırılması yönündeki kişisel görüşleriniz nelerdir? Talebin daha da artırılabilmesi için nasıl bir strateji izlenmelidir?

EK-2 TEMA-KOD BELİRLEMeye YÖNELİK ÖRNEK TABLO

Değerli hocam;

Göbeklitepe Arkeolojik Kazı Alanı'nın Bölgeye Yönelik Turizm Talebinin Gelişimine Etkisi: Turist Rehberlerinin Bakış Açısıyla Bir Değerlendirme konulu tez çalışması kapsamında Göbeklitepe arkeolojik kazı alanında rehberlik hizmeti veren 12 rehber ile yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşme sürecindeki konuşmalar tarafımdan metne dökülmüş olup, nitel analiz kapsamında tema ve kodların tanımlanması süreci başlamıştır. Bu aşamada üç farklı araştırmacı tarafından tema ve kod belirlenmesi ve belirlenen tema ve kodlardaki benzerlik oranına bakılması gerekmektedir. Buradan hareketle size sunmuş olduğum görüşme metinlerini inceleyerek aşağıdaki tabloyu doldurmanızı rica ediyorum. Katkılarınız için şimdiden teşekkür ediyorum.

TEMA 1	TEMA 2	TEMA 3	TEMA 4	TEMA 5
Talep Durumu	Turistik Çekicilik Olarak Göbeklitepe	Farkındalık-Bilgi Düzeyi	Kurumların Tanıtım Çabaları ve Turizm Talebine Etkisi	Talebe Yönelik Gelecek Projeksiyonlar
TEMA KODLARI				
Talebi artıran unsurlar	Ana motivasyon kaynağı olarak Göbeklitepe	Yerel halkın Göbeklitepe'ye dair farkındalık düzeyi		Bölgeye yönelik projeksiyonlar
Talebi azaltan unsurlar	Kapalı/VIP turlar açısından Göbeklitepe	Turistlerin bölgeye yönelik bilgi düzeyi		Göbeklitepe'ye yönelik projeksiyonlar
Talep üzerindeki dolaylı etkiler	Gelecekte Göbeklitepe'nin konumu			
Yerli Turistlere ait talep değişimi				
Yabancı turistlere ait talep değişimi				

Not: Yukarıdaki tablo örnek olarak verilmiş olup, daha az veya daha çok sayıda tema ve kod belirlenebilir.