



**T.C.
YALOVA ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**İLETİŞİM VE TASARIMI ANABİLİM/ANASANAT DALI
İLETİŞİM SANATLARI BİLİM DALI**

**KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM BAĞLAMINDA KÜLTÜR TURİZMİ:
AHLAT İLÇESİ ÖRNEKLEMİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÖZGÜR ÜMİT ÇELİK

DANIŞMAN: DOÇ. DR. SİBEL AKOVA

**YALOVA
Ağustos 2022**



T.C.
YALOVA ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

İLETİŞİM VE TASARIMI ANABİLİM/ANASANAT DALI
İLETİŞİM SANATLARI BİLİM DALI

KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM BAĞLAMINDA KÜLTÜR TURİZMİ: AHLAT
İLÇESİ ÖRNEKLEMİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÖZGÜR ÜMİT ÇELİK
197227033

DANIŞMAN: DOÇ. DR. SİBEL AKOVA

YALOVA
Ağustos 2022

ETİK BEYAN

Yalova Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez/Proje Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım “Kültürlerarası İletişim Bağlamında Kültür Turizmi: Ahlat İlçesi Örnekleme” başlıklı bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir, aksinin tespiti halinde doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi taahhüt ve beyan ederim.

İmza

Özgür Ümit ÇELİK

ÖNSÖZ

Akademik eğitimim sürecinde katkıları ve desteği ile daima yanımda hissettiğim, akademik derinliği ile beni yönlendiren ve akademik gelişimime katkı sağlayan Sayın danışman hocam Doç. Dr. Sibel AKOVA'ya teşekkür ederim.

Her daim, her kararında benimle oldukları ve beni koşulsuz bir güvenle daima destekledikleri için; kızım Belis Feray ÇELİK ile zorlukları aşmamda daima ilham kaynağı olarak iyi ve kötü tüm deneyimlerime ortaklık eden yol arkadaşım Gülsüm ÇELİK'e teşekkür ederim. Bu süreçte bilgi ve tecrübelerinden faydalandığım Sayın İsmail YURTTAŞ'a, yardımlarını esirgemeyen babam Veysi ÇELİK annem Sevgül ÇELİK ve kız kardeşim Berrin BAYRAKTAR, bunların yanı sıra Nurdan DİMİCİ arkadaşına,

Araştırma sürecine katkı sağlayan tüm katılımcılara teşekkürü bir borç bilirim.

Ağustos – 2022

Özgür Ümit ÇELİK



İÇİNDEKİLER

ETİK BEYAN	i
ÖNSÖZ	iii
İÇİNDEKİLER	v
SİMGELER ve KISALTMALAR LİSTESİ	viii
TABLolar LİSTESİ	x
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
ÖZET	xiv
ABSTRACT	xv
1. GİRİŞ	1
2. KÜLTÜR, KÜLTÜR TURİZMİ, KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM KAVRAMLARI	5
2.1. Kültür	5
2.1.1. Kültür ve iletişim	6
2.1.2. Kültür ve iletişim kuramları	7
2.2. Kültürlerarası İletişim	7
2.2.1. Kültür ve iletişim ilişkisi	8
2.2.2. Kültürlerarası iletişim yaklaşım ve kuramları	8
2.3. Turizm ve Kültür Turizmi Kavramları	10
2.3.1. Turizm olgusunun kavramsal çerçevesi	10
2.3.2. Turizm ve kültür ilişkisi	11
2.4. Kültür Turizmi	13
2.4.1. Kültür turizminin önemi ve unsurları	14
2.4.2. Turizm, kültür, yerel halk ve turist iletişimi	15
2.4.3. Kültürlerarası iletişimin kültür turizmi odaklı kalkınmadaki rolü	16
2.5. Kültür Turizminin Tarihsel Gelişimi	18
2.5.1. Kültür turizminin gelişimi açısından kullanılan kültür varlıkları	19
2.5.2. Yerel kültürün turizm ürünü olarak kullanılması	21
3. TÜRKİYE’DE KÜLTÜR TURİZMİ VE AHLAT İLÇESİ ÖRNEKLEMİ	22
3.1. Ahlat İlçe Profili	23
3.1.1. Ahlat ilçe tarihi	23
3.1.2. Ahlat ilçesinin coğrafi konumu	24
3.1.3. Ahlat ilçesinin demografik yapısı	24
3.1.4. Ahlat ilçesinin ekonomik ve sosyal yapısı	25

3.1.5. Ahlat ilçesinin iklimi	26
3.1.6. Ahlat ilçesinin kültür varlıkları.....	26
3.2. Bitlis İli Ahlat İlçesi Turizmi.....	29
3.2.1. İlçe turizm arzı ve talebi	29
3.2.2. İlçenin turizm kazanımları	30
4. MATERYAL VE METOT.....	32
4.1. Araştırmanın Yöntemi	32
4.1.1. Görüşme sorularının hazırlanması	33
4.1.2. Araştırmanın kapsamı	33
4.1.3. Araştırmanın sınırlıkları ve sayıtları.....	34
4.1.4. Araştırmanın metodu	36
5. BULGULAR VE TARTIŞMA	43
5.1. Araştırmanın Bulguları.....	43
5.1.1. Ahlat ilçesi yerel otoritelere ait bulgular	43
5.1.2. Yerel kültürün rolü ve statüsü.....	43
5.1.3. Kültür turizminin teşvikleri, tanıtımı ve etkileri.....	43
5.1.4. Ahlat ilçe kültür objeleri	44
5.1.5. Yerel halkın turizme katılımları.....	44
5.1.6. İlçe turizm planlaması.....	45
5.1.7. İlçe turist profili	45
5.1.8. Turizm pazarı.....	46
5.2. Seyahat Acenteleri ve Turistik İşletmecilere Ait Bulgular.....	46
5.2.1. Turizm planlaması	47
5.2.2. Yerel halk kültürünün rolü ve statüsü.....	47
5.2.3. Kültür turizminin gelişimi	48
5.2.4. Turizm pazarı.....	48
5.3. Sayılarla Ahlat İlçesi Turizmi.....	48
6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER	50
KAYNAKLAR.....	55
EKLER	59
EK 1: Tur Firmaları Görüşme Soruları.....	59
EK 2: Yerel Turizm Otoriteleri/Yetkilileri Görüşme Soruları	61
EK 3: Yerel Turizm İşletmecisi Görüşme Soruları	63
ÖZGEÇMİŞ	64



SİMGELER ve KISALTMALAR LİSTESİ

SİMGELER ve KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
AIENT	Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Cemiyeti
İLO	Uluslararası Çalışma Örgütü
SWOT	Güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar, tehditler
TOWS	Tehditler, Fırsatlar, Zayıf Yönler ve Güçlü Yönler stratejik
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü analizi
UNWTO	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
WTO	Dünya Turizm Örgütü



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 3.1. Yıllara Göre Ahlat Nüfusu [61]	25
Tablo 4.1. Turistlere Yönelik Ahlat Kültür Turizminin Potansiyelinin SWOT Analizi	38
Tablo 4.2. Turistlere Yönelik Ahlat Kültür Turizminin Potansiyelinin TOWS Matrisi	41
Tablo 5.1. 2021 Yılı Bitlis İli İlçelerine Gelen Turist Sayısı, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi Dağılımı [33].	49





ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. Turizmin olumlu ve olumsuz etkileri [44]	18
---	----





KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM BAĞLAMINDA KÜLTÜR TURİZMİ: AHLAT İLÇESİ ÖRNEKLEMİ

ÖZET

Turizm ülkelerin aktif olarak rol aldığı ve üzerine yatırımlar yaptığı, karşılığında da sosyo-ekonomik ve kültürel anlamda beklentilere girdiği sektörlerinden biridir. Bu minvalde ülkemizin kültürel mirasında önemli bir yeri olan Ahlat ilçesi, kültürel anlamda zengin, etkin ve efektif turizm potansiyeline sahip turistik bir yer olarak yerini almaktadır.

Çalışmanın amacı, kültürlerarası iletişim bağlamında kültür turizmi açısından Ahlat ilçesinin turizm potansiyelinin incelenmesidir. Turizm potansiyeli arttıkça paralel olarak kültürlerarası iletişim olanağı artacaktır. Çalışmada turistlerin Ahlat ilçesine yaklaşımları ve eş zamanlı olarak ilgili yerel idare kuruluşlarının, yörede yaşayanların ve bölgede faaliyet gösteren turistik işletmelerin kültür turizmine yönelik görüşleri araştırılmıştır. Bu amaçla Ahlat'a kültür turları düzenleyen acenteler ile bölgedeki bürokratlar ve bölgede yaşayan halk ile mülakatlar yapılmıştır. Yapılan mülakatlar ve çalışmaya kaynak olması adına yapılan literatür taramasından ortaya çıkan veriler doğrultusunda bölgenin turizm potansiyeli incelenmiş ve bölge nezdinde kültür turizminin geliştirilmesine yönelik adımlar ortaya konması adına SWOT analizi yöntemi uygulanmıştır. Ahlat'ın kültür turizmi perspektifinden verimliliğini artırma gayesi ile, SWOT çözümleme yöntemi kullanıp ortaya çıkan potansiyeli doğrultusunda güçlü yönleri, zayıf yönleri ile fırsatları ve tehditlerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu minvalde yapılan çalışmanın doneleri TOWS matrisi ile desteklendirilerek ilçe kültür turizm potansiyeli adına izlenmesi gereken politikalar saptanmıştır. Araştırma, hem yerel turistlerin kültür turizm potansiyelini açığa çıkarma hem de kültürlerarası etkileşimle Ahlat ilçesine gelecek turistlerin bu bölgeyi tercih etme gerekçeleri açısından önem arz etmektedir.

Araştırma sonucunda, ülkemizin tarihi ve kültürel anlamda popüler lokasyonlarından biri olan Ahlat ilçesinin, kültürel turizm bağlamında köklü ve önemli bir potansiyele haiz olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, mevcut potansiyelin geliştirilebilmesine imkan verecek çeşitli adımlar belirlenmiştir. Bunlar, bölgenin turizm adına pazarlama karmasında kültürel ürünlerinin turistik ürünlere dönüştürülmesi ve reklamının daha efektif yapılması, ülke turizmi tanıtılırken bölgesel olarak Ahlat kültürüne ve etkinliklerine de yer verilmesi, bölgeye daha çok turist çekebilme adına kültürel etkinliklerin arttırılması, bölgede çeşitli etkinlik ve organizasyonlara yer verilmesi ve bölgeye yapılacak olan kültür gezilerine ait tur fiyatlarının uygun hale getirilmesidir. Ayrıca tarih boyunca çeşitli kültürlere ev sahipliği yapması vesilesi ile kültürlerarası iletişimin yoğun yaşandığı bölge ve Türk kültürünün tanıtılması ve kavranması adına tarihte önemli bir yer tutmaktadır. Kültürümüzün bir parçası olan Ahlat'ın öncelikli turizm lokasyonları listesine dahil edilmesi ve mevcut turizm potansiyeline etki eden sorunların çözümüne dair halihazırda turizmin paydaşları ve bürokratların katılımları ile Ahlat kültür turizm politikalarına yönelik uygulamaların belirlenmesi ve bölgeye yapılacak olan turizm planlanmasının bu durum göz önüne alınarak belirlenmesi hem bölge adına hem de ülke adına sosyo- ekonomik anlamda önemli katkılar sağlayacak ve belirlenen politikalar çerçevesinde doğru ve efektif olarak uygulamaya geçildiği takdirde kültürlerarası iletişime de katkı sunacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kültürel turizmi, Kültürlerarası iletişim, Ahlat, Turizm.

CULTURAL TOURISM IN THE CONTEXT OF INTERCULTURAL COMMUNICATION: A SAMPLE OF AHLAT DISTRICT

ABSTRACT

Tourism is one of the sectors in which countries actively play a role and make investments on it, and in return enter into socio-economic expectations. In this regard, Ahlat district, which has an important place in the cultural heritage of our country, takes its place as a tourist destination with a culturally rich, effective and effective tourism potential.

In the study, the approaches of tourists to Ahlat district and simultaneously the views of the relevant local government organizations, residents and touristic enterprises operating in the region on cultural tourism were investigated. For this purpose, interviews were conducted with agencies organizing cultural tours to Ahlat, bureaucrats in the region and the people living in the region. In line with the interviews conducted and the data obtained from the literature review conducted to be a source for the study, the tourism potential of the region was examined and the SWOT analysis method was applied to reveal the steps towards the development of cultural tourism in the region. In order to increase the effectiveness of Ahlat in terms of cultural tourism, it is aimed to determine its strengths, weaknesses, opportunities and threats in line with its potential by using SWOT analysis. In this context, the findings of the study were supported by the TOWS matrix and the policies that the district should follow for the cultural tourism potential were determined. The research is important both in terms of revealing the cultural tourism potential of local tourists and the reasons why tourists who will come to Ahlat district with intercultural interaction prefer this region.

As a result of the research, it has been determined that Ahlat district, which is one of the most popular historical and cultural locations of our country, has a deep-rooted and important potential in the context of cultural tourism. In addition, various steps have been identified that will allow the existing potential to be developed. These cultural tourism on behalf of the region's tourism products and advertising in the marketing mix of products to be converted to be made more effective, the country deviates from tourism, regional culture and activities to be included in Ahlat, the increase of cultural activities to attract more tourists to the region, the region also has various cultural events and organizations, which will be held in the region of tours to be included in the tour prices and convenient to make. In addition, due to the fact that it has hosted various cultures throughout history, the region, where intercultural communication is intense, and the introduction of Turkish culture holds an important place in history for understanding it. Ahlat primary tourist locations that are a part of our culture and the issues that affect currently existing tourism has the potential to be included in the list for cultural tourism with the participation of tourism stakeholders and bureaucrats identification of Ahlat and the region of Tourism Planning and implementation of policies which will be held in the name of the region according to this condition on behalf of the country as well as the determination of socio- economic policies and they will have made a significant contribution in terms of the set is passed to direct accurate and effective intercultural communication within the framework unless the application as he will contribute.

Anahtar kelimeler: Cultural tourism, Intercultural communication, Ahlat, Tourism.

1. GİRİŞ

Turizm, günden güne büyüyen ve farklı çeşitleri ile gündem oluşturan ve aynı zamanda ülkelere ekonomik katma değer sağlayan hizmet sektörlerinden bir tanesi olmuştur. Günümüz turizmi anlayışında git gide büyüyen sektör yeni durakları karşımıza çıkarmaktadır. Ülkelere sosyal ve ekonomik anlamda katma değer sağlayan turizm, bu alanda yeni politikalar üretme, farklı turizm durakları oluşturma gibi seçenekler ile öneminin bir kez daha ortaya çıkmasına sebep olmuştur.

Turizm, ülkeler için ticaretin önemli aktörlerinden biri olmanın yanı sıra gelişmekte olan ülkeler için de temel gelir kaynaklarını etkileyen bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde yaşanan gelişmeler, farklı turizm eğilim seçenekleri ile birlikte artan çeşitlilik rekabeti de yanında getirmiştir. Dolayısıyla geçmiş ve günümüz perspektifinden değerlendirildiğinde turizm toplumların vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir. Diğer bir tabirle turizm, farklı insan grupları veya topluluklarının bir araya gelmesi ile hem yerel hem de uluslararası alternatifler yaratıp farklı kültürlerin bir araya gelmesine ve kaynaşmasına vesile olmuştur. Bu bağlamda bakıldığında ise turizm sektörü kültürlerarası iletişimde etkileşimsel olarak aktif rol oynamaktadır. Diğer taraftan da turizm sektörünün kişilerarası nitelik taşıyarak pasif halde de etkin rol aldığı görülmektedir. Çağımızda turizm olgusu farklı seçenek ve destinasyonları ile yaşantımızın da bir önemli parçası haline gelmiştir. Sosyo-ekonomik anlamda bu denli etki eden ve pazar payı günden güne büyüyen, sektör halini almıştır. Pazar payında yer bulan ülkelerin de ekonomik anlamda gelişimine ciddi ölçüde katkılar sağlamıştır. Turizm sektörü, topluluklar ve insan gruplarının dâhil olduğu etkileşimle paralel olarak kültürlerarası iletişimde de önemli bir yer tutmaktadır. Tanımından da anlaşılacağı üzere kültürlerarası iletişim, farklı kültürlerle haiz toplum, topluluk ve insan gruplarının arasında gerçekleşen etkileşim, anlam aktarımları ve kültürel çeşitlilik unsurlarının gözetilmesi gibi hususları ele alan bir çalışma alanıdır. Kültürlerarası iletişim bağlamında insanlar eğitim amaçlı, çeşitli organizasyonlar dâhilinde, ülkelerin diplomatik süreçlerinde, turistik gezi amaçlı, savaş, kıtlık, siyasal ve sosyo-ekonomik gibi sebeplerden dolayı farklı kültürlerle temasta bulunmaktadırlar. Bugünkü dünya düzeni çerçevesinde kültür karşılaşmaları, iletişimde dil, anlam aktarımları, kültürel kimliklere etkileri bakımından da önem taşımaktadır. Bu çalışmada da tüm bu etkiler dâhilinde kültür turizminin doğru

politikalar üzerine kurulduğu takdirde kültürlerarası iletişime etkilerinin öneminin vurgulanması amaçlanmaktadır.

Tüm ülkeler gibi pazar payında yerini sabit kılmaya çalışan ülkemiz ekonomisi adına da üzerinde hassasiyetle durulan ve ana temalarından bir tanesi olan turizm sektörü, istenilen rakamlara ulaşan yabancı turist ve yerli turist sayısında meydana gelen artış ile ülke turizm sektörü hizmet mensuplarını da ayrıca memnun etmektedir. Turizm sektöründe açılan farklı durakları, turistik işletmelere verilen sübvanseler, hükümet tarafından turizmin kalkınması gereği uygulanan çeşitli politikalar, bu hususta yapılan yatırımlar ülke turizmine önem verildiğini göstermektedir. Ülkemiz, pazarda da bulunan gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere eş turistik ürünler ve turizmin farklılaştırılması ve çeşitlendirilmesi yoluna giderek mevcut turizmi sezonluk olarak olmasının yanında bütün yıl bazında değerlendirme ve bu kapsamda istikrarı devam ettirme gayesi de gütmektedir.

Türkiye Turizm Bakanlığı tahminleri ve turizm bakanının açıklamaları ışığında, Bakan Ersoy; Türkiye'nin daha önceki hedefleri kapsamında 2023 planlaması 50 milyon turist ve 50 milyar dolardı. Biz yeni Cumhurbaşkanlığı yönetim sistemi ve eş güdümlü turizm politikaları ile hedefleri yukarı seyirde revize ederek turist sayısındaki hedeflerimizi 75 milyon bandına getirdik [1]. Şeklinde görüşlerini ifade ederek, turizm olgusunun ülkemiz adına başat önem arz ettiğini vurgulamıştır.

Turizm rakamları ve hedefleri turizm sektörünün günden güne artan ve sürekli yükselme trendi ile karşımıza çıkan bir potansiyele sahip olduğunu kanıtlamaktadır. Turizm sektörü gelişmiş veya gelişmekte olan diğer dünya ülkeleri özelindeki gibi ülkemizde de yükseliş eğilimli bir işkolu olma hususiyetini korumaktadır. Turizm sektöründe potansiyeli artan ülkeler de kültürlerarası iletişim olanağı da bu duruma göre paralel olarak artmaktadır. Gerek yerel turistler gerekse yabancı turistler bölgeye gelip mevcut kültürle etkileşime girmektedirler. Yerel kültüre tabi olan halk ise bölgeye gelen turistin özelinde tabi olduğu kültür ile etkileşime girmektedir.

Ülkemiz varlık gösterdiği coğrafya itibariyle, uhdesinde önemli kültürel turizm durakları bulunmaktadır. Dolayısıyla kültür turizmi ile kültürel ürünlerin çeşitlendirilmesi de istenilen ve ihtiyacı hissedilen rotasyonlara turist çekilmesi adına kültürlerarası iletişim ve etkileşimde önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle günümüzde çoğu ülke kültür farklılıklarını artı bir özellik olarak görmekte ve bölgesel

ile yerel ekonomisini canlandırma amacıyla kullanmaktadır. Kültür  e itliliği çok olduğundan dolayı yerli ve yabancı literatürde de birden fazla ve çeşitli bakış açıları ile kültür turizmi tasviri ve tanımı bulunmaktadır.

Bazı araştırmacılara göre, kültür turizmi, seçilen durak minvalinde doğal yapı ve tarihsel bir değer barındıran kültürel varlıkları, bölgede yerleşik veya güncel kültürel etkinlikleri, bölgenin sosyo-ekonomik durumlarını turistik bir hizmet şeklinde katılımcılara sunan bir turizm anlayışıdır. Diğer bir tabirle yalnızca tarihsel değerleri kapsamamakta, güncel değerlerin de konu olduğu bir terimdir. Bununla birlikte kültür turizminin popüler amaçlarından bir tanesi de seyahat edilen bölgede ortak değerlerin tarih, kültür, din, dil ve yaşam şekli gibi sosyo-kültürel insan topluluklarını tanımak gayesi ile yapılan seyahatlerdir.

Ülkemizde turizm hizmet sektörü, günümüzde hız anlamında bir ivme kazanmış ve varyasyon sürecine dâhil olmuştur. Lakin coğrafı konumu gereği sahip olduğu e i benzeri olmayan turizm durakları ile ülkeye çok sayıda turist çekerek pazar payından daha çok turizm sektörüne yönelik kazanım sağlayabilecek güçtedir. Ülkemiz kültür turizm varlıkları değerlendirildiğinde ise ciddi derece de haris kültürel değerler ve motiflerin varlığı göze çarpmaktadır [2]. Bu değerler ve motifler doğru tanıtıldığı takdirde ise mevcut potansiyelin üzerine çıkılıp kültürlerarası iletişimin de artacağı öngörülmektedir. Kültür Turizmi ile kültürlerarası iletişim paralel bir şekilde artacağı için bu kapsamda, ülkemiz turistlere yönelik ürünlerinin çeşitlilik stratejilerinde kültür turizmi objelerinin ve kültürel ürünlerinin üzerinde hassasiyetle durması gerekmektedir. Bu  alı ma ile Türkiye’de kültür turizmi literatürüne kültürlerarası iletişim kavramını dâhil etme amaçlanmıştır. Çalışmada, kültür turizmi kültürlerarası iletişim çerçevesinde açıklanmaktadır. Bu sebeple araştırma, nadir çalışmalardan biri olması bakımından önem arz etmektedir. Bununla birlikte tez çalışması, literatürde farklı kültürlerin birbirleri ile olan etkileşimlerine odaklanan nadir çalışmalardan biri olma özelliğine de sahiptir.

Çalışmanın ilk bölümünde kültür, kültür turizmi ve kültürlerarası iletişim olgularına kavramsal  er eve de değinilmiştir.

 kinci bölümünde ise Ahlat ilçesinin tarihi, nüfus yapısı, iklimi ve coğrafı konumu, kültür öğeleri tasvir edilerek bölge turizminin ge i me sürecinden bahsedilmiştir.

Ahlat yöresinin tarihine, doğa (tabiat) varlıklarına, kültür öğeleri ve mevcut turizm potansiyeline değinilmiştir.

Üçüncü bölümde Ahlat ilçesi yerel turizm otoritelerine, yerel bir işletme sahibi ve bölgeye tur organizasyonları düzenleyen seyahat acentelerinden ulaşılan çalışma doneleri SWOT analiz yöntemi ile TOWS matrisine işlenerek değerlendirilmiştir. Son bölümde ise söz konusu tüm bu değerlendirmeler ışığında ulaşılan veriler kapsamında ortaya çıkarılan sonuç kısmı, tartışma kısmı ve öneriler başlıklarında irdelenmiş, yorumlanmış ve değerlendirilmiştir.



2. KÜLTÜR, KÜLTÜR TURİZMİ, KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM KAVRAMLARI

2.1. Kültür

Kültür, tanımı gereği içeriğinde pek çok olguyu içinde barındırmaktadır. Örneğin; bir kişinin doğumundan ölümüne kadar aldığı eğitimler, dilsel gelişimi, giyim tarzı, ailesel yapı, değerler ve yargıları, sosyal yaşam biçimi gibi unsurlar, o kişinin tabi olduğu kültürün etkisi ile yoğurulmakta ve şekillenmektedir. İnsanlar yaşantılarının her alanında diğer insanlar ile etkileşimde bulunarak sosyal ilişkiler, değer ve yargılar, gelenekler konusunda sosyal birer varlık haline gelmektedirler. Bu bağlamda, toplumsal veya bireysel anlamda en gelişmemiş halinden gelişmişlik seviyesinin en üst düzeyine kadar çeşitli insan topluluklarında kültür olgusu ile karşılaşmaktadır [3].

Kültür kuramcıları, kültürü farklı tanımlar ile tarif ederek çok fazla tanımı olduğunu söylemektedirler. Örneğin; kültür kuramcısı ve kültür üzerine çalışmalar yapan Raynold Williams kültürün 164 adet değişik şekilde tasviri olduğunu iddia etmektedir [4]. Taylor'un bakış açısı ile kültürün tasviri; bireyin, tabi olduğu toplulukların/toplumun azası olarak ulaştığı kazanımlar, gelenekler-görenekler ve alışkanlıkları kapsayan karmaşık bir yapıdır. Her toplum birbirinden farklı niteliklere sahip bireylerden oluştuğundan, her topluluğun da kendine has kültür öğelerinin oluşmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla dünyanın çeşitli yerlerinde, farklı farklı toplumlara ait yaşam biçimleri ve farklı farklı kültürler bulunmaktadır [5].

Kültür, insanın yaşamını idame ettirebilmesi için doğanın da katkısıyla ürettiği ve öğrenme yoluyla edindiği kazanımlardır [6]. Dolayısıyla, öğrenme kültür kavramı adına önemli çıkarımlarından birini oluşturmaktadır.

TDK lügatında kültür olgusu; Toplumların, tarihleri boyunca oluşturulan tüm soyut ve somut değerler ile bu değerlerin yaratılmasında, gelecek kuşaklara ulaştırılmasında, âdemoğlunun tabi ve içtimai çevresine hâkimiyetinin derecesini belirten araçların tamamı olarak ve ayrıca hars, ekin anlamında açıklanmaktadır [7].

2.1.1. Kültür ve iletişim

Bireyler, diğer bireyler ile iletişim süreçlerinde, ait oldukları toplum ve yaşam biçimlerine yansıyan kültür olgularına göre hareket etmektedirler. İletişim bağlamında kültür ise, bireylerin yaşamları çerçevesinde öğretilerini tasvir edebilmek ve tutumlarını doğru açıklayabilmek adına öncül olarak değerlendirilen temel unsur ve değerler bütünüdür.

Her bir toplumunun ve bu toplumda yaşayan bireylerin kendilerine has gelenek- görenekleri, ihtiyaçları, zevkleri, beğenileri, inançları, değerleri ve yaşam pratikleri mevcuttur. Farklı kültürlere tabi olan bireyler arasında tesis edilen iletişim de aynı kültürün ferdi olanlar arasında söz konusu olduğu gibi, insanların yaşam pratiklerini ve tecrübelerini birbirlerine aktardıkları kültürel bir alışveriş edimidir. Birey ve toplumlar güncel yaşantılarında her gün farklı birey veya toplumlar ile iletişim alışverişi içerisine dahil olmaktadır. Birey ve toplumlar aynı-benzer kültür yapılarına haiz bireyler ile birlikte oldukları zaman diliminde, iletişim süreçlerini, sorgulamaya gereksinim duymadan gerçekleştirmektedirler. İlgili süreç içerisinde herhangi bir sorun yaşanmaz iken farklı kültürlere haiz bireyler ile kültürel öğelerinin farklılıklarından kaynaklı sorunlar yaşamaları muhtemeldir. Bu sebeple, kültürlerarası iletişim süreçlerinin doğru ve etkin şekilde işletilmesi büyük önem arz etmektedir.

Yaşadığımız  ağda, mensubu olduğumuz toplum dâhilinde tanığı olduğumuz gelişen teknolojik imkânlarla birlikte, farklı kökenlerden gelen birey ve toplumlar ile iletişim kurma ve bilgi alışverişi sağlama geçmiş yıllara nazaran daha yüksek düzeyde seyretmektedir. Pop lerleşen kültür ve bu durumu ortaya çıkaran kitle iletişim araçları birey ve toplumların belleğinde basit genellemeler ve bilgiler oluşturarak farklılıkları ve çeşitlilikleri meşrulaştırmaktadırlar. Zira, kültürel unsurlar çeşitli olguların algılanma şekillerini değiştirir, dönüştürür ve biçimlendirir. Unutmamak gereklidir ki, kültür unsuru içinde geliştiği toplumun unsurları ve anlayışı ile yakından ilintilidir. Çünkü kültür olgusu, içerisinde doğduğu toplumlar içerisinde farklı bakış açılarını ve farklı değerleri uhdesinde barındırmaktadır. Örneğin; aynı etnik kökene sahip bireyler aynı köken kültüre sahip olsalar da farklı yaşam alanlarında varlık gösterdiklerinden farklı kültürel değerlere sahip olarak başkalaşmak ve ayrışmaktadırlar.

Toplumlar varlıklarını ve varoluşlarını kültürel geçmişlerini temel alarak açıklamaktadırlar. Bütün toplum için anlamlı olan yaşam biçimleri, ahlak anlayışları, inanç sistemleri ve değer yargıları gibi faktörler kültür dokusu muhteviyatında yer alırlar.

Bu hassas dokuyu anlamlandıracak olan ise iletişim sürecidir. Dolayısıyla kültürün, iletişimden ayrı iletişimin ise kültürden ayrı değerlendirilmesi doğru olmayacaktır.

2.1.2. Kültür ve iletişim kuramları

İletişim kuramları en temel şekilde eleştirisel akım ve ana akım olmak üzere iki sınıfa ayrılmaktadır. Temel olan bu iki ana unsur ise kendi içerisinde farklı ideolojilere ve bu alanda çalışma yapan kuramcıların perspektifine göre farklı sınıflara ayrılmaktadır.

Bahsi geçen temel akımlardan ana akım; toplum bilimi üzerine çalışan araştırmacıların işlevselci yaklaşımı üzerine kurulmuştur. Ticari amaç güden iletişim çalışmalarını unsur alırlar ve incelerler. Genellikle toplumsal süreçleri göz ardı ederek kuramlar ve incelemeler yapar ve bu çalışmaları yaparken medyanın amacını, toplumsal süreçten soyutlamaktadır. Çalışma kapsamında ampirik araştırma yöntemi kullanılmaktadır.

Diğer bir akım olan eleştirisel akım ise; düşünce itibarı ile serbestiyet ve özgür düşünce kuramlarına karşıt olarak ortaya çıkmıştır. Ana akım kuramının aksine iletişimin endüstrileşme eğilimi ve topluma yansımalarını konu almaktadır. Toplumsal ilişkiler bağlamında iletişimin aktif rol alıp almadığını araştırıp bu hususta çalışmaları temel almışlardır.

2.2. Kültürlerarası İletişim

Kültürlerarası iletişim, olgu olarak farklı kültürler ve bu kültürlere ait toplumların ya da farklı kültürlere mensup olan bireylerin birbirleri ile iletişimi sonucu olan etkileşim olarak adlandırılmaktadır. Kültürlerarası iletişim ile farklı kültürlere mensup bireylerin iletişim kurma yöntemleri ve bu yöntemler sonucu bu durumdan ne derece etkilendikleri araştırılmaktadır. Sosyal bilimlere konu olan kültürlerarası iletişim bu alanda farklı çalışma mecralarıyla da yakından ilişkilidir.

Günümüzde globalleşmenin etkisi olarak başka kültürlerin mensupları, diğerleri ile sürekli bir iletişim halindedirler. Dünya genelinde pek çok ülkede başka kültürel yargılara mensup bireyler ortak bir şekilde yaşamını sürdürmektedirler. Haliyle bir arada yaşamını idame ettiren bireylerin yaşam pratiklerinde farklı insanlar ile karşılaşmaları ve ortak bir sosyal platformda olmaları bu etkileşimin bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır [8]. Kültürlerarası iletişim olgusu globalleşme etkisi içinde çıktı olarak değerlendirilmektedir.

Kültürlerarası iletişim, kavramsal çerçevede incelendiği zaman, kültür ve iletişim kavramlarının birbirleri ile olan ilişkisi olarak da açıklanabilmektedir.

Diğer bir tanımı ile kültürlerarası iletişim, farklı kültüre mensup fertlerin birbirleri ile iletişimi manasına da gelmektedir. Kültürlerarası iletişim, etkileşimler sonucu meydana gelmektedir. Bu etkileşimin ana unsurları, kültür ve iletişim kavramlarıdır. Kültürlerarası iletişim sosyal bilimcilerin farklı yönleri ile üzerine eğildikleri bir disiplindir. Genel olarak muhteviyatı araştırma ve incelemeye dayanmaktadır. Farklı teoriler ve perspektifler ile incelenen kültürlerarası iletişim, bu sebeple kompleks bir yapı arz etmektedir.

2.2.1. Kültür ve iletişim ilişkisi

Kültür, toplumda bir arada yaşamını idame ettiren bireylerin meydana getirdikleri maddi ve manevi değerlerin bütünü olarak tanımlanmaktadır. Toplum içinde yaşam pratikleri, adetler-töreleri, itikatlar ve öğretileri gibi unsurlar kültür olgusu bağlamında açıklanmaktadır. Kültür, toplumların veya toplulukların geçmişten günümüze mirasıdır. Toplumlar aracılığıyla oluşturulan bu miras geleceğe de iletişim vasıtasıyla aktarılmaktadır. Özellikle değişen dünya gelenekleri ve küreselleşmeyle beraber, toplumların gelenek, öz değerlerinin gelecek kuşaklara aktarımı zaruriyet olarak görülmekte ve bu aktarımın aracı olarak kitle iletişim araçları kullanılmaktadır. Kültür ve iletişim kavramları birbirleri ile sıkı sıkıya bir etkileşim içerisindedir. Toplumların kültürlerinin, miraslarının gelecek kuşaklara aktarılmasında iletişim kullanılmaktadırlar. Dolayısıyla bireyler veya topluluklar/toplumlar için iletişim zaruri bir hal almaktadır. Kültür, fertlerin doğasına uyan bir kavramdır ve birey iletişim halinde bulunan içtimai bir mevcudiyettir. Toplumsallaşma çerçevesinde başka kültüre sahip toplumların diğerleri ile gerçekleşen etkileşimi incelendiğinde kültürlerarası bağ görülmekte ve ilgili bağ süreçlerinde ise kültürlerarası iletişimin aktif rol aldığı görülmektedir. Bu bağlamda kültürlerarası iletişim toplumlarda, topluluklardaki fertlerin sosyal ilişkileri çabaları ve etkileşimleri sürecindeki iletişim yapıları olarakta tanımlanmaktadır.

2.2.2. Kültürlerarası iletişim yaklaşım ve kuramları

Kültürlerarası iletişim toplumların kendilerine has özelliklerinin olması, farklı kültürler ile etkileşime geçmesi, kendinden farklı olanı doğru anlamaya ve anlamlandırmaya çalışması farklı olan ile anlamlandırabildiği seviyede etkileşim kurmaya çalışan bir disiplindir [9]. Var olan farklılıkların ve kendinden farklı olanın daima merak edilmesi kültürlerarası iletişimin sosyal bilimlerde bilim dalı olarak kuramsal bir olgu olmasına ve kültürlerarası iletişimin ilmi açıdan bir düzen olarak anlam kazanmasına olanak vermiştir. Bu bağlamda kültürlerarası iletişimde öne çıkan çalışmalara temel oluşturan kuramlar, sırasıyla şu şekilde aktarılabilmektedir [10]:

- **Parsons, Kalıp/Örüntü Değişkenleri:** Fertlerin toplum içinde gerçekleştirdikleri eylemlerini ve fertlerin tercihlerini belirleyen örüntüleri konu almaktadır.
- **Hall, Enformasyon Sistemleri Kuramı:** Bireylerin temel etkinliklerini on temel boyuta ayırıp bu boyutlar bağlamından tasvir etmektedir.
- **Kluckhohn ve Strodtbeck, Değer Yönelimleri Kuramı:** Bireylerin faaliyetlerini beş ana eğilime göre kategorilere ayırmaktadır.
- **Hofstede, Kültürel Boyutlar Kuramı:** Kültürel farklılıkları sınıflandırma bağlamında dört boyut olduğunu saptamıştır. Bu kurama Gert Jan Hofstede ve Michael Minkov'un katkı sağladığı 2 boyut daha eklenmesi ile toplam 6 durum olarak ifade edilmiştir. Bu altı durum her ülkenin bu boyutların çerçevesinde değiştiğini açıklamaktadır.
- **Trompenaars ve Hampden-Turner, Kültür Boyutları Kuramı:** İnsan, çevre ve zaman ilişkisi perspektifinde kültürü incelemekte ve bu incelemeler sonucunda farklılıkları yedi boyutta açıklamaktadır.

Yukarıda bahsi geçen temel kuramlara ek olarak, kültürlerarası iletişimde çalışmalara konu olan yaklaşımlardan söz etmekte mümkündür. Kültürlerarası iletişim kuramlarına yön veren belli başlı yaklaşımlar ise şu şekilde aktarılmaktadır [11]:

- ✓ W. Barnett Pearce ve Kimberly A. Pearce (1976), Anlamların Koordine Edilmiş Yönetimi
- ✓ Donald P. Cushman ve Gordon C. Whiting (1977), Kurallarla Yönetilme Perspektifi
- ✓ Jesse G. Delia (1977), Yapısalcı Yaklaşım
- ✓ William B. Gudykunst ve Yun Kim (1984), Yabancılarla İletişim
- ✓ Y. Kim (1988), Sistemler Yaklaşımı
- ✓ Shalom H. Schwartz (1994), Değer Sınıflaması
- ✓ William B. Gudykunst (1998), Belirsizliğin Azalması Modeli
- ✓ Judith Martin ve Thomas K. Nakayama (2000), Diyalektik Yaklaşım
- ✓ Fred L. Casmir ve Nobleza C. Asuncion-Lande (2003), kültürlerarası iletişim araştırmalarında kişilerarası iletişim prosesinin yapısı üzerinde durarak modern bir yaklaşım da bulunmuşlardır.

Kültürlerarası iletişim alanında kuram oluşturma kapsamında temel zorlukların altını çizmekte fayda vardır. Zorluktan kasıt ise bir kültürde geçerliliği olan bir kuramın başka bir kültürde birebir uygulanamaması olarak açıklanabilir.

2.3. Turizm ve Kültür Turizmi Kavramları

2.3.1. Turizm olgusunun kavramsal çerçevesi

İbranice dilinde ‘öğrenme, araştırma’ anlamını içeren ‘torah’ kelime kökünden türemiş ve asli kökeni 17. yüzyılın başlarına kadar varan turizm kelimesinin aslı ‘tour’ sözcüğüdür. İbrani fertleri, mevcut yaşam pratiklerinin dışında normal bir şekilde yaşamlarını sürdürdükleri ikametlerden başka diğer ikametleri tanımak, görmek, o yerlerde yaşamını idame ettiren bireylerin sosyo-ekonomik vaziyetlerini irdeleme amacıyla kendi gönderdikleri fertlere turist ve bu turistlerin bulundukları eylemlerine de ‘turlamak’ derlerdi [12].

Latin dilinde dönme hareketi anlamına gelen ‘tornus’ sözcüğü kökenine dayandırılan İngilizce ‘tour’ kelimesinin manası, hareket edilen noktaya geri dönüş yapmak koşuluyla yapılan kısa veya uzun süreli seyahatler anlamına gelmektedir. Avrupa ülkelerinin benzeri gibi, İngiltere’de üst zümre tarafından Fransızca dilinin hâkim olduğu Orta Çağ döneminde, kalelerin surlarında bulunan kulelerin açık alanlarında dolanarak civarda yer alan kasabaları veya kırsal alanları seyretmek moda olarak addedilirdi. Zamanla bu moda kapsamını genişleterek gezinme alanı olarak mevcut kaleler ve bu kaledaki kulelerin dışlarına doğru çıkmış, etrafıca bir hal almıştır. Dolayısıyla bu durumla eş zamanlı olarak da kelimenin anlamında da genişleme olmuştur.

İngiliz dilinde turist ve turizm kelimeleri 1500’lü yıllardan sonra lügata girmiştir. Tour kelimesi aktif olarak kullanılmıştır. Bu kelime de Fransızca dilinde kule anlamındaki manasında kullanılıyordu. 1700’lü yılların başlarında tabirin Avrupa’ya İngiltere’den yapılan seyahatler nezdinde, diğer bir tabirle günümüz manasıyla anılmaya başlandığı görülmektedir. İngilizlerin yoğun olarak kullandığı Oxford Sözlüğü ilk kez 1811 yılında tourism sözcüğünü bünyesine almıştır [13]. Leiper başka bir tarifinde ise; [14] turizm etkinliklerinin temelini meydana getiren seyahat kelimesi, meşakkat ve zahmet anlamını ihtiva eden ‘travail’ sözcüğü ile ilişkili olduğundan bahsetmiştir. Seyahat etme olayının zahmetli ve meşakkatli bir edim olduğu göz önüne alındığında bu bağ veya ilinti garipsenmemektedir [15].

Günümüzde sıklıkla kullanılan tatil gayesiyle gerçekleştirilen seyahatler olarak tabir edilen dinlenmek ve eğlenmenin yanı sıra gezmek, görmek ve aynı zamanda merak gidermek turizm hareketlerinin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Literatür araştırmalarına göre tatil gayesi ile

oluşturulan seyahat rotalarında sık bir şekilde bahsi geçen ana kriterleri şöyle sıralanmaktadır [16];

Aileler ve arkadaşlar ile zaman geçirmek

- Farklı insanlar ile bir araya gelmek ve eğlenme edimini gerçekleştirmek
- Dinlenme fırsatı yaratmak
- Farklı yerlerin ve farklı kültürlerin keşfini yaşamak
- Doğa ile özlem gidermek
- Farklı kültürleri tanıyarak görgü ve bilgi düzeyini artırmak
- Farklı tatlar kapsamında yemekler yemek
- Macera ve heyecan duygusunu hissetmek ve aynı zamanda yaşamak
- Merak duygusunu gidermek adına duyduğu diğer seyahat noktalarında bulunan en bilinen yerleri görmek, ziyaret etmek [15].

Turizm olgusu üzerine çok fazla sayıda tanım yapılmıştır. Dolayısıyla bu hususla ilgili araştırmacılar tarafından kabullenilmiş ortak net bir tanım yoktur. Olgu üzerine yapılan ilk tanımlamalar daha çok turizmin noktasal boyutta değerlendirilmesini içermektedir. Ferdin bulunduğu ikametden belli noktadaki uzaklıkta bulunan yerlere seyahat eden kişiler turist olarak addedilmiştir. Zamanla seyahat izlenimleri değiştikçe tanımlamalarda bu minvalde değişikliğe uğramıştır [15].

Kavramın literatüre girişi ise; İkinci Dünya Savaşı sırasında İsviçre menşeli iktisadi düşünürler Hunziker ve Krapf tarafından çağdaş turizm tanımı ile olmuştur. Tanıma göre turizm, bireylerin mevcut ikametlerinin bulunduğu ve hayatlarını idame ettirdikleri yer dışında gerçekleştirdikleri seyahat hareketleri ve bu seyahatlere ait konaklamalarından oluşan olay ve ilişkilerin bütünü şeklinde açıklanmaktadır [17]. Açıklanan tanım, turizm çalışmaları kapsamında (AIEST) Enternasyonal Bilimsel Turizm Uzmanları Topluluğu aracılığı ile de kabul edilmiştir. Dünya Turizm Örgütü tarafından da tanım kabul edilerek literatürde kendine yer bulmuştur [12].

2.3.2. Turizm ve kültür ilişkisi

Turizm ve kültür olgularının ilişkisi, birçok farklı model ile açıklanabilir [18]. Çalışma kapsamında ise iki farklı modelden bahsetmek doğru olacaktır. Bu modellerden ilkinde; farklı kültürel gruplardan meydana gelen bir seyahat organizasyonu muhteviyatına konu olan kültür ögesi, programı anlamlandıran, dikkat çekici nitelik kazandıran bir görev üstlenmektedir. Konu

üzerine yapılan çeşitli araştırmalar, gerçekten de toplumların kültürlerinin ve kültürel miraslarının, bu tür organizasyonların çekiciliğini artırdığını göstermektedir. Turizm sektöründe en çok karşılaşılan ve kurgusu yapılan pratik seyahat organizasyonlarının genelinde bu konsept hakimdir ve turisti durağan bir konumda değerlendiren, kullanıma endeksli bir turizm görüşünü yansıtır. Kültürel varlıkları, eserleri, sanatsal ürünlerini, tur rehberinin tekelinde tanıyan fertler, bu paradigmanın bir parçası değil pazardaki muhtemel alıcısı konumundadır. Kültürün göz önüne çıktığı bir diğer modelde ise kültür, organizasyonu gerçekleştirmenin ana nedeni, hatta organizasyonun amacıdır. Tura katılanlar/turistler/gezginler gezip görmek istedikleri noktaları, planlamaları içinde yer alan kültür özellikleri nedeniyle tercih ederler. Haliyle organizasyonun veya hareketliliğin asıl gayesi ve ilk evleviyeti kültür, sanat ve kültür mirası olarak değerlendirilmektedir. Kültür amaçlı organizasyonlara katılan katılımcılar, merak duygusu, heyecan ile birlikte öğrenme isteği ve proses süresince kültürel zenginliklerini arttıracak deneyimleme, yaşama güdüsü ile harekete geçerler.

Çağımız kültür turizminde, farklı kültürel toplulukları ve farklı kültürlerin pratiklerini deneyimleme, hatta bizzatı yerinde o deneyimin aktif katılımcısı olma arzusunun ön planda olduğu görülmektedir. Dönemin turistik aktivitesinde bulunanlar kendi kişisel gelişimleri adına ve kendilerinde farklı deneyimler ile dönüşüm yaratacak değişik bir deneyim aramaktadır. Özellikle 21. yüzyılın kültür turizmi konseptinde, kendilerinden başka kültürlerin mirasları ile tanışma, onları anlamlandırmak, seyahat edenin duygu ve fikirlerine çığır açmaktadır.

Tarihi anlamı olan ve kültürel çekiciliğe haiz yerler/mekânlar, kültür amaçlı seyahat edenlerin, tarihin derin izlerinde ve farklı kültürlerdeki öğelerin anlamlarının arayışına eşlik etmektedir. Kültür amaçlı seyahat edenler amaçsız ve anlamsızca değil, belirledikleri yerleri/mekânları ve kültürel unsurları daha anlamlı kılmak için seyahat ediyor, hareketi gerçekleştirdikleri duraklarda daha fazla miktarda zaman ve para harcıyorlardır.

Kültür turizminin çekiciliği, kültürel tarih ve miras beklentilerini karşılayabilen yerleşim yerlerini ön plana çıkarmaktadır. Bu minvalde, tarihi ve kültürel mirasın, maddi ve manevi kültür öğeleriyle birlikte eksiksiz olarak düşünülüp korunup yaşatılması, kültür turizminin üzerinde durması gereken en önemli meselesi olarak öne çıkmaktadır.

Günümüzde trend hale gelen kültür endüstrileri ve beraberinde destekleyici, yaratıcı endüstrilerle de kültür turizmi ilişkisinde doğal bir bağ vardır. Turizm sektörünün sağladığı faydalar kadar tabii ve kültürel çevreye etkileri de göz önünde bulundurulması gereken bir gerçektir. Bu bağlamda kültür turizmi ile kültür arasında sıkı sıkıya bağ olduğu düşünülürse

turizm imkânları desteklendikçe ve önemi arttıkça farklı kültürlerin etkileşimi ile kültürlerarası iletişimde bu duruma paralel artış gösterecektir.

2.4. Kültür Turizmi

Kültür turizmi olgusuna literatürde ilk defa 1980’li yılların başında Avrupa Komisyonu’nun, Avrupa Birliği’nin kültürel kimlik ve kültürel miraslarını vurgulamak gayesiyle yapılan araştırmalar esnasında karşılaşmıştır [19]. 1990’lı yıllarda ise seyahat acenteleri ve tur düzenleyen organizatörlerin de türemesi ile kültür turizminin öneminin fazlaca anlamlandırıldığı görülmektedir [20].

Kültür turizmi bağlamında günümüze kadar pek çok araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmalar sonucu tanım farklılıkları da ortaya çıkmıştır. Kültür turizmine genel olarak hâkim olan tanım ise, turistik bir hareketlilik çerçevesinde, ziyareti veya bu hareketliliği gerçekleştirenlerin ilk önceliği keyif almak ve gezmek amaçlı olmak ve eş zamanlı olarak ziyaret esnasında gezilen ve görülen yerlerdeki kültürel unsurların anlamlarının bir nebze de olsa anlamlandırma çalışmalarını kapsayan ziyaretlerdir.

DTÖ’nün kültür turizmi tasvirine göre; kültür turizmi, bireylerin kültürel güdülerini gidermek gayesi ile yaptıkları iş gezileri, sanat etkinlikleri ve kültür etkinlikleri, çeşitli festivaller ve diğer çeşitli kültürel etkinliklere iştirak etmeleri, tarihi sit alanlarına ve yörelerdeki anıtlara dönük seyahatleri ile aynı zamanda dini değerler amaçlı ziyaretleri de kapsayan hareketler olarak bilinmektedir [21].

Kültür turizmi dar anlam çerçevesinde, kültürel istekleri tatmin gayesi ile tarihi alanlara, müze ve ören yerlerine, sanat ve festival etkinliklerine yapılan seyahat hareketleri ile seyahat gerçekleştirilen yerlerde yaşayan toplumların/toplulukların yaşam pratiklerini görmeyi de amaçlayan özel ziyaret biçimidir.

Geniş anlamda değerlendirildiğinde ise, kültürel içeriğe sahip etkinlikler, farklı merak ve heyecanların karışımı olan seyahat hareketleridir [22].

Kültür turizmi eş zamanlı olarak, kitle turizminin bir alternatifi olarak düşünülmektedir. Günümüzde düzenlenen kültür turu organizasyonlarının büyük çoğunluğu grup halinde hareket edilen kitle turizmi kapsamında olmaktadır. Haliyle turizm çeşitlilikleri farklı guruplara ayrılrsa da aslında birbiri ile iç içe geçmiş ürün gruplarıdır. Diğer turistik seyahatlerin yanında eş zamanlı olarak kültür turları adı altında organizasyonlar da gerçekleştirilebilmektedir. Kültür

turizmi kapsamında değerlendirmek gerekir ise; organizasyon dâhilinde gezginin gerçekleştirilen seyahatten ne kazanım elde edeceği ile alakalıdır.

2.4.1. Kültür turizminin önemi ve unsurları

Kültürel varlıkların ve doğal çevresel unsurların korunması ve gelecek kuşaklara iletimi hususunda turizm başrolü üstlenmektedir. Uygur & Baykan’a göre kültür, tarihi ve kültürel ürünler, sanatsal ürünler, kültürel olgular turistik bir ürün şeklinde seyahat edenlerin kullanımına sunulan bir turizm izanıdır [23].

Turizmin kavramının çıkış noktasının tatil gayesiyle yapılan geziler ve seyahatler olmadığı bir gerçektir. Kültür turizmini, bir yörede yaşamını sürdüren bir topluluğa has maddi ve manevi hususiyetlerinin, seyahat edenin ilgi ve gayesi çerçevesinde reel ortamında deneyimlenmesi için yapılan gezi olarak tasvir etmek mümkündür [24]. Arınç’a göre ise; göre kültürel gaye ile gezi düzenleyen insanlar, tarihi medeniyetlerin ya da farklı kültürlerin kalıntılarını görme arzusunun yanı sıra kendi kültürlerinden farklı kültürlere de merak duymaktadırlar [25]. Silberberg, “kültür turizmini bir toplumun, bölgenin, grubun veya kurumun tarihine, sanatına, bilimine, yaşam tarzına/mirasına tamamen veya kısmen motive olmuş ev sahibi topluluk dışındaki insanların ziyaretleriyle ilişkilendirmiştir” [26].

Kültür turizmi, yerel halkın nasıl yaşadığını, göreneklerini turiste en iyi şekilde aktaran turizm ürünü çeşididir ve uygulandığı yere birçok fayda sağlamaktadır [27]. Kültür turizmi, kültürel değerlerin korunmasını sağladığı gibi önemli gelir sağlayıcı etkiye sahiptir” [25]. Kültür turizmi, müzelerde, sanat galerilerinde, tarihi alanlarda ve konaklama işletmelerinde istihdam olanağının doğmasına ve ekonomik canlılığın artmasına aracı olmaktadır ve birçok sektörü etkileyerek turizm hareketlerinin tüm yıl bazında değerlendirilmesine imkân vermektedir [28]. Gezi düzenlenen destinasyondaki insanların yaşam biçimlerini ve kültürel miraslarını öğrenmeye odaklı bir turizm türü olan kültür turizminde; etkileşim, katılım ve merak, ilgi, seyahat pratikleri olarak kabul görmektedir [29].

Genel bir tabirle sanat eserlerinin, tarihi alanların, müze ve ören yerlerinin, uygarlıkların kalıntılarının görülmesi gayesi, araştırma yapılması [30], mimari yapı ve orijine bağlı özellikler, yerel mutfak ürünleri, festivaller, etkinlik ve fuarlar, amfi tiyatro [31], yerel müzikler ve halk dansları, edebi çalışmaları öğrenme gayesi ile düzenlenen geziler, [32] kültür turizminin başlıca unsurları olarak açıklanabilir.

2.4.2. Turizm, kültür, yerel halk ve turist iletişimi

Kültür; bir toplumu diğer toplum, topluluklardan farklı kılan, geçmişten günümüze bir süreç alan, kendine has, sanatı, inançları, örf ve adetleri, anlayış ve davranışları ile toplumun kimliğini oluşturan yaşam pratikleridir. Topluma bir kimlik kazandıran, dayanışma ve birlik duygusu vermesinin yanı sıra toplumda düzeni de sağlayan maddi ve manevi değerlerin bütünüdür [33]. Bir uygarlığın kültürü; yaşam pratiklerini, bakış açılarını, dini değerlerini, giyim-kuşamını, mutfak ürünlerini ve mimari yapılarını etkilemektedir [34].

Coğrafya, turizm ve kültür kavramları birbirleri ile iç içe olgulardır. Çevrede olan farklılar kültüre yansımakta, kültür de doğal olarak hem çevreyi ve toplumu etkilemekte ve bu yansımalarından kendisi de etkilenmektedir. Farklı coğrafi bölgelerde değişik kültürlerin türemesi turizm ve kültür arasındaki bağın da güç kazanmasını sağlamıştır [35]. Farklı coğrafyalardaki çeşitli ve değişik kültürleri tanıma arzusu kültür turizminin gelişimine katkıda bulunmuştur. Kültür turizmi, kültürel mirasın haris ve kendine has olduğu bölgelerde gelişme gösterebilmektedir. Âdemoğlunun değişik kültürleri keşif gayesi ile tanıma, görme ve merakını gidermek amacı güderek turizm hareketini gerçekleştirmelerine kültür turizmi denilmektedir. Kültür turizmi, Gülcan [36] tarafından modern ve tarihi anlamı olan kültürlere ait maddi ve manevi değerlerle alakadar olarak, var olanı görme, onların haklarında bilgi edinme ve deneyimleme gayesi ile gerçekleşen ve ilgili ürün ve hizmetlerin satın alınmasına bağlı bir şekilde doğrudan ve dolaylı etkinliklerden meydana gelen bir turizm olgusu şeklinde açıklanmaktadır. Kültür turizmi tarihi, sanatsal ürünler özelinde merak gidermek ve öğrenmek gayesi ile düzenlenen gezileri içermektedir [37]. Kültür turizmi muhtevisyatına yaşam pratikleri, çalışma şekilleri, yöresel giyim-kuşam, bölge mimarisi, geleneksel sanatlar, tarihî mekânlar, gelenek ve görenekler, sanatın başlıca etmenlerini kapsayan çeşitli etkinlikler, girmektedir [38]. Yerel halkın ekonomi anlamında gelişmesi adına ehemmiyetli bir aracı olan kültür turizmi; gezginlere bir coğrafyanın tarihi, sanatsal, arkeolojik eserleri ile etnik kökenini yerinde görebilme imkânı sunmaktadır. Eş zamanlı olarak yerel halkın folklor, tören, dans, ritüel, masal, geleneksel sanatları, yemek-içme kültürünü ve misafirperverlik gibi hayat tarzını tabii bir ortamda tanıma olanağı sunmaktadır [39].

Günümüzdeki kültür turizmi mantalitesi, imal ve kullanım uyumu ve sağlayıcı ile kullanıcı arasında oluşan bağın arttırılması esasına odaklanmaktadır. Buradaki amaç pasif tüketim yerine pratik bir yaklaşım göstererek, gezginlerin faal olarak kültürel etkinlikleri deneyimlemelerine imkân sunmaktır [37].

Toplumların kültürel öğeleri ve kültürel mirasları kendilerine has ve değerlidir. Kültürel miraslarının değerinin stabilitesi ve devamlılığı ayrı bir önem arz etmektedir [40]. Gezin seyahat düzenlediği coğrafyanın toplumsal düzeni ve kültürü o toplumda davranış biçimini belirleyen en temel unsurlardandır. Coğrafyada yaşamını sürdüren halkın gezginlere karşı tutumları pozitif olduğu takdirde birbirleri ile olan ilişkileri olumlu; olumsuz tutum takınmaları halinde ise olumsuz bir iletişim haline dönecektir. Bu sebeple gezginler ile yerel halk arasındaki ilişkide yarar ve tatmin sağlayan ilişkiler desteklenmelidir. Bazı durumlarda gezginler ile yerel halk arasında etkileşime katılım sağlayanların bir kısmına veya tümüne zarar veren etkileşimler oluşmaktadır. Bu gibi durumlara engelleyici ilişkiler denilmektedir. Böyle bir ilişki biçimi, turistlerle yerli halk arasındaki kaynaşmayı, onların birbirlerini anlamalarını ve birbiriyle etkileşimlerini engellemektedir. Gezinler ile yerel halk arasında kaynaşmanın sağlanması ve hoşgörünün hâkim olmasının gerekliliği önem arz etmektedir [41].

2.4.3. Kültürlerarası iletişimin kültür turizmi odaklı kalkınmadaki rolü

Günümüz dünyasında kültürlerarası iletişim ayrı kültürlerle haiz toplum arasındaki etkileşim, anlam aktarımları ve iletişimde kültürel ayrılıkların gözetilmesini kapsamaktadır. Turizm ise insanların kendilerine ayırdıkları vakti değerlendirme faaliyeti olmakla beraber ayrıca ekonomik bir sektördür.

Globalleşen dünyada teknoloji hızı ve ulaşımındaki hızı ile birlikte etkileşim halindeki toplum sayısı da gün geçtikçe artmaktadır. Buna bağlı olarak da dünyada birbirine benzemeye başlayan toplum sayısı artmaktadır. Bu sebeple turistler, kendilerinden ayrı yaşam tarzlarını ve kültürleri görme isteği ile gelişen, gelişmekte olan ya da hiç gelişmemiş ülkelere de seyahat ederek; seyahat edilen yerin sosyo-ekonomik halini iyileştirmektedir. Ülkemizden örnekleme yapacak olursak; ülkemizin yedi coğrafi bölgesi bulunmakta olup, her bölgesi kültürel, iklimsel, yöresel ve etnik olarak farklıdır. Bu farklılıklar da ülkemiz içerisindeki yerli turizm ile ayrı kültürlerin iletişime geçmesine imkân tanımaktadır. Seneler süresince ekonomik bir değer bağlamında ülkemizin gelişmesine ve ekonomik kalkınmasına olumlu yönde olanaklar sağlamıştır. Gelişmiş ve gelişmekte olan birçok dünya ülkelerinde son yıllarda kişi başına milli hasılanın çoğalması, yaşam ve çalışma koşullarının iyileşmesine bağlı olarak toplumların kendilerine ayırdıkları zamanın artması ve gelişen teknoloji ile birlikte daha da kolaylaşan ulaşım imkânları insanlar üzerinde olumlu etkiler yaratarak onları gündelik yaşamın dışına çıkarmaktadır. Ekonomik duruma bağlı olarak insanlar sosyal, kültürel, psikolojik gereksinimlerini de dünya üzerinde yeni yerler, yeni kültürlerle tanışma ve keşfetme isteğini karşıladığından kültürel turlar sosyo-ekonomik faaliyetler haline dönüşmüştür denilebilir. Bu manada kültür turları ve

kültür turizmi dünyada aktif bir şekilde önemli bir pazar bölümünün liderleri arasında yerini almıştır. Şehir odaklı ve ülke odaklı olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

Şehir odaklı rolü; özellikle ülke ekonomisinin yanından şehirlerin ekonomik kalkınmasını da olumlu şekilde etkileyen sektörlerden bir tanesi de turizm sektörüdür. Herhangi bir ülke nezdinde herhangi bir şehirde turizm imkânlarının gelişmesi/geliştirilmesi, o şehrin diğer şehirler ile arasındaki oluşan dengesiz miktarlarının da azalması manasına gelmektedir. Turizm sektörünün gelişme göstermesi ile birlikte çeşitli yönlerden geri kalmış şehrin ekonomi alanına yeni kaynaklar ayrılacak, bu alanda istihdam alanları oluşacak ve doğrudan veya dolaylı bir şekilde bölge ekonomisinin katma değer oranı bu gelişmeye paralel olarak bir şekilde artacaktır. Turizm sektörü açısından şehrsel anlamda ekonomik kalkınma süreci etkilerinin tasvir edilmesinde ekonomik yararlarına eş zamanlı olarak bölgede yaşam kalitelerinin artmasına, kültürel değerlerin korunmasına, yerel kültür öğelerinin önemine, kültürel etkileşim ile birlikte kültürlerarası iletişime ve alt yapı yatırımlarının gelişmesine çeşitli faydalar sağlamaktadır. Ayrıca, olumlu etkilerini değerlendirmenin yanı sıra çeşitli olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Bunlar; çevre kirliliği, ekolojik dengenin bozulması, arkeolojik alanların tahribata uğraması, bölge de yaşamını sürdüren yerel halkın durumdan olumsuz etkilenmesi gibi etkileri bulunmaktadır.

Ülke odaklı rolü; Turizm sektörü, gelişen ve gelişmekte olan ülkeler adına ekonomik kalkınmanın başlaması veya istikrarı sağlamak, bununla beraber istihdam olanaklarını da arttırmak açısından başrol oynamaktadır. Ülkeler açısından bu görüşe dair farklı bakış açıları söz konusudur. Kimi ülkeler turizm sektörünün ne denli önemli olduğunu vurgular iken kimi ülkeler ise turizmin yeterince gelişim gösterdiği bölgede ekonomik getirisinden çok götürüsü olduğu düşüncesini ortaya atmaktadır [42]. Turizm sektörünün gelişmesi ile istihdam olanakları, milli gelirde artış, dış ödemeler dengesinin sağlanması, ülke gelirlerinin arttırılması ve diğer sektörlerle yansması ile birlikte yansıdığı sektörlerin gelişimine katkıda bulunması gibi olumlu etkileri görülmektedir. Olumlu yanlarının yanı sıra yaşam pratikleri ve tabii çevrenin özelinde çeşitli olumsuz tesirleri de gözlemlenmektedir. Doğru politikalar yürütülmediği ve gerekli tedbirler alınmadığı durumlarda, turistik faaliyetler yaşamın idame ettirildiği ekolojik dengeye zarar verdiği gibi sit alanlarının, solunan havanın, denizlerin kirlenmesine sebep olabilmektedir [43]. Turizmin olumlu ve olumsuz etkilerini şekil 2,1’de yer aldığı şekliyle açıklamak mümkündür.

Fayda/ Maliyet	Ekonomik	Sosyal	Çevresel
Olumlu etkiler	•Yeni ulaşım bağlantıları •Yeni rekreasyonel alanların geliştirilmesi •Alış-veriş olanaklarının genişlemesi •Gelir ve istihdam olanaklarının artması •Vergi gelirlerin artması	• Bireylerarası ilişki düzeyinde genişleme • Eğitim ve sağlık hizmetlerinde ilerleme • Kültürlerarası değerlerin tanınma düzeyinin artması	• Çevreye yönelik koruma bilincin artması • Flora ve faunanın korunması
Olumsuz etkiler	•Enflasyon •Altyapı yatırımı gereksiniminin artması, bu yatırımların çok pahalı olması ve bunu büyük oranda devletin üstlenmek zorunda kalması	• Trafik yoğunluğunun artması • Aşırı kalabalıklaşma • Suç oranında artış • Kültürel yozlaşma ve bozulmalar • Güvenlik problemlerinin artması	• Gürültü, hava ve su kirliliğinin artması • Doğanın tahrip edilmesi • Çöp, katı ve sıvı atık problemleri

Şekil 2.1. Turizmin olumlu ve olumsuz etkileri [44]

Şekil 2,1’de değerlendirilen olumsuz göstergelerin ortaya çıkması, sosyo-ekonomik, kültürel anlamlarda fayda sağlayan turizmin iyi kontrol edilmesinin önemini vurgulamaktadır.

2.5. Kültür Turizminin Tarihsel Gelişimi

Kültür olgusu turizm için her zaman bir önem arz etmiştir. Tarih boyunca ilk uygarlıklardan günümüze kadar süregelen kültürel izleri görme heyecanının yanında, insanoğlu kendi kültüründen farklı kültürleri de merak etmeye başlamıştır. Dolayısıyla merak güdüsünün de tetiklenmesi ile kültür turizminin gelişimi olanaklı bir hale gelmiştir [45].

Yazılı belgelerin tarandığında, seyahat olgusunu barındıran ilk metin İsa’dan Önceki 2000. zamana ait olan bir papirüs üzerinde yazılan yazıttır. Tarihi nitelik taşıyan bu belge, Mısır halkından olan rahip Wenamon’un, inancında yer bulan tanrı Amon’a adadığı bir gemi inşa

ederken gemi yapımında kullanılacak olan odunu (keresteyi) temin etmek üzere dönemin Kenan Yöresi'ne ettiği seyahatin günlüğü niteliğini taşımaktadır [46].

Roma Dönemi kayıtlarında ise Patrikiusların Yunan'a çeşitli eğitimler almak amacıyla seyahatler düzenlemekte olduğunu göstermektedir [47]. Ayrıca diğer yönde ise Mısır'da bulunan Nil Deltası'na ait ve merak uyandıran piramitleri görmek amacıyla da çeşitli kültürel seyahatler düzenledikleri saptanmaktadır. Lahit mezarlardan elde edilen ve anlamlandırılan resim, grafikler aracılığıyla döneme ışık tutulmuş ve seyahati gerçekleştirenlerin ailesi ile beraber bahsi geçen yerleri gezdikleri görülmektedir [48].

14. yüzyılın başlarında Rönesans ve reform hareketlerinin yayılması ile Ortaçağ'da özellikle dini ve ticari anlamda seyahatler önem arz etmeye başlamıştır. Dolayısıyla kültüre olan ilgi giderek artmış ve kültürel etkileşimlerde bu duruma paralel olarak artış göstermiştir. Farklı kültürleri tanıyan bireylerin deneyimleri, anlattıkları diğer bireylerde daha çok merak uyandırmış ve bu durumun neticesinde kültür amaçlı seyahatler giderek yaygınlaşmıştır [49].

17. yüzyılda İngilizler başta olmak üzere, 18. yüzyıl ve ortaları ile 19. yüzyılın sonlarında Avrupa'da, Kuzey Amerika'da ve Avustralya'da ulus-devlet düşünceleri ortaya atılmış ve bu anlayış kapsamında müze ve tarihi eser gibi ortak tarih anlayışlarında gelişme yaşanmıştır. 20. ve 21. yüzyıllarda işin içerisine kamu kurumları da dâhil olarak yatırımlarını kültürel yapılara yaparak kültürleşmenin önünü açtığı ve kültürel etkileşimlerini arttırmayı amaçladıkları görülmektedir [50].

Kültür turizminin örnekleri ile değerlendirildiğinde, tarihinin oldukça eskiye gittiğini söylemek mümkündür. Merak dürtüsü, öğrenme süreci ile başlayan hareket, üzerine farklı amaçları da eklemleyerek süreç içerisinde de gelişimler göstererek günümüz statüsüne ulaşmıştır.

2.5.1. Kültür turizminin gelişimi açısından kullanılan kültür varlıkları

Kültürel varlık olgusu muhteviyatına birçok husus dâhil olabilmektedir. Bu hususlar bir bakıma da bahsi geçen ülkenin kültürel miraslarıdır. Kültürel miras kapsamında; bölgede bulunan çeşitli yapılar, eğlence merkezleri ve doğal parkları, kültürel etkinlik merkezleri, gösteri alanları sayılabilir [51]. Günümüzde, farklı turistik bölgeler, çeşitlilik açısından farklı kültürel öğeleri ile pazarlanmaya başlamıştır.

Bu kültürel öğeler ise, tarihi alanlar/sit alanları, etnik bölgeler, ticaret merkezleri, müzeler ve ören yerleri, çeşitli sportif etkinlikler ve gezginlerin özel ilgi alanlarına yönelik organizasyonlardır [52]. Kültür ve Turizm Bakanlığı 1988 yılında, rehber olması amacıyla düzenlemiş olduğu “Bir Yörenin Turizm İmkânlarının Değerlendirilmesi İçin Rehber” adlı yayımlanmış kitapçığında “Kültürel Değerler” konusu kapsamı ve içeriğinde bu konu da alt başlıklar halinde sınıflandırma yapılmıştır. Bu sınıflandırma açıklamaları ile aşağıda sıralanmaktadır [25].

- Tarihi eserler başlığı altında bölgenin tarihini tasvir eden, geçmişten günümüze kadar uzanmış eserler yer edinmektedir. Bu eserler; camiler, hanlar, hamamlar, türbeler, su kemerleri, anıtlar, tarihi ağaçlar, tarihi çeşmeler, kervansaraylar, saat kuleleri olarak sayılabilir.
- Arkeolojik eserler başlığı altında ise bölge de geçmişte yaşamış farklı medeniyetlerden bugünlere gelen eserler olarak açıklanmıştır. Bu eserler ise; antik kalıntılar, kaleler, kale surları, amfi tiyatro, hamamlar, su kemerleri, su sarnıçları olarak sayılabilmektedir.
- Tarihi anlamı olan dini merkezler, geçmişte çeşitli tarih dönemlerine ait dini yapılardır. Bunlara örnek olarak; Camiler, türbeler, manastırlar, kiliseler, mabetler ve sinagoglar verilebilir.
- Müzeler ise, ülke veya gölgenin tarihi nitelikteki ve kültürel unsurlarını yansıtan taşınabilir/taşınamaz eser ve eşyaların sunulduğu açık veya kapalı mekânlar olarak tarif edilmektedir.
- Festivaller, takvim yılının belirlenmiş günlerinde planlanan ve organize edilen bir konu başlığında, söz konusu olan yerel veya uluslararası iştirake açık etkinlikler olarak ifade edilmektedir.
- Özel günler, sahip olduğu kültüre ait örf, adet gelenek ve göreneklerden veya dini inanışlardan kaynaklı, törensel niteliğini haiz olan günlerdir.
- Bölgeye ait yerel el sanatları başlığı içeriğinde ise halı-kilim dokumalar, toprak, çamur işleme, ağaç ürünleri işleme, bakır oyma, taş oyma ve mücevher işleme olarak sıralanmıştır.

Sıralamadan görüldüğü üzere kültürel turizm varlıklarının kapsamı oldukça geniştir. Kültürel turizm varlıklarını meydana getiren bileşenler; tarihi/sit alanları, festival etkinlikleri, özel etkinlikler, iş gezileri, dini alanlar, tarihi ve mimari yapılar, çeşitli spor etkinlikleri, kültürel ve yöresel yiyecek ve içeceklerden meydana gelmektedir.

2.5.2. Yerel kültürün turizm ürünü olarak kullanılması

Turizm amaçlı kullanılabilecek yerel kültürel varlıklar çok çeşitlidir. Yöresel müzikler, yerel danslar, sanatsal ürünleri ve geleneksel el sanatları, yöreye ait yiyecek ve içecekler kültürel ürünlere örnek teşkil etmesi bakımından sayılabilir. Kültürel ürünler, somut varlıklar ve elle tutulabilecek nitelikte olmak zaruriyetinde değildir. Bunlar; mimari bir yapı tarzı, giyim/kuşam tarzı ya da el sanatları somut kültürel ürünlere birer örnek iken halk dansları, bölgeye has olan kutlamalar, ritüeller ve ayinler soyut kültürel ürünlere birer örnektir.

Kültürel ürünler, belli bir bölge veya yöreye doğal şartlara ve doğanın sunduğu imkânlarla bağlı olarak farklılıklar göstermektedir. Diğer bir tanıma göre ise kültürel ürünler, bölgesel olan doğal ürünlerin işlenmiş bir halidir. Kültürel ürünlerin doğal yapılarda olmaları ve doğa imkânlarından temin edilmesi ise kaynakların aşırı tüketim eğilimi sonucu doğal kaynakların da bertaraf olması manasına gelmektedir. Ancak, kültürel ürünlerin planlı bir şekilde üretimi doğal kaynakların, dahası turizm sektörünün de uzun dönemde etkin ve efektif bir şekilde gerçekleştirilmesine imkân sağlayacaktır. İlgili fayda turizm sektörünün sürdürülebilirliği adına da önem arz etmektedir.

3. TÜRKİYE’DE KÜLTÜR TURİZMİ VE AHLAT İLÇESİ ÖRNEKLEMİ

Ülkemiz turizm hizmet sektörü, günümüzde bir ivme kazanmış ve hızlı bir değişim prosesi içerisine girmiştir. Haiz olduğu eşi benzeri olmayan turizm durakları ile Türkiye potansiyeli çerçevesinde sayıca fazla turist çekip daha çok turizm geliri kazanımı sağlayacak güçtedir. Türkiye’nin kültür turizm ürünleri ve kültür varlıkları bakımından ciddi derecede önemli kültürel değerlere ve öğelere haiz olduğunu ifade etmek mümkündür [2].

Türkiye’nin 2023 yılı için öngördüğü turizm stratejisi planlarında ana amaç, 2023 yılı için dünya genelinde turistlerin uğrak sayısının ve turizm gelirini arttırma kazanımında ilk beş ülke içerisinde bulunmaktır. Eylem planı çerçevesinde, 2023 yılında temel hedef 63 milyon turist sayısı, 86 milyar dolar ve üzeri turizm geliri ve 1350 dolar ortalama kişi başı turistik harcama hedef alınmıştır [53].

Ülkemizde 1980’li yılların son döneminden başlayarak yatak arzının düzenli bir şekilde artması seyahat acenteleri ve tur operatörlerini kâr marjı düşük olsa da satın alan kitlenin büyüklüğü sebebi ile toplamda daha fazla gelir kazanmalarına imkân sağlayan ve ayrıca daha az risk unsuru bulunduran tatil turizmine eğilim göstermeye başlamıştır [54].

Türkiye’de kültür turizmi seyahati gerçekleştirenler ile Türkiye’yi bu anlamda tercih eden yabancı ziyaretçilerin gerçekleştirdiği kültür turizmi ziyaretleri arasında kalite anlamında farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Ülkemizde kültür turizmine katılım sağlayan yerli gezginler ile ülkemizi kültürel etkinlik niyeti ile seyahat kapsamına alan yabancı gezginler arasında olan bu farkındalık oranı ülkemizin sosyo-kültürel ve ekonomik gelişmişlik seviyesi ile alakadar olduğu söylenebilir [55].

Türkiye, kültürel bakımdan vasi bir varlığa haiz olmasına karşın Avrupa ülkeleri kadar bu avantajdan yararlanamadığı ve kültür turizmi perspektifinden arzuladığı noktalarda olamadığı görülmektedir. Bu durumun sebeplerinden bir tanesi, pazarlama seçenekleri ve kaynak kısıtlılığından dolayı en cazip etmeni tatil turizmi üzerine yoğunlaşmasıdır. Türkiye’nin kendine has gelenek, görenek, örf, adet, gastronomi, tarih, müzik, din, mimari yapı, sanat, resim, el sanatları, folklor, festivaller, mitolojik efsaneler ve tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmasına karşılık, ülkede kültür turizmi kapsamında müze ve ören yerleri ziyaretinden daha fazla öteye gidememiştir [35].

3.1. Ahlat İlçe Profili

Ahlat ilçe profili altı kısımda açıklanmıştır.

3.1.1. Ahlat ilçe tarihi

Ahlat ilçesi Doğu Anadolu Bölgesinin, Yukarı Murat–Van Bölümü’nde, Süphan ve Nemrut dağları arasına konumlanmış ova üzerinde yerleşmiş, Bitlis vilayetine bağlı, 34.000 nüfusa sahip merkez bir ilçedir [56]. Asya’dan Avrupa’ya ulaşan yolların istikametinde bulunması, Doğu Anadolu’nun sert ve çetin iklimine karşın ılıman iklimi, verimli toprakları ve su kaynaklarının bolluğu dolayısı ile tarih boyunca her dönemde coğrafyadaki büyük güçlerin ilgi odağı olmuştur. Bu ilgi odağı olmasının dezavantajı olarak süreç boyunca işgallere ve yağmalamalara uğramıştır. Tarihte uzunca bir dönem Türklerin Anadolu bölgesini yurt edinme hareketliliğinin en önemli tanığı olan ve coğrafyasında döneme ait özel izleri 1000 yıldan fazladır büyük bir ihtişamla koruyan Ahlat, unutulmuşluğa zerk edildikçe direnmiş,” Ben Anadolu Türk tarihinin en özel ve önemli tanığıyım.” mesajını tekrar edip durmuştur [56]. Ahlat ilçesinde, Urartular dönemi ve bu dönemden önceki dönemler ile alakadar kayda değer araştırma yapılmamıştır.

Urartular tarihte Tuşba şehrini başkent olarak kullanmışlardır. Dahası; Anadolu bölgesinde Urartuların hükümlerini Asurlulardan aldıkları bilinmektedir. Dolayısıyla Ahlat ilçesi adına, Urartular döneminden önce Asur hakimiyetinin bulunması gerekir. Urartu Devleti Anadolu’da hüküm sürdüğü dönemlerin sonlarında mücadele anlamında zayıf kalınca bazı yerleşim yerlerini M.Ö. 6. yüzyıldan başlarında Medler’in eline bırakmak durumunda kalmışlardır [57]. Daha sonraları da Persler bölgede hüküm sürmeye başlar. Perslerin hüküm sürdüğü dönemde, Makedon Kralı Büyük İskender ile savaşa girer ve savaşı kazanan Büyük İskender, Perslerin elinde olan Anadolu topraklarının yanı sıra Ahlat’ı da hükümdarlığı altına alır. Ahlat M.Ö. 328 tarihinde İskender’in Babil Satrabı Slevkos’a bağlanır. 395 tarihinde ise Büyük Roma İmparatorluğu’nun ikiye bölünmesinden sonra Ahlat, Doğu Roma İmparatorluğu olduğu hükümdarlık sahasındaki topraklara katılır [58].

639-640 yıllarının başlarından coğrafyayı Müslüman Arap İmparatorluğu hakimiyetine katmak isteyen Halife Hz. Ömer, Halit Bin Velid’i bu coğrafyaya gönderir. Ahlat bu şekilde de feth edilir [59].

Bölge de Müslüman Arap İmparatorluğunun yönetimi zayıflayınca yer tekrar Doğu Roma İmparatorluğu'nun topraklarına katılır. 1040 yılının başlarından itibaren Büyük Selçuklu Devleti'nin kurulmasını sağlayan Selçuk Bey'in torunları Tuğrul Bey ve İbrahim Bey, Azerbaycan ve civarını topraklarına katar iken eş zamanlı olarak Ahlat'ı da topraklarına katar [57]. Ahlat 1061 yılından itibaren ise Asya topraklarından Anadolu topraklarına göç hareketi gerçekleştiren ve kendilerine yeni ve yaşama elverişli bir yerleşim yeri edinmek isteyen Türk toplulukları tarafından ele geçirilir [60].

3.1.2. Ahlat ilçesinin coğrafi konumu

Ahlat, Doğu Anadolu Bölgesi'nde konumlanan Bitlis ilinin bir ilçesidir. Bitlis ili konum olarak Doğu Anadolu Bölgesinin güney kısmında, Van Gölü tarafında ve dahi tarafında ise gölün güney ve batı kıyılarında yer almaktadır. Komşu illeri ise; Ağrı, Muş, Batman, Siirt ve Van'dır. Bitlis komşu illerinden Siirt iline 97 km, Van iline 170 km, Batman iline 138 km, Muş iline 85 km, Ağrı iline ise 243 km uzaklıktadır. İzdüşümü 8010 km², harita gerçek alanı ise 8551 km²'dir [60]. Ahlat ilçesi, Doğu Anadolu Bölgesi'nin coğrafi bağlamda önem arz eden Bitlis şehrinin doğal güzellikleri, kültür varlıkları ve tarihi geçmişi ile ön plana çıkmaktadır.

Ahlat İlçesi, Bitlis il perspektifinden değerlendirildiğinde ise il merkezinin kuzeybatısında yer almaktadır. İlçenin doğu kısmında Adilcevaz, batı kısmında Güroymak ve Korkut, güney kısmında Tatvan, kuzey kısmında ise Bulanık ve Malazgirt ilçeleri bulunmaktadır [60]. İlgili ilçeler civar ilçeler arasından Ahlat ilçesi ön plana çıkmaktadır.

Ahlat, Doğu Anadolu bölgesinin yukarı Murat-Van bölümünde yer bulmaktadır. Etrafı yüksek dağlarla çevrilmiş, Van Gölü kıyısına doğru eğimli ovalar üzerinde kurulmuştur. Nemrut ve Süphan dağlarının arasında yer bulmuş Ahlat ilçesinin arazisi, Van Gölü'nün kıyı şeridinden başlayarak, dağlık bölgelere değin uzanan geniş bir ova oluşturmaktadır. İlçe dağlık kesim olarak, en yüksek kesimi güneybatıdaki Nemrut Dağı'dır. Bu bölgede bulunan krater gölü Türkiye'nin en büyük, dünyada ise sıralamaya girmiş sayılı krater göllerindendir [60].

Ahlat'ın merkezine 15 köy bağlıdır. Ayrıca Ahlat ilçesi sınırlarında Yeniköy ve Akarak isminde iki adet de mezra bulunmaktadır [60].

3.1.3. Ahlat ilçesinin demografik yapısı

Ahlat nüfus sayısı 2021 yılı verilerine göre 42.131 kişidir. Bu nüfus sayısı, 21.973 kişisi erkek ve 20.158 kişisi kadın nüfusundan oluşmaktadır. Yüzdesel olarak değerlendirildiğinde ise

toplam nüfusa oranla: %52,15 erkek, %47,85 kadındır [61]. Yıllara göre nüfus dağılımı tablo 3,1’de gösterilmiştir.

Tablo 3.1. Yıllara Göre Ahlat Nüfusu [61]

Yıl	Ahlat Nüfusu	Erkek Nüfusu	Kadın Nüfusu
2021	42.131	21.973	20.158
2020	41.633	21.493	20.140
2019	40.699	21.068	19.631
2018	40.806	21.381	19.425
2017	39.371	20.139	19.232
2016	39.171	20.104	19.067
2015	38.622	19.824	18.798
2014	38.121	19.563	18.558
2013	37.872	19.522	18.350
2012	37.358	19.213	18.145
2011	36.577	18.795	17.782

3.1.4. Ahlat ilçesinin ekonomik ve sosyal yapısı

Ahlat ilçesi tarihi süreç boyunca ticaret yollarının geçiş noktasında konumlanmasının avantajlarını yakından hisseden bir şehirdir. Ayrıca Van Gölü’ne kıyısı olması da ilçeye tarımsal ekonomi açısından pozitif bir ayrıcalıkla tarımsal sulama imkânı ve oldukça verimli topraklar sunmuştur.

Ahlat ilçesi, sulama imkanlarının bol olması ve verimli topraklarının çokluğu ile tarımsal ürünlerin elde edilmeleri için elverişli bir coğrafi konuma sahiptir. İlçede bulunan tarım arazilerinin yaklaşık olarak yarısı tarımsal ürünlere elverişli olmasına karşın günümüzde tarımsal arazilerin, kullanım oranı %32,7' dir. Kullanılan tarımsal arazilerin ise %90'ı kuru tarım ile, %10'u ise sulamalı tarım bağlamında değerlendirilmektedir. Ahlat ilçesi nezdinde arazi kullanımı konusunda dikkat çeken bir husus ise arazilerin yarısından fazla miktarı mera alanlarından (%60,3) oluşmasıdır. Genel olarak değerlendirildiğinde ise Ahlat ilçe ekonomisi, ekip, biçmeye dayanan tarım ve hayvancılık endeksli sektördür. İlçede mevcut tarımı yapılan ve tarımsal alanlardan elde edilen en temel ürünler buğday, patates ve şeker pancarıdır [58].

3.1.5. Ahlat ilçesinin iklimi

Ahlat, coğrafi konum olarak Doğu Anadolu Bölgesi'nde yer bulmasına karşılık Doğu Anadolu Bölgesi'nin coğrafi özelliklerinden farklı bir iklim tipini sergilemektedir. Ahlat ilçesinin iklimi bir geçiş iklimine bağlı olarak ılıman iklimle, karasal iklim arasında bir özelliğe haizdir. Bu durumun gerçekleşmesinde Ahlat ilçesinin üç tarafının dağlarla kaplı olması, Van Gölü'nün kıyı şeridinde yer alması ve güney kısmında doğru eğimli yamaçlar olması etkilidir. Bu hususta Van Gölü'nün etkisi, kıyısına paralel olan diğer tüm yerleşim yerlerinin benzeri şekilde Ahlat ilçesinin de ılıman bir iklim yapısına bürünmesinde en önemli unsurdur [60]. Ahlat ilçesinin rüzgâr profiline bakıldığında ise; bölgeye hâkim olan rüzgâr etkisi kuzeybatı yönünden gelmektedir. Kış aylarında bu yönden esen rüzgârların etkisi daha çok görülmektedir. Yaz aylarında görülen rüzgârlar ise güneydoğu yönünden, Van Gölü etrafından esmekte olan rüzgârlar şeklinde kendini hissettirmektedir [60].

3.1.6. Ahlat ilçesinin kültür varlıkları

Ahlat, tarihi anlamda Selçuklular döneminden kalan ve günümüze kadar uzanan tarihî mezar taşları diğer tabiri, lahit mezarlar ile Türk tarihi ve Türk kültürü açısından önem arz etmektedir. İlçede lahit mezarlar adı altında kümbet mezarlar bulunmaktadır. Lahit, kümbet mezarlar kendine has özelliklerinin yanı sıra Ahlat ilçesine has taş işçiliğinin önemli bir örneğini göz önüne çıkarmaktadır [62]. Türkiye'de tarihi ve kültürel zenginlikleri kapsamında önemli bir yer tutan Ahlat, bilhassa Selçuklu dönemi kültürü bakımından pek çok sayıda kültürel eserlerini geçmişten günümüze taşımaktadır. Kültürel varlıklar 7 ana madde şeklinde ele alınmıştır.

- **Mezarlıklar;** Mezar taşları tarih boyunca en çok bulunan kültürel unsurlardan bir tanesidir. Türkler tarihin her döneminde mezar taşı geleneklerine ayrı bir önem vermişlerdir. Eski Türk tarihinden itibaren kültür unsurlarından biri de taştan

yapılmış balballar ve insan formunda yapılan heykellerdir. Gelenek haline gelmiş bu duruma 6. yüzyıl itibari ile Türklerin kült merkezlerinde ve kurganlarında da rastlanılmaktadır. 11. yüzyıldan itibaren ise Anadolu bölgesine göç hareketini gerçekleştiren Türk boyları kendilerine has bu göreneği beraberlerinde Anadolu'ya getirmişlerdir [63]. Türk topluluklarının İslam dinine geçişi ile taştan heykeller ve balbal görenekleri de değişime uğramıştır ve bu geçişle yerini mezar taşlarının aldığı düşünülmektedir. Ahlat ilçesinde bu özelliklere sahip 6 tane değerli olan mezar vardır. Bu mezarlıklar; Ahlat Selçuklu Mezarlığı, Kırklar Mezarlığı, Süleyman Tahtı Mezarlığı, Kale Mezarlığı, Harabeşehir Mezarlığı ve Erkizan Mezarlığı adları altında 6 adettir. Bu yazılan mezarlıklar arasında en önemlisi olarak addedilen Ahlat Selçuklu mezarlığıdır. Bu mezarlık 210.000 m² alan ile Türkiye'nin sahip olduğu tarihi anlam ifade eden en büyük İslam mezarlığıdır [64].

- **Kümbet ve Türbeler;** Orta Asya Türk geleneklerinde kurgan olarak anılan anıt şeklinde mezarlar Türk İslam sentezi ile türbe ve kümbet olarak adlandırılan iki farklı mimari yapı şekli ile devam etmiştir [65]. Ahlat ilçesinde bulunan kümbetler, Türk göçebe kültürünün bir yansıması olarak göçebe kültürün unsuru olan çadıra benzetim modeliyle inşa edilmiştir. İlçede olan mevcut kümbetler Emir Ali Kümbeti dahil olmadan iki katlı olacak şekilde inşa edilmiştir. Alt katında mezar odası olarak tasarlandığı üst katta ise ibadet gerçekleştirmek gayesi ile tasarım yapıldığı görülmektedir. Kümbetlerin mezar oda kapılarının doğu yönüne baktığı görülmektedir. Doğü yönüne bakış nedeni ise, bu yönün aydınlık ve ferahlık getireceğini yansıtmamasından geldiği düşünülmektedir [59]. Ortaçağ döneminde Kubbet-ül İslam olarak anılan üç büyük İslam şehirlerinden bir tanesi olarak bilinen Ahlat'ta, Ahlat taşının işçiliği ile yapılan Selçuklu dönemleri, İlhanlı dönemleri, Karakoyunlu dönemleri ve Akkoyunlu dönemlerine haiz 14 tane kümbet bulunmaktadır. İlçede bulunan en çok ön plana çıkan kümbet ve türbeler; Alimoğlu Hırşım Kümbeti, Erzen Hatun Kümbeti, Emir Bayındır Kümbeti, Bugatay Aka Şirin Hatun Kümbeti, Keşiş Kümbeti, Hüseyin Timur- Esen Kümbeti, Hasan Padişah Kümbeti, Mirza Bey Kümbeti, Usta Şakir Kümbeti, Abdurrahman Gazi Türbesi, Şeyh Necmeddin Türbesi, Emir Ali Türbesi ve Dede Maksut Türbesi'dir [59].

- **Cami ve Mescidler;** İlçede Büyük Selçuklu dönemi ve Osmanlı döneminden kalan 2 adedi normal, bir adedi ise yıkık şekilde 3 tane tarihi cami ve 1 adet tarihi anlam ifade eden mescid bulunmaktadır. Bu eserlerin tamamı Ahlat taş işçiliği yapılmıştır. Bunlar; Kadı Mahmut Cami, İskender Paşa Cami ve Bayındır Mescidi halen ibadete gerçekleştirmeye açıktır. Ancak bir diğer tarihi nitelik taşıyan Ulu Cami'nin yıkıntı sonucu kalıntılarına rastlanılmaktadır.
- **Ahlat Mağara Evleri;** Ahlat'ın köyleri ve köylerinin civarı yakınındaki yerleşim merkezlerinde, pek çok sayıda mağara bulunmaktadır. Söz konusu mağaraların tarihsel süreç içerisinde, Neolitik Çağdan günümüze değin uzandığı düşünülmektedir. Yöntem olarak oyma yöntemi ile yapılan mağaralar, tek veya çift katlıdır. Aralarından bazılarının ise galeri tarzında yapıldığı görülmektedir [59].
- **Köprüler;** Ahlat ilçesinde 2 adet tarihi anlam ihtiva eden köprü bulunmaktadır. Söz konusu köprüler; Bayındır Köprüsü ve Tahtı Süleyman Köprüsü'dür. İki köprünün de hangi dönemlerde kim tarafından tasarlandığı veya inşa edildiği kesin bir şekilde bilinmemektedir. Tahminlere dayalı olarak Bayındır Köprüsü'nün 13. yüzyıla, Tahtı Süleyman Köprüsü'nün geçmişinde de 15. yüzyıla dayandığı düşünülmektedir [66].
Ahlat Bastonu; İlçede günümüzde oyma, kakma, taş ve kemik işleme teknikleri ile yapılan baston yapma gelenekleri geçerliliğini sürdürmektedir. Baston yapımı için yoğun olarak yörede yetişen ceviz türü sağlamlığı nedeniyle tercih edilmektedir. Kolay işlenebilme ve yumuşak bir yapıya haiz olması da diğer tercih sebepleridir. Estetik ve şıklığın bir arada görüldüğü Ahlat bastonu adına en belirgin özelliğini, gövdesinde mevcut olan süslemeler ve çeşitli motifler oluşturmaktadır [59].
- **Ahlat Müzesi;** İlçede bulunan müzede ilk tunç çağından, geç demir çağından, Urartu döneminden, Roma-Bizans dönemlerinden, Selçuklu döneminden ve Osmanlı döneminden günümüze kadar uzanan etnografik ve arkeolojik eserler yer almakta ve ziyaretçilerine sunulmaktadır. Sergilenen bu eserler başlıca; küpler, eski tarihi kaplar, kepeçler, pipo, kemerler, saç tokaları, çeşitli tarihi simgeleyen bilezikler, dönemlere ait takılar, kılıç, kama, farklı dönemlere ait sikkeler, paralar, mezar kalıntıları ve mozaikler yer almaktadır [59].

3.2. Bitlis İli Ahlat İlçesi Turizmi

3.2.1. İlçe turizm arzı ve talebi

Bitlis ilinin yıl bazında, konaklama yapan gezgin kitlesinin nitelikleri, kısmen istatistiki verilere, genellikle de yerinde elde edilen done ve gözlemler dayanak alınarak değerlendirilmiştir. Bitlis ili turizm talebi ülke değer parametrelerinin çok altında kalmaktadır. Turizm talebini oluşturan turist profilinin yerel gezginlerden oluştuğu anlaşılmaktadır [67]. Durum hâlihazırda turizm potansiyeli perspektifinden incelendiğinde, Bitlis ili nazarında turizm kapsamı büyük ölçüde kültürel turizm olgusuna dayanmaktadır. İldeki turizm potansiyeli tarihi, arkeolojik, kültürel, mimari eserler ile doğal kaynakların seyahat edilip görülmesi şeklinde meydana gelmektedir. Özellikle Ahlat ilçesindeki mimari, tarihsel ve kültürel yapıtlar, yine bölgede bulunan Nemrut Dağının doğal değeri, Van Gölü kıyı şeridi adına kıyı turizmi imkanları turistler için başlıca çekici faktörler arasında yer almaktadır. Bu kültürel ürünler özellikle yabancı turistler nezdinde ilgi ile karşılanmaktadır.

Ahlat ilçesine gelen yabancı gezginler, büyük oranda, tur organizasyonları kapsamında gelmektedir. Ahlat ilçesi Doğu Anadolu Bölgesi tur destinasyonu üzerinde bulunmaktadır. Bölgede turizm konaklama olgusu Doğu Anadolu Bölgesi turunun bir parçası olmaktan öteye gitmemektedir [67].

Ahlat ilçesine gelen gezgin kitlesinin nitelikleri;

Tur organizasyonlarının kapsamının ağırlıklı olarak yerli gezginlerden/turistlerden oluştuğunu ifade etmek yerinde olacaktır. Tur organizasyonları kapsamında gerçekleşen gezi talepleri değerlendirildiğinde ise genellikle Bitlis ili ile birlikte çevre illeri de kapsadığı, kaplıca turizmi, mesire-piknik gayeli ve kıyı kullanımı amaçlı olduğu görülmektedir. Bu durumun yanı sıra ziyaret kapsamının; Tatvan'da bulunan askeri bölgelerine gelen ziyaretçilerinden oluştuğu anlaşılmaktadır.

Ahlat ilçesindeki mimari, kültürel ve tarihsel yapıtların seyahat edilip görülmesini dayanak oluşturan kültürel turizm talebi ve kamu kuruluşlarının bölge esaslı çalışmalarından doğan talepler de yerli turizm talebinin önemli bir parçası konumundadır. Yerli turizm talebi, tur organizasyonlarına bağlı kalmaksızın daha çok bireysel talepler olarak gerçekleşmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde ise Ahlat ilçesinin Doğu Anadolu Bölgesi turlarından kararınca pay alamaması ile göze çarpmaktadır. Bir amaç olarak, bölgeye yapılan tur organizasyonlarının sayı bağlamında artırılması ve bölümünün direkt olarak sadece Ahlat

yöresine yönelik olarak düzenlenmesi, Ahlat ilçesinin kültür turizm potansiyelinin önemini ve ağırlığını ön plana çıkaracaktır [67].

3.2.2. İlçenin turizm kazanımları

Ahlat'ta bulunan dinsel yapı eserlerinden geçmişten günümüze kadar uzananlar; mezar kalıntılarına göre daha sonraki dönemler ile ilişkilendirilmektedir.

İlçede çoğu 13. yüzyıldan kalmış 14 adet Kümbet, Osmanlı egemenliğine ait 1 adet Roma-Bizans İmparatorluğu ve Selçuklular tarafından kullanılmış 1 adet olmak üzere 2 adet kale, Selçuklular döneminden bugüne gelen 5 adet tarihi mezarlık, yine Osmanlı döneminden gelen 1 adet tarihi mezarlık, Osmanlı döneminden günümüze uzanan 2 adet cami, çeşitli beylikler döneminden kalma 2 adet kümbet Osmanlı döneminden bugüne uzanan 1 adet hamam, Akkoyunlu döneminden kalan 1 adet köprü günümüz bağlamında ayakta durmuş taşınmaz kültür varlıklarımız olup, Ahlat ilçesinde bulunan Müze Müdürlüğü ise ilin tek müzesidir [33]. Müze Müdürlüğünün sergilediği varlıklar arasında Roma-Bizans-Selçuklu-Osmanlı döneminden kalma çeşitli sikkeler, tarihin geçmiş dönemlerine ait çok renkli çanak ve çömlekler, Urartu dönemine ait bronzlar, saç tokaları- elbise iğneleri, Urartu dönemine ait törenlerin kemerleri, Roma-Bizans dönemine ait bayan kolyeleri, çeşitli parfümlerin kapları, Ahlat Selçuklu dönemine ait insan-hayvan- yazı taklidi süslemeler, özel teknikler ve yöntemler ile yapılmış sırlı seramikler, hayvan formunda yapılmış kap tutamakları, eczacılıkta kullanılmış çeşitli kaplar, Osmanlı imparatorluğunun son dönemlerinde sıklıkla kullanılmış etnografik kap ve kacak çeşitleri görülebilir [33].

İlçeye ait taşınmaz kültür varlıklarından olan en çok üzerinde durulan taşınmaz eseri ise Selçuklu ve Beylikler dönemlerinde kullanılmış Meydanlık Mezarlığı'dır. Yaklaşık 200 dönüme yakın bir alanı kaplamaktadır. Bu mezarlıkta Şahideli-Şahidesiz-Sanduka mezarların yanı sıra Stupa tarzında Orta Asya Türk topluluklarında bulunan mezar tipleri olan oda tarzı yeraltı mezarları da görülmektedir [60]. İlçe adına diğer önem arz eden taşınmaz eser ise kümbetlerdir. Kümbetler Stupaların İslamiyet'in etkisi altında gelişme göstermiş yeraltı mezar odası üzerine kurulmuş olan ve üzerine küçük bir mescit eklenen beyler ve beylik yöneticilerine ait anıtsal mezarlardır. Ahlat'ın diğer önemli eserlerinden bir tanesi olan Sahil Kalesi Osmanlı İmparatorluğu dönemlerinde genişletilmiştir [59]. Ahlat'ta bahsi geçen inşaların dışında çeşitli referanslarda olduğu ifade edilen ve sözü geçen pek çok dini ve kültürel mimari inşalar dönem dönem yaşanan istilalar, yıkım hareketleri, su baskınları ve depremler dolayısıyla bugüne ulaşamamıştır. Ancak yazıtı bulunmamasına karşın Akkoyunlular döneminden kaldığı tahmin edilen İki Kubbe Mahallesi civarındaki Emir Bayındır Köprüsü ile Taşdirek olarak bilinen

bölgedeki Emir Bayındır Yazlık Köşkü ‘ne ait kalıntılar, Ahlat ilçesinin bilinen ve günümüze ulaşabilen diğer önemli yapıtlarıdır [60].



4. MATERYAL VE METOT

4.1. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma tasarımı nitel bir araştırma olarak planlanmıştır. Nitel araştırmaya yönelim sebebi ise farklı perspektifleri irdelemek ve farklı bakış açılarının sebeplerini ortaya çıkarmaktır. Bireylerin yaşam pratiklerini, tutum ve davranışlarını, örgütsel iletişim yapılarını ve toplumsal olarak gerçekleşen değişimlerini çözümleme amacıyla bu hususlarda bilgi toplama, üretme periyotlarına nitel araştırma denilmektedir [68]. Merkezinde insan olan, o evrende kendisi ve/veya kendi etrafını algılarının nasıl olduğu ve tanımlamalarını nasıl yaptığını bulmaya yönelik gösterilen çabalara nitel verilerin analizi denilmektedir.

Araştırmanın evreninde nitel bir çalışma kullanılması dolayısı ile veri toplama aracı olarak da nitel araştırma yöntemlerinden biri olan görüşme yöntemi seçilmiştir. Görüşme yönteminin tercih sebebi ise kazanımı istenen verilerin ölçekli sorular sorulması sonucu elde edilmesinin mümkün olmayışıdır. Çalışmaya ait araştırma doneleri nitel araştırma yöntemlerinden biri olan görüşme yöntemi ve internet üzerinden tur organizasyon firmaları, yerel otoritelere iletilmiş yazılı sorular sonucu elde edilmiştir. Araştırmada ilk seçenek olarak, yazılı sorular seyahat/tur organizasyon firmalarının sorumlularına gönderilmiştir. Bu soruların gönderilme gayesi, bölgeye ait düzenlenen/düzenlenecek olan kültür turlarının mevcut potansiyelini araştırmaktır. Ayrıca, Ahlat ilçesine kültür turu organize eden tur organizasyon firmalarına görüşme yapılacak hususlar önceden hazırlanma süreci gerektirdiğinden görüşme gerçekleştirilmeden önce sorular yazılı bir şekilde gönderilmiştir.

Araştırmada ikinci seçenek olarak Ahlat yöresinde iki farklı kesime hitaben görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Mülakatlar yerel turizm otoriteleri ve yerleşik halk ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada farklı görüşler ve çok yönlülük üretmek adına seyahat acenteleri, yerel turizm otoriteleri ve yerleşik halk olmak üzere üç farklı kesime hitap edecek katılımcılar seçilmiştir. Üç ayrı grubu temsil eden katılımcılar sırasıyla; yerel turizm otoritelerini temsilen Ahlat İlçe Belediyesi'nin Kültür ve Turizm Bölümü sorumlusu, seyahat acentelerini temsilen TÜRSAB bölge müdürü ve ayrıca yerel halkı temsilen, kendisi de yerel halktan biri olan ve kültürel ürünleri hizmet sektörüne dahil eden yerli esnaftır. Dolayısıyla araştırmada hem yerel yönetim otoritelerinin hem yerel halkın hem de turizm sektörü adına iş görenlerin fikirleri alınmaya çalışılmıştır.

4.1.1. Görüşme sorularının hazırlanması

Mülakat özelinde sorulacak sorularının hazırlanma sürecinde ulusal ve uluslararası literatürler taranmış ve emsal olabilecek araştırmaları gerçekleştiren çalışmaların suallerinin içeriği incelenmiştir. Araştırma hususunda en kapsamlı bilgiyi sağlayacak şekilde tanım ve ifade anlamında kazanım elde edebilecek sorular oluşturulmaya çalışılmıştır.

Mülakat soruları ile farklı bakış açılarını açığa çıkarmak amaçlanmıştır. Bu nedenle yerel turistik işletme sahibi ve aynı zamanda yerel halkın içinden biri olan işletme yöneticisinden ve yerel turizm otoritelerinden verilere ulaşmak gayesi ile oluşturulmuştur. Yerel turizm otoritelerinin dışında yerel halktan olan işletme sahibinin de araştırma kapsamına dâhil edilmesinin sebebi, yerel halkın kültür turizmi olgusunu nasıl karşıladığını ve bu durumu nasıl yorumladığını, kültür turizminde yerel kültür ürünlerinin kullanmasına ne denli önem verdiğini araştırmaktır. Yine yerel halktan olan işletme sahibinin ilgili turizmin, ekonomik getirisinin kazanımının ne olacağını ve yerel turizm otoritelerinin yerel halkla ve tur organizatörleri ile iş birliğini ne derecede başarabildiklerini tespit etmek oluşturmuştur.

Yerel turizm otorite yetkililerine yöneltilen sorular ile kültür turizmi bağlamında neler yapıldığını, kültür turizminde yerel kültürün ürünlerinin kullanıp kullanılmadığını, bölge için oluşturulan turizm planlamalarının, gelişmesi/geliştirilmesi adına neler yapıldığını ve turistlere dönük farklı turizm stratejileri olup olmadığının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

Bölge adına tur organizasyonları düzenleyen seyahat acentelerine yönelik araştırma 26 tane açık uçlu sualden oluşmaktadır. E-posta aracılığıyla sorular, 13 adet tur organize firmasının yetkililerinin mail adreslerine gönderilmiştir. Sorularda Ahlat ilçesi kültür turizmi kapsamında neler yapıldığını, bölgeye yönelik turist istek ve taleplerinin neler olduğunu, tur organizasyonu esnasında yerel kültürün tanıtımının yeterli derecede yapılıp yapılmadığını, kültür turizm potansiyelinin farkındalıklarının tespit edilmesi amaçlanmıştır.

4.1.2. Araştırmanın kapsamı

Araştırmanın bir kısmı Ahlat ilçesindeki kendisi de yerleşik halk vasfında olan ticari işletme sahibi ve yerel turizm otoriteleri ile mülakat şeklinde gerçekleştirilmiştir. Mülakatlar, yerel işletme yöneticisi ve yerel otoriteleri ile yapılan ön görüşmeler dâhil edilmeden 1-8 Ağustos tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Mülakat yapılan işletme yerel kültür öğeleri satan 'A....B...', Ahlat ilçe belediye kültür ve turizm bölümü yetkilileri ve TÜRİSAB bölge temsilciden oluşmaktadır. Ahlat ilçe belediyesi kültür ve turizm bölümü yetkilileri ile mülakat

yapılmadan önce telefon görüşmesi yapıp, randevu talebi oluşturulmuş ve bu talebe karşılık görüşmeler belediye binasında toplantı salonunda gerçekleştirilmiştir.

‘A....B....’ işletmesi sahibi ile görüşme ilçe merkezinde bulunan işletmenin yerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında yapılan mülakatlar ses kaydı alma ve not tutma şeklinde gerçekleştirilmiştir. Yerel yetkililer ile gerçekleştirilen görüşmeler/mülakatlar yaklaşık 90 dakika bandında sürmüştür. İşletme sahibi ile gerçekleştirilen görüşme/mülakat ise yaklaşık 40 dakika bandında gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın bir diğer kısmında Ahlat ilçesine kültür turları düzenleyen tur organizatörlerine internet aracılığıyla yazılı sorular gönderilmiştir. İlk seçenek olarak, Ahlat ilçesine kültür turları hizmeti sunan yerel tur operatörlerini bulmak adına internet taraması yapılmıştır. İnternet taraması sonucu karşımıza çıkan, Ahlat ilçesi kültür turları düzenleyen 13 tur operatörü tespit edilmiştir. Bu firmalar ile telefon görüşmeleri gerçekleştirilmiş ve e-posta aracılığı ile araştırma soruları taraflarına yönlendirilmiştir.

Soruların yöneltildiği tur firmaları *Bu... Tur, Ay..Tur., Jo...Tur, Tu...com, Pa...To..., Fe. Tr..., Aya...Tur, Ey.. Tur, Va.. der., Bi...com., Fo...com, Ah....der., Me.. Tur*’dan oluşmaktadır. Bazı firmalar cevap göndermemiştir. Cevap göndermeyen tur firmaları ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yazılı sorulan sorular telefonla ön görüşmeler dâhil edilmeden 10-22 Haziran 2022 tarihleri arasında cevaplanmıştır.

Tur firmalarının internet sayfalarında bulunan bilgilere göre tüm firmaların Ahlat ilçesine kültür turu organizasyonları yer almaktadır. Gerçekleştirilen telefon görüşmeleri ve gerekli yazışmalar sonucu tur firmalarının verdiği bilgiler ile organizasyonlar hakkında yeni ve farklı bilgiler tespit edilmiştir. Bu konuda çalışma yapan bazı firmalar kendilerinin bölgeye direk tur organizasyonu yapmadıklarını, diğer tur firmaları ile organize olup onların paket turlarının satışı ile ilgilendiklerini belirtmişlerdir. 2 adet tur firması diğer tur firmalarından tur satın aldıklarını söylemiştir. 3 adet tur firması telefonlara ve sorulara dönüş yapmamıştır. Geriye kalan Ahlat ilçesi kültür turları satan/düzenleyen 8 adet tur firmasından geri dönüt alınmıştır.

4.1.3. Araştırmanın sınırlıkları ve sayıtları

Araştırmanın sınırlılıklarını şu biçimde ifade etmek yerinde olacaktır;

- ✓ Çalışma; Bitlis İli, Ahlat ilçesi ile sınırlandırılmıştır.
- ✓ Çalışma; Ahlat ilçesi, 2002-2022 yılları arası paydaş ve turist profili ile sınırlandırılmıştır.

- ✓ Araştırma, farklı mevsimleri kapsadığından coğrafi sınırlılıklar, iklim ve ulaşım güçlüklerinin yaşanma ihtimalleri öngörülmektedir.
- ✓ Araştırmada; çalışma sadece Ahlat ilçesi, minvalinde yapıldığından, araştırma sonuçlarının mevcut diğer kültür turizmi çalışmaları ile genellemesi olası ve etik çerçeveye uygun değildir.
- ✓ Araştırma, Ahlat ilçesi, turizm paydaşları ile sınırlandırılmıştır.
- ✓ Araştırma, Ahlat ilçesinde, aktif tur düzenleyen acenteler, en az bir kez turistik amaçla gitmiş katılımcılar ve yerel idare yöneticileri ile sınırlandırılmıştır.
- ✓ Araştırma, husus ile alakadar ulaşılabilen kitlelerden elde edilen veriler ile sınırlıdır ve bu duruma eş zamanlı olarak da sınırlı örneklem grupları için anlam ifade etmektedir.

Yapılan araştırmanın varsayımlarını ise şu şekilde ifade etmek mümkündür:

- Kültür turizmi ile kültürlerarası iletişim bağına ilişkin SWOT analizi çalışmasında yer bulmuş olan önermeler, kültür turizmi ile kültürlerarası iletişim bağını ortaya koymak için yeterlidir.
- Ahlat ilçesine dair kültür turizmi, ülke, köken, ırk ayrımı yapılmaksızın ve etnik, dinsel, dilssel, siyasi gibi kriterlerde göz ardı edilerek, hiçbir ayırım söz konusu olmadan, tüm turist hedef kitlesine hitap etmektedir.
- Çalışma için seçilen nitel araştırma yöntemi, araştırma özelinde amaca, araştırmanın konusuna, konu ile alakadar soruların çözümüne ve araştırmanın süreçlerine uygundur.
- Konu kapsamında seçilen örneklem, çalışmada araştırma evrenini özümleme açısından ehliyetlidir.
- SWOT analizi çalışması kapsamında yapılacak olan görüşmelerde, cevaplanacak olan yanıtların, görüşme gerçekleştiren katılımcıların gerçek düşünceleri ve görüşlerini yansıttığı varsayılmaktadır.
- Araştırma kapsamında toplanan verilerin, araştırmaya katılım sağlayan paydaşlar, bireyler ve dâhil edilen diğer bilgi kaynakları aracılığıyla elde edilmiş bilgilerden oluşturulduğu kabul edilmiştir.

- Araştırma kapsamında analiz için elde edilen veri, cevap ve dokümanların doğru/eksiksiz olduğu varsayılmıştır.
- Araştırma konusu ile ilintili ulaşılabilen kitlelerden elde edinilen bilgilerin objektif görüşleri yansıttığı,
- Araştırma konusu ile alakadar ulaşılabilen kitlelerden elde edinilen bilgilerin etik değerler/kurallara uygun şekilde kullanıldığı,
- Bu araştırmaya, tüm katılımcıların gönüllü olarak katıldıkları,
- Araştırma sonucu elde edilen verilerin çalışma evrenine tamamen genellenebilir şekilde olduğu varsayılmıştır.
- Çalışmada deneyimlenen ve kazanım olan verilerin, sadece akademik amaçlar doğrultusunda kullanılacağı ve bahsi geçen verilerin hiçbir kişi veya kurum, zümre ile paylaşılmayacağı kabul edilmiştir.
- Araştırmaya katılan fertlerin kişisel verileri, kişisel hak ve özgürlüklere saygı çerçevesinde, gizlilik kuralları içinde korunacağı ve katılımcıların haklarının gözetileceği kabul edilmiştir.
- Araştırma ölçeği, değişkenleri tasvir etmek için gerekli katmanlara sahiptir.
- Turizm, bir kültür elçisi olmasının yanı sıra, bir etkileşim aracı ve aynı zamanda kültürün önemli bir unsurudur.
- Kültürlerarası etkileşim ve sosyo-kültürel değişimler kültür turizmi ile birlikte, pek çok kültürel ögeye/faktöre de yansımaktadır
- Kültür turizmi, kültürlerarası etkileşimleri arttırıp, toplum/topluluklarda oluşan sosyo-kültürel değişimlerin bir yansıması olarak, değişimlerin oluşmasında imkan vermektedir.
- Kültür turizmi, kültürlerarası iletişim bağlamında etkileşim ve değişimlere katkı da bulunan önemli bir olgudur.

4.1.4. Araştırmanın metodu

Ahlat yöresinin kültür turizmi bağlamında planlanması, yerel kültür ürünlerinin kullanılması ve turist adaylarına yönelik turizm tanıtılması ve pazarlamasının uygulanma safhasında doğru stratejilerin belirlenmesi ve yörenin kültür turizmi perspektifinden güçlü ve zayıf yönlerinin

yanı sıra gelecekte oluşması muhtemel fırsatları ve tehditleri belirleme gayesiyle çalışma kapsamında SWOT analizi yöntemi tekniğinden yararlanılmıştır. Yapılan görüşmeler ve önceden hazırlanıp gönderilmiş sorulardan elde edilen veriler ışığında SWOT analizi uygulanarak TOWS matrisi oluşturulmuştur.

Bu bağlamda araştırmada ortaya çıkan verilerin tümünün tek bir kapsamda değerlendirilmesi gayesi ile elde edilen bulgular kullanılarak bu yönde bir SWOT yöntemi ile TOWS matrisi oluşturulmuştur. SWOT analizi ve TOWS matrisi ile paydaşlar; güçlü yönleri, zayıflıkları, fırsatları ve tehditleri hassasiyetle ele alıp değerlendirdiklerinde, organize bir şekilde onları başarıya ulaştıracak olan faydalı ve etkin stratejiler üretebilirler. SWOT analizi ile elde edilen güçlü yönler ve zayıflıkların yanı sıra dış fırsatlar ve tehditler bir arada bir matrise yerleştirilmektedir. SWOT matrisi değerlendirilmesinde olgusal çerçevede dört farklı biçimde alternatif olarak strateji, taktik ve eylem tavsiye edilmektedir: [69].

- WT Stratejisi (mini-mini): Zayıflıklar ve tehditler değerlendirilir. Veriler dikkatle incelenerek zayıflıklar ve tehditler mümkün olduğunca azami seviyeye indirilerek bu durumları alt edebilecek stratejiler ve planlar hazırlanır.
- WO Stratejisi (mini-maxi): Bulgular sonucu ortaya çıkan zayıflıkları azami seviyeye çekip fırsatları asgari seviyede tutmayı amaçlayarak ve imkânlar doğrultusunda oluşacak dış fırsatlardan faydalanarak mevcut bulunan zayıflıkları bertaraf edecek güncel stratejiler oluşturulur.
- ST Stratejisi (maxi-mini): Organizasyonun dış çevreden kaynaklı oluşan/oluşabilecek tehditler ile üstesinden gelinebilecek düzeyde olan güçlü yönlerinden azami derecede faydalanarak, dış tehdit unsurlarını en az seviyede tutmaktır.
- SO Stratejisi (maxi-maxi): Bu stratejide ise güçlü yönler ve fırsatlar en üst seviyede tutularak, doğabilecek tüm dış fırsatlardan maksimum düzeyde fayda sağlanmasını mümkün kılacak stratejiler geliştirilmektedir [70].

Araştırmada yapılan durum analizinin tespitlerine yönelik güçlü yanlar, zayıflıklar, fırsatlar ve tehditlerin durumun niteliğine etkisi göz önüne alındığında Güçlü Yönler ve Fırsatlar Stratejisinin öncelikli durumda kullanılmıştır. Mevcutta hem gücü hem de fırsatları en üst seviyelere getirmeyi gaye edinen stratejiler oluşturmuştur. Yapılan analiz değerlendirme ışığında, kültürlerarası iletişim bağlamında kültür turizminin Ahlat ilçesi örneği verilerinde potansiyelin güçlü yanları ve fırsatları, diğer analiz faktörlerinden bir adım öndedir.

SO (maxi-maxi) stratejisi hamlesi ile durumun ehemmiyet seviyesine göre oluşan/oluşabilme potansiyeli olan tehditler ve zayıflıklar düşünülerek son üç stratejide daha çok koruma amaçlı stratejiler belirlenmiştir.

Çalışma kapsamında SWOT analizi ve TOWS matrisinin kullanılma gayesi, turizm sektörü paydaşları ve sektöre dâhil olan tarafların görüşleri göz önünde bulundurularak kültürlerarası iletişim bağlamında kültür turizminin Ahlat ilçesi örneği potansiyelinin üstün ve zayıf yönlerinin incelenmesidir. Bu potansiyele yönelik ileride doğabilecek fırsat ve tehditlerin belirlenerek, kültürlerarası iletişimin geliştirilmesine yönelik oluşabilecek fırsat ve tehditlere karşı üstünlüklerin nasıl ve ne yönde kullanılabileceği, oluşabilecek zayıflıkların üstesinden nasıl ve ne gibi yöntemler ile gelinebileceğinin tespit edilmesidir.

Tablo 4.1. Turistlere Yönelik Ahlat Kültür Turizminin Potansiyelinin SWOT Analizi

GÜÇLÜ YÖNLER	FIRSATLAR
• Bitlis'te önemli turistik duraklarından biri Ahlat ilçesidir. • Kültür turizm endüstrisinde Ahlat ilçesinin kültürü önemli bir yer tutmaktadır. • Ahlat ilçesine yönelik kültür turizmi kültür turizm sektörünün önemli bir unsurudur. • Ahlat ilçesi için turizmde kullanılan yerel kültür öğeleri; mağara evleri, kümbetler ve türbeler, taş işçiliği, Ahlat bastonu, Ahlat müzesi, yerel mutfak ürünleri, camiler ve mescidler, eski Selçuklu mezarlıklarıdır. • Ahlat'a tur ile gelen turistler yerel kültür ile tanıştırılmaktadır. • Ahlat kültür turizmi kararlarında tüm paydaşların katılımları beklenmektedir. • Bitlis'e gelen turistlerin %75'i Ahlat'ı ziyaret etmektedir. • Yerel halk, gezgin hareketlerine önem vermektedir. • Ahlatlılar, Türk tarihi ve geleneklerinin geçmişlerinin bir nokta da kesiştiğini ve bu yüzden de turistlere farklı geleceğini vurgulamaktadırlar. • Yerel mutfaklarında sunulan yiyecekler ve içecekler ilgi çekicidir. • Tur rehberlerinin anlatımlarında Ahlat'ın Türk tarihi geçmişiyle ve kültürel mirası ilişkisinden genelde bahsedilmektedir.	• Bölgeye orta yaş gurubu, gelir düzeyi orta-üst, diğer bölgelerde ikamet eden turist kabileleri ziyaret etmektedir. • Bölgeye giden turistlerin seyahat amaçları kültür turizmi ve alternatif turizm seçenekleri olmaktadır. • Ahlat ilçesi minvalinde en popüler turistik aktivite kültürel turlar olmaktadır. Müze gezileri, eski mezarlıklar, camiler, türbeler, kümbetler, el sanatları (Ahlat bastonu, taş işçiliği) popüler aktiviteler arasındadır. • Turistlerin ilgisini en çok çeken hediyelik eşya, Ahlat bastonu ürünü olmaktadır. • Ahlat ilçesinin en popüler kültür aktiviteleri, müzeler, ören yerleri, kümbet olmak üzere tarihi kültür gezileri olmaktadır. • Tur firmaları, rehber tercihlerini yerel rehberlerden yana kullanmaktadırlar. • Tur firmaları geleneksel yöresel halk dansları ve türküler, festivalleri, yerel kıyafetleri diğer bir tabirle kültür unsurlarını görmek istediklerini belirtmektedirler. • Turistlerin Ahlat turunu seçmelerinde yerel kültürün etkisinin şu an görülmediğini belirtmektedirler. • Bölgeye dönük pazarlamanın iyi olması gerektiği bu hususta çalışmalar yapıldığını vurgulanmaktadır. • Ahlat kültür turizmi kapsamında belediye ile ilişkiler iyi düzeydedir. Destek ve teşvikler ile kendi turistik işletmelerini açan yerli halk sayısında artış gözlemlenmektedir. • Ahlat ilçesine direk tur organizasyonları düzenlenmesi ve bölge durağı olmaktan çıkarılması halinde gelen turist miktarında artış olacağı beklenmektedir.

ZAYIF YÖNLER	TEHDİTLER
• Tur firmalarından alınan Ahlat ilçesi kültür turu, Doğu Anadolu veya Güneydoğu Anadolu turları içinde yer almaktadır. • Ahlat ilçe turizm sezonu kapsamı yaz ve ilkbahar ayları ile sınırlıdır. • Ahlat'a tur ile gelen turistlerin ortalama kalma süresi 1 gece olmaktadır. • Ahlat'a gelmeden önce turistlerin bölge hakkında bilgileri az olmaktadır. • Tur firmaları Ahlat'ta aktivite eksikliğini ön plana çıkarmaktadırlar. • Tur firmaları tur satışı esnasında yerel kültür ürünlerinin pazarlanmadığını belirtmektedirler. • Tur firmaları tarafından satılan Ahlat kültür turu ekstra tur olarak değil diğer turların kapsamında satılmaktadır. • Yerel belediyeye göre kültür turizminin gelişmesi için yerel halkın turizme merakı, heyecanı ve girişimi eksiktir. • Ahlat ilçe turizminde mevsimsellik sorunu ile karşılaşmaktadır. Yaz ve İlkbahar mevsimleri turizmin en kalabalık olduğu sezondur. Alternatif turizm seçenekleri geliştirilmelidir.	• Ahlat kültür turizmi diğer turlar kapsamında değerlendirildiği için önemi ortaya çıkmamaktadır. • Ahlat ilçesi Türkiye'nin öncelikli turizm pazarları arasında yer almamaktadır ve Ahlat'a yönelik özelliklerini ortaya çıkaracak yeterli düzeyde ve nitelikte turizm pazarlaması yapılmamaktadır. • Yerel işletme sahipleri Ahlat kültür turizminin pazarlamasının eksik ve vizyonsuz olduğunu belirtmektedirler. Yüksek öngörülebilir etkin vizyonel stratejilerin geliştirilmesi önem arz etmektedir.

Tablo 4.1'de Ahlat ilçesinin turistlere dönük kültür turizmi potansiyelini açığa çıkarma gayesi ile gerçekleştirilen mülakatların verilerine SWOT analizi uygulandıktan sonra elde edilen analizin güçlü yönleri ve sonuçları incelendiğinde, Bitlis ilinin önemli turistik duraklarından bir tanesi olan Ahlat ilçesinin, kültürünün tanınırlığı ve bu turizmin pazarlanması bakımından iyi bir potansiyeli olduğu kanısına ulaşılmıştır.

Elde edilen bulgular ışığında, Ahlat ilçesi nezdinde kültür turizmi potansiyeli yüksektir. Kültür turizmi bakımından yörede müzeler, cami ve kümbetler, tarihi köprüler, mağara evleri, eski kültürel mezarlıklar, el sanatları bulunmaktadır. Ayrıca oymacılık ve taş işçiliği ile eş zamanlı olarak Ahlat baston kültürü geleneği de bölgede sürdürülmektedir. Ahlat ilçesinde gerçekleştirilen araştırma kapsamında elde edilen bir diğer sonuç ise, yerel turizm otoritelerinin kültür turizminin gelişimine verdiği değer ve önemin yüksek olmasıdır.

Ahlat ilçesinin kültür turizminin potansiyelini ortaya çıkarmayı hedefleyen çalışma doğrultusunda elde edilen araştırma bulguları, kültür turizminden yarar sağlamak adına Ahlat ilçesinin ve kültür ürünlerinin Türkiye'de turizm planlamasında daha kapsamlı bir şekilde yer alması, bölge turizminin gelişmesi adına bir fırsat olarak düşünülmektedir. Elde edilen bulgulara göre, bölgenin tarihi bir kültürel unsur olması nedeniyle kültür turizmini amaçlayan turistlerde bölgeyi yakından tanıma merakı uyandırabilmektedir. İlçe turizminin öncü sorunsallarından birisi de mevsimsellik sorunudur.

Mevsimsellik sorunsalını aşmak ve turizmi yılın tamamına yaymak adına turistik ürün seçenekleri arttırılmalı ve alternatif turizm ürünleri sunulmalıdır. Alternatif turizm seçenekleri sunulduğu takdirde Ahlat ilçesi adına kültür turizmi sorununun çözülmesi bir fırsat olarak değerlendirilmektedir.

Yöre turizm otoritelerinin turistlere dönük çekici veya cezbedici herhangi bir pazarlama unsuru bulunmamaktadır ve bununla birlikte seyahat acenteleri de ilçe kültür turlarını organize ederken yöre kültürünü bir unsur olarak öne çıkartmamaktadır. Öte yandan, yerel yöneticiler tarafından kültürel turizme çeşitli finansal teşvikler yapıldığından yerel halkın turizm sektörüne katılım isteği de görülmektedir.

Yapılan analiz kapsamında Ahlat'ın öncelikli turizm planında ve pazarları arasında bulunmadığı ve Güneydoğu ile Güneydoğu Anadolu turlarına yönelik turizm pazarlamalarının ön plana çıktığı tespit edilmiştir. Ahlat tarihi ve kültürel değerlerin yoğunluğu nedeniyle Türkiye'nin öncelikli turizm pazarları listesine dahil edilmelidir. İlçe turizm pazarlaması yeterince doğru yapılmamaktadır. Bu durum da Ahlat ilçesinin kültür turizminin gelişmesine olumsuz yansımakta ve turizm bağlamında gelişimi konusunda tehdit oluşturmaktadır. Ahlat ilçesinin turizm pazarının gelişiminin önünde bir ket ve eş zamanlı tehdit unsuru olarak diğer tur organizasyonları içine dahil edilmediği gösterilmektedir. İlçe adına durak noktası olarak değil de nokta atışı direkt turlar düzenlenmesi ve tanıtım/pazarlama stratejilerinin doğru yapılması halinde, turistlerin seyahat tercihleri arasında Ahlat'ın daha fazla yer bulacağını ifade etmek yerinde olacaktır.

Tablo 4.2. Turistlere Yönelik Ahlat Kültür Turizminin Potansiyelinin TOWS Matrisi

SWOT (TOWS) MATRİSİ	Fırsatlar (O)	Tehditler (T)
Güçlü Yönler (S)	S – O Stratejileri - Güçlü yön olarak vurgulanan Ahlat’ın tarihi mirası ve kültürel ürünleri turistlere yönelik olarak gelecekteki kültür turizm pazarlanmasında bir fırsat olarak görülmektedir. - Turistlere kültür turizmi ve alternatif turizm seçenekleri pazarlama aşamasında fırsat olarak görülmektedir. - Turistlere yönelik baston ürünleri çıkarılması ve Ahlat’ın bir baston kenti olarak tanıtımının yapılması önem arz etmektedir. İlgili durum, baston ticaretinde bir fırsat olarak görülmektedir. - Ahlat ilçesi minvalinde en popüler turistik aktivite kültürel turlar olmaktadır. Müze gezileri, eski mezarlıklar, camiler, türbeler, kümbetler, el sanatları (Ahlat bastonu, taş işçiliği) popüler aktiviteler arasındadır. Bu ürünlerin tanıtımını öne çıkarılması, turistlerin burayı daha çok ziyaret etmesinde bir fırsat oluşturmaktadır. - İlçe yerel rehberlerinin daha sık turist turlarına katılmaları bir fırsat olarak görülmektedir. - Yerel kültürü tanıtan turizm ürünleri ortaya çıkarılması bir fırsat olarak görülmektedir. - Turistlere Ahlat kültürü ile ilgili tanıtım yapılması ilçeye daha çok meraklı kültür turistinin gelmesi konusunda bir fırsat oluşturmaktadır. - Yerel yönetimlerin iş birliği ile halkın kendi turistik işletmeleri kurmasında, bir fırsat görülmektedir. - Bitlis’in önemli turistik noktalarından biri olan Ahlat ilçesinin kültürünün tanınırlığı, kültür turizminin pazarlanması açısından bir fırsat oluşturmaktadır. - Kültür turizminde kullanılan yerel kültürün çeşitli objelerinin pazarlanması, yöresel bağlamda kültür turizminin gelişimi adına önemli bir fırsat olarak görülmektedir. - Ahlat ilçesinin sahip olduğu tarihi özelliği ve mevcut kültür mirasının tanıtımının doğru yapılması, turistler arasında bir merak uyandırması açısından bir fırsat olarak görülmektedir.	S – T Stratejileri - Daha çok turist çekebilmek adına çeşitli festivaller ve şenlikler düzenlenip ülke bazında Ahlat’ın tanıtımı yapılabilir. Uluslararası kongreler, seminerler, festivaller, kültür günleri etkinlikleri, spor müsabakaları, şenlikler ve toplantılar gibi birçok etkinlik bölgede düzenlenebilir. - Ahlat ilçesinin tur organizasyonu bölge turizm organizasyonundan ayrı değerlendirilebilir. Şüphesiz ilgili değerlendirme Ahlat ilçesi adına azımsanamayacak nitelikte olumlu yanları beraberinde getirecektir. - Ahlat tarihi ve kültürel mirası nedeniyle, ülkenin öncelikli turizm pazarları listesine eklenebilir. - Kültür turizm pazarlamasının daha etkili bir vizyonu ve uzun vadeli pazarlama stratejisini kapsamı gerekmektedir. Pazarlama stratejisi içinde yerel kültürün ürünleri ve kültür varlıkları daha verimli olarak kullanılmalı ve tanıtılmalıdır.

Zayıf Yönler (W)	W – O Stratejileri • Yeni turizm ürünleri ortaya çıkararak Ahlat turizm sezonu uzatılmalıdır. • Ahlat tur organizasyonlarına daha çok turistik aktivite seçenekleri eklenerek ortalama gece kalma süreleri artırmalıdır. • Türkiye’de turizm tanıtımı yapılırken Ahlat kültürünün tanıtımı da yapılmalıdır. • Ahlat’ta turistik aktivite seçenekleri sunulmalı ve çoğaltılmalıdır. Böylece yöreye ziyaret süresi de artacaktır. • Ahlat turu sadece bir bölge turu olarak değil, nokta turu olarak da pazarlanmalıdır. • Yerel turizm girişimleri yerel yönetimler yardımıyla teşvik edilmelidir. • İlçe mevsimsellik sorununu azaltmak için alternatif turizm ürünleri geliştirilmelidir. • Yeni turizm modernizasyonunda bir pazar olan kültür turizm pazarı, Ahlat için bir fırsat olarak değerlendirilmelidir.	W – T Stratejileri • Tur ücretlerinde uygun fiyatlar turist sayısını artırabilir. • Ahlat ilçesinin kültür turizminin doğru pazarlanması ve bunun bir parçası olarak Ahlat kültürünün turistik unsurlarının tanıtımı turistlerin merakını artırabilir. • Yerel yönetimlerin yerel işletmecilere yapacağı turizm teşvikleri, kültür turizminin geliştirilmesine azımsanamayacak düzeyde verim ve fayda sağlayabilir. • Bütün turizm paydaşları ve otoritelerinin iş birliği ile yapılan daha kapsamlı bir kültür turizmi pazarlaması ile Ahlat ilçesinin turizm eksiklikleri giderilebilir. • İki taraflı kazanım elde edebilmek adına hem seyahat acenteleri hem Ahlat ilçesinin turizm yetkilileri ilçenin turizm pazarlamasını ortak bir akıl ile geliştirmelidir.
------------------	--	---

Tablo 4.2’de Ahlat ilçesi kültür turizmi potansiyeli TOWS matrisi kullanılarak verilmektedir. En temel stratejiler sıralamasında, zengin tarihi ve kültürel mirası olan Ahlat ilçesinin kültürünün bölge kapsamında turistik bir ürün olarak değerlendirilmesi yer almaktadır. Bu durumun daha etkin ve efektif bir şekilde gerçekleştirilmesi adına yerel turizm otoriteleri aracılığıyla daha doğru planlı pazarlama etkinliklerinde bulunulması ve yerel topluluklar ile iş birliği içinde bulunulması gerekmektedir. Bu bağlamda yerel halkın kültür turizmine doğrudan dahil olmaları adına çeşitli finansal teşvikler ayrıca önem arz etmektedir. İlçeye daha çok turisti çekme stratejisi kapsamında yerel kültürün pazarlamasının hem yerel turizm otoriteleri hem de tur düzenleyen firmalar aracılığıyla planlanması gerekmektedir. Ahlat ilçesine yönelik tur organizasyonlarının fiyatlarının uygun seviyelere getirilmesi turist sayısında istenilen seviyeye ulaşılmasını hızlandırabilecektir.

5. BULGULAR VE TARTIŞMA

5.1. Araştırmanın Bulguları

Bu kısımda araştırmanın bulgularına yer verilmiştir.

5.1.1. Ahlat ilçesi yerel otoritelere ait bulgular

Ahlat'ta kültürel turizmin gelişmesinin yararı sorusuna ilçe belediyesi Kültür ve Sosyal İşler sorumlusu A.... G.... olumlu niteliğini haiz fikirlerini sunarak, kıymetli katkılarda bulunmuştur. *'Yararları açısından bakıldığında; yerel turistik işletmelerin gelişimine sosyo-ekonomik anlamda katkıda bulunacağı, turistler adına bölgenin çekiciliğini ve cazibesini arttırabileceğini, yerel halka ekonomik anlamda, işsizlik durumuna ise istihdam artışı olarak katkı sağlayacağını, diğer bir yünden ise kültürel mirasın gelecek kuşaklara aktarılabilmesi ve kaynakların korumasını sağlayabileceğini, aynı zamanda kültürlerarası iletişim olgusunun gelişimi ile sürdürülebilirliği konusunda önemli roller üstlenilebileceğini'* vurgulamıştır.

5.1.2. Yerel kültürün rolü ve statüsü

Kültür turizmi endüstrisinde yerel kültürün rolünün ve statüsünün Ahlat ve Türkiye için ayrı bir önemi olduğunu hem belediye yetkilisi hem de il kültür müdürlüğü danışma personeli Y... M... tarafından belirtilmiştir.

Ahlat ilçesinin Türkiye tarihinde önemli bir yer almakta olduğunu ve geçmişten gelen kültürel mirasları ile ayrıca bir öneme sahip olduğunu ifade eden Y... M..., ayrıca, Ahlat turizm tanıtımında kısaca eski Türk tarih kültür ürünlerinin ve mirasının kullanılmakta olduğunu vurgulamaktadır.

Önemi ayrı çünkü Ahlat hem yerel topluluklar tarafından hem de turizm otoriteleri tarafından İslam kültür başkenti olarak görülmektedir. Her sene ilkbahar ve yaz aylarında tüm dünya çevresinden gelen gezginler Ahlat tarihi ve kültürünü gelenek ve göreneklerini diğer bakış açısıyla İslam başkentini tanımaktadırlar. Şeklinde ifade edilen görüşleri ile Y... M... çalışma konusuna önemli katkılarda bulunmuştur.

5.1.3. Kültür turizminin teşvikleri, tanıtımı ve etkileri

Yerel halkın kültür turizmi konusunda teşvik edilip edilmediği sorusuna belediye yetkilisi;

'Yerel halkın kültür turizm sektöründe yer bulduğunu belirtmiştir. Kültür turizmini geliştirmenin zorluklarından birisi yerel halk bazında merak ve girişimcilik eksiklikleridir. Çünkü turizm teşvikleri yerel halkın istekleri ile alakalıdır.' Şeklinde bir yanıt ile katkı sağlamıştır.

İl Kültür Müdürlüğü Danışma Personeline göre ise;

‘Yerel turistik işletmeler büyüme kapsamında teşvik isterlerse, kendilerini büyütebilirler, lakin bu konu çerçevesinde sadece işletmesini büyütme niteliğiyle hareket edenlere ne yerel yöneticiler ne de İl Kültür Müdürlüğü yardımcı olamaz ve üzerine aksi bir etki de yaratmaz. Kültür turizmi tanıtımında çok fazla zorluklar ile karşılaşmadığını söyleyen İl Kültür Müdürlüğü Danışma Personeli, yaz mevsiminde yerel mutfak ürünlerine kültür programlarında yeterince yer veremediklerini de belirtmiştir.

Ahlat’ta yaşayan yerel topluluklar üzerine kültür turizminin olumsuz etkileri bağlamında görüşlerini ifade eden Belediye yetkilisi, ilgili turizmden sebeple toplulukları özel nitelikli kılan kültürün bir unsurunu kaybetme ihtimali olarak da değerlendirmektedir.

5.1.4. Ahlat ilçe kültür objeleri

Ahlat ilçesi kültür turizminde kullanılan yerel kültür objeleri/varlıkları kapsamında İl Kültür Müdürlüğü Danışma Personeli kümbetleri, camileri, eski mezarları, müzeyi, tarihi köprüleri, sarnıçları, mağara evlerini saymıştır.

Yerleşik halk, geleneksel yöre yemeklerini, kültürel öğelerini, geleneklerini, göreneklerini, tarihsel geçmişlerini, dinlerini ve yaşam pratiklerini diğer bir tabirle kendi kültürlerini tanıtmaktadırlar. Kültürel miraslarını kullanarak yaşam pratiklerinin neler olduğunu anlatmaktadırlar. Bu tutum ve davranışlar, turistlerin ilgisini epeyce çekmektedir.

İl Kültür Müdürlüğü Danışma Personeli, seyahat acentelerinin tur kapsamında yerel kültür ürünlerini kullanıp kullanmadıkları sorusuna *‘bütün tur firmaları ve uhdelerinde barındırdıkları turizm rehberleri, bölgeyi ve yerel halk kültürünü yansıtan turlarında direkt yerinde gösterim ya da çeşitli etkinlikler ile kültürleri anlatmaktadır’* şeklinde bir yanıt vermiştir.

5.1.5. Yerel halkın turizme katılımları

Belediye yetkilisi, etkin ve efektif bir turizm stratejisinin planlanmasında turizmin bütün paydaşlarından ve ayrıca toplumun her tabakasından üyelerin katılımları ile fırsatların oluşabileceğini vurgulamıştır.

Konu üzerinde hassasiyet ile durulmaktadır. Konu ile alakalı bütün paydaşlar, yerel halktan temsilciler karar verme süreçlerine iştirak etmekte ve katılım sağlayan herkesin fikri ayrı ayrı dinlenmekte ve değerlendirilmektedir. Örnek olarak yerel işletmelerin bulunduğu sokakta, alanların darlığı ve otopark yokluğu sebeplerinden dolayı ulaşan şikâyetler üzerine bir konudan bahsedebilirim. Yerel işletme sahiplerinin talepleri dinlendiğinde, sokakların darlığı ve otopark eksikliği olduğu iletilerek, ilgili konuda düzenleme yapılmasını istediklerini vurgulamışlardır. Bu taleplerinin haklı gerekçesi ise gezginlerin veya müşterilerinin araçlarına yer bulamamalarıdır. İlgili yoksunluk sebebi ile turistlerin gezmeye ya da alışverişe yeteri kadar vakit ayıramamaları önemli bir eksiklik olarak nitelendirilmektedir. İşletme sahipleri de bu durumdan muzdarip olduklarını dile getirmişlerdir. Durum

tespiti için bahse konu olan yerlere gidilince sokaktaki işletmelerin müşterilerinin azaldığı görülmüştür. Belediyemizce detaylı şekilde çalışmalar ve planlamalar yapılarak, insanların araçlarını park etmeleri ve rahatça gezip, görüp ayrıca alışveriş yapmaları amacıyla da bölgede çeşitli düzenlemeler yapılmaktadır.

Yerel halkın kültür turizmine bakış açısının ne durumda olduğunu ve bu sektörde çalışıp çalışmadıkları sorusuna Belediye yetkilisi; *‘genel olarak beklenenin aksine aktif katılım olmasa da halktan belirli bir kesimin turizm sektöründe çalıştığı’* cevabını vererek, önemli bir katkı sağlamıştır.

‘Reelde halk tarafından turizme çok fazla ilgi gösterilmemektedir. Belediyenin turizm etkinliklerine katılım oldukça azdır ve turizm projeleri kapsamında verilen çeşitli finansal teşviklere başvuru sayısı bir elin parmaklarını geçmemektedir.’

İl Kültür Müdürlüğü Danışma Personeli bu hususa daha pozitif bir yaklaşımla bakmaktadır. Şöyle ki; *‘Gün geçtikçe kendi turistik işletmelerini kuran yerel vatandaş sayısı artmaktadır. Yöresel yemeklerini sergilemekte, hediyelik eşya üretmekte, baston üretmekte ve bunlara has küçük işletmeler açmaktadırlar. Van gölü kıyısında kendi imkânları dâhilinde aktif turizm etkinlikleri ile uğraşmaktadırlar ve yöresel ürünlerini sergileyip satmaktadırlar’* demiştir.

5.1.6. İlçe turizm planlaması

Belediye yetkilisi, turizm stratejilerinde belirli önceliklerin olduğunu belirtmiştir. Bunların arasında; sağlık, iş-konferans, seminer ve kültür turizminin yer aldığını vurgulamıştır.

Ahlat İlçe Belediyesinin 2015-2023 yılı turizm planlama stratejilerinde maddi kültürel miras varlıklarının restorasyonu, çeşitli festivaller ve etkinlikler düzenlenmesi ve bu etkinlikler süresi boyunca Ahlat ilçesi kültürel miras ürünlerinin ve tarihi mirasının tanıtımı yer almaktadır.

Özellikle 2023 turizm geliştirme stratejileri arasında Ahlat ilçe belediyesi tarafından yürütülen ve desteklenen ‘Baston yapım ve el sanatları merkezi’ projesi yer almaktadır. Bu proje ile Ahlat bastonunun tanıtımının yapılarak, ilgili ürünü bir marka haline getirmek amaçlanmaktadır.

5.1.7. İlçe turist profili

İlçe turist profili sorusuna İl Kültür Müdürlüğü Danışma Personeli şu şekilde açıklama getirmiştir:

2022 yılında Ahlat ilçesini 7914 turist ziyaret etmiştir. Ziyaretçilerin 80’i yabancı, 7834’ü ise yerli turist girişi şeklinde olmuştur.

2022 yılında Ahlat ilçesini ziyaret eden 7914 turistin %100’ü Ahlat’ı görmüştür. Turistlerin Ahlat’ta ortalama kalış süresi ise yabancı ve yerli turist için 1,79 olmuştur. Aktiviteler arasında en popüler

olanları sırasıyla; müze ziyaretleri, yöresel yemekler, kültür turları ve hediyelik eşya (baston ve el işçiliği olan ürünlerin) alışverişi olmaktadır. Yöre turizm mevsimsel olarak sorunlar yaşamaktadır. Çünkü, turistlerin çoğunluğu (%90 oranı ile) yaz mevsimi ve ilkbahar mevsimlerinde bu noktayı uğrak yeri olarak tercih etmektedirler.

5.1.8. Turizm pazarı

Ahlat ilçesi turizminin tanıtımı Türkiye turizminin tanıtımı kapsamında yapılmaktadır. Belediye yetkilisi de özellikle ilgili durumun altını çizmiştir.

2017 yılında Bitlis ve Artvin belediyeleri arası kardeş şehirler anlaşması imzalanarak kardeş köprü projesi hayata geçirilmiştir. Anlaşma yapılan tarihten itibaren her sene iki belediye arasında kültür alışverişi, etkinlikler ve çeşitli faaliyetler düzenlenmektedir. Örneğin, ilgili proje kapsamında, ilk olarak Artvinli vatandaşlarımızı Ahlat'ta ağırladık ve kültürümüzü, kültür ürünlerimizi tanıttık. Beraber kaliteli ve verimli vakit geçirdik, karşılıklı olarak kültürel alışverişlerde bulunduk. Her iki şehir paydaşları da memnun kaldı. Bu bağlamda Artvin belediyesi ile yürütülen ve sürdürülebilir olması amaçlanan ilişkimiz, kardeş şehir projelerimiz içerisinde en iyi proje olduğunu doğrulama niteliğini taşımaktadır.

İl Kültür Müdürlüğü Danışma Personeli de bu hususta şu bilgileri vererek, önemli katkılar sağlamıştır: *Biz de heyet olarak, Artvin şehrinde kültürel etkinlikler kapsamında bulunduk. Burada Ahlat kültür turizminin geliştirilmesi adına yatırım olanakları tanıtımına katıldık. Artvin Belediyesi yetkilileri ve turizm paydaşları her sene Ahlat ilçesinde düzenlenen festivallere de katılım sağlamaktadırlar.*

İl Kültür Müdürlüğü Danışma Personeline göre, turist sayılarının az olmasının nedenlerinden biri de tur organizasyonlarındaki fiyatların yüksek oranlara tekabül etmesidir.

Tur firmalarının turist sayılarının yetersiz olması konusunda belirttikleri sebeplerden biri de benzer özellikte olup, artan maliyetlerin fiyatlara yansması şeklindedir. Fiyat istikrarsızlığı ve sürekli artan maliyetlerin fiyatlara yansması bu konuda olumsuz bir etki yaratmaktadır.

5.2. Seyahat Acenteleri ve Turistik İşletmecilere Ait Bulgular

Geleneksel baston üreten firma sahibi çok genç yaşlarından itibaren Ahlat'ta hediyelik eşya ve baston üretimi işletmesini yürütmektedir. Aynı zamanda Ahlat ilçesinde doğmuş, büyümüş ve hali hazırda da Ahlat ilçesinde yaşamını idame ettirmektedir. Sunduğu turistik ürünler arasında öncelikli olarak yer alan Ahlat bastonunun, gelenek ve görenek olarak atalarından geldiğini belirtmiştir. Aynı zamanda sahibi olduğu işletmede, Ahlat kültürel öğelerinden biri olarak addedilen Ahlat bastonu yapımı konusunda kurslar da düzenlenmektedir.

Ahlat ilçesi coğrafi açıdan kültür turizmine elverişli olsa da bu durumu tüm yıla yayamamaktadır. Ahlat ilçesi turizmi genel itibari ile mevsimsellik sorununu yaşamaktadır. İlkbahar ve yaz sezonunda ilçede ve bizim işletmemizi ziyaret eden turist sayısı çoğalmakta, sonbahar mevsimi ile kış mevsiminde ilgili sayı ciddi derecede azalmaktadır.

Geleneksel baston üreten firma sahibinin turizm ile hediyelik eşya ve baston işine girme sebepleri arasında, insanları geleneksel kültür mirası ürünleri ile tanıştırma isteğinin ağır bastığı gerçeği ifade edilmiştir. Kültürümüzdeki çeşitlilikleri göstermek istedik. Bu çeşitlilikler ile de geleneklerimizi ve kültürümüzü paylaşmak istedik. ifadesi ile ilgili motivasyon anlamlandırılmıştır.

5.2.1. Turizm planlaması

Ahlat ilçesinin kültür turizmi planlamasında özel bir yerinin olmadığını belirten işletme sahibi, planlamaya dahil olma isteğini vurgulamış ve ilgili isteğinin sebebini de *bana göre eksik ve yetersiz planlama yapılmış ayrıca konsepti ve vizyonunda sorun var* şeklinde açıklamıştır.

Ahlat ilçesi için kültür turizmi stratejisi kararlarında tüm paydaşların katılımı için ortam yaratılıp yaratılmadığı sorusuna *normalde katılım için özel bir şart olmadığını ve kendileri için fırsat olduğunu, ama katılım sağlansa da pratikte bu durumun fazla işe yaramadığını* vurgulamıştır: *Çünkü uzun vadeli bakıldığında geniş kapsamlı bir strateji ve vizyon yoktur. Kurumlar tarafından dönemi kurtarmak için alınan ve döneme özel kararlarla günü kurtarırsanız, biz ekstra hiçbir etki yaratamayız.*

Önümüzdeki yıllar içerisinde yapılacak olan turizm planlamasında Ahlat kültürünün ne tür öğelerinin turistik ürün olarak kullanabilecekleri sorusuna ise şu bilgileri vermiştir: *Ahlat bastonu yapı itibari ile yöresel bir ürün olduğu için çok fazla bilinmemektedir. Reklamının daha iyi yapılması ve ürünün tanıtımının iyi yapılması gerekmektedir. Ülke turistik ürünlerinin içerisine dahil edilmeli, coğrafi işaret almalı ve yurt dışı pazarlarına açılmalıdır. Ayrıca yerel kültür varlıkları hakkında konuşmuş ve: yöresel ürünlerimiz harikuladedir. Yeter ki doğru tanıtımı yapılabilsin. Özellikle yerel rehberler kullanılıp gelen turistlere kültürümüz doğru yansıtılırsa tadından yenmez, faydası azımsanamaz. Ben eminim ki kültür objelerimiz anlatıldıkça ve görüldükçe çekiciliği arttıracaktır. Hatta festival zamanlarına denk getirilip, ürünlerimiz ön plana çıkarılmalıdır. Böylece aynı zamanda kültürel değeri olan ürünler ticari değeri olan objelere dönüşecektir* şeklinde görüşlerini aktarmıştır.

5.2.2. Yerel halk kültürünün rolü ve statüsü

Ahlat halkının kültürü sadece Ahlatlılar için değil, diğer turizm paydaşları için de önem arz etmektedir. Doğru açıdan bakıldığında halkın kültürü, bölgede turizm işi ile yaşamlarını idame ettirenler adına kültür turizminin unsurlarından bir tanesini oluşturmaktadır.

5.2.3. Kültür turizminin gelişimi

Kültür turizmi kültürel ürünlerin tanıtımı, kültürel mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılması yolu ile sürdürülebilir olması adına faydalı olarak addedilmektedir. Ekonomik faydası değerlendirildiğinde ise sadece turizm etkinlikleri kapsamında aktif rol oynayan kurum ve kişileri kapsayabilir, ekonomi her ne kadar önemli olsa da kesinlikle temel amaç olarak görülmemelidir. Unutmayalım ki bazı sektörlerin veya alanların ticari olması faydadan çok zarar da getirebilmekte ve kültürel varlıkların tahribi ile sonuçlanabilmektedir.

5.2.4. Turizm pazarı

Türkiye turizm pazarı faaliyetleri kapsamında yöresel ürünlerimizi tanıtan özel broş rlar hazırlamıştık. Bütün turizm pazarları kadar ülke pazarı da bizim için önem arz etmektedir. Turistlerin yerel kültürümüze merak duyduğunun farkındayız. Kültürel mirasımız ve geleneklerimiz sayesinde turistler için heyecan duyacakları, meraklarını giderecekleri ilginç gelecek tarihi, kültürel ürünlerimiz bulunmaktadır. Bu yüzden biz gerek ülke pazarından gerekse yurt dışı pazarından turistlerin gelmesine büyük önem vermekteyiz.

Turistlerin Ahlat kültürünü tanımasının gerekip gerekmediği sorusuna yerel halk temsilcisi aynı zamanda yerel işletme sahibi şöyle cevap vermiştir:

Turistler Ahlat'ı bilmelidirler. Ahlat demek İşlam kültürü demektir. Ahlat demek eski medeniyetler demektir. Ahlat demek Türkiye tarihi demektir. Bu yüzden tarihi bilmek isteyen Ahlat'ı da Ahlat kültürünü de bilmelidir. Ahlat insanlık tarihi adına da büyük önem arz etmektedir.

5.3. Sayılarla Ahlat İlçesi Turizmi

2021 yılı içerisinde Ahlat ilçesine 80 yabancı turist gelirken, 7834 yerli turist ve toplamda 7914 kişi seyahat amaçlı gelmiştir. İlçede toplam 14.170 kişi konaklama gerçekleştirmiştir. Yabancı ve yerli turistlerin ilçede ortalama kalış süreleri ise 1,79 güne tekabül etmektedir. Durumu daha net ve etkin şekilde tahlil edebilmek adına, tablo 5.1'de Bitlis iline ait diğer ilçeler ile birlikte, Ahlat ilçesinin de turistik aktiviteleri aktarılmıştır.

Tablo 5.1. 2021 Yılı Bitlis İli İlçelerine Gelen Turist Sayısı, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi Dağılımı [33].

İLÇELER	İLÇEYE GELİŞ SAYISI			İLÇEDE GECELEME			ORTALAMA KALIŞ SÜRESİ / GÜN BAZINDA		
	YABANCI	YERLİ	TOPLAM	YABANCI	YERLİ	TOPLAM	YABANCI	YERLİ	TOPLAM
Adilcevaz		5 466	5 466		10 932	10 932	0.00	2.00	2.00
Ahlat	80	7 834	7 914	148	14 022	14 170	1.85	1.79	1.79
Güroymak		4 904	4 904		13 560	13 560	0.00	2.77	2.77
Merkez		14 921	14 921		50 763	50 763	0.00	3.40	3.40
Tatvan	279	32 170	32 449	335	46 646	46 981	1.20	1.45	1.45
Hizan		5 786	5 786		9 256	9 256	0.00	1.60	1.60
Mutki		274	274		7 949	7 949	0.00	29.01	29.01
Toplam	359	71 355	71 714	483	153 128	153 611	1.35	2.15	2.14

Tablo 5.1 değerlendirildiğinde ise turistik aktivitelerin beklenen, planlanan ve istenenden az olduğu kanısına varılmıştır. Analizler sonucunda, var olan potansiyelin üzerine koymak ve verim elde etmek adına yeni ve etkin stratejilerin geliştirilmesi ve turizm imkânlarının birkaç ay ile kısıtlı kalan sürelerinden ziyade, yılın tamamına yayılması adına alternatif turizm seçeneklerinin geliştirilmesinin önemi ortaya çıkmaktadır.

6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Turizm sektörü ülkelere gerek ekonomi yönünden gerekse sosyal yönden çeşitli katkılar sağlamaktadır. Ülkelerin tanıtımında da önemli bir rol sahibi olan turizm, ilgili pazarda ülkelerin rekabet güçlerine de etki etmektedir. Söz konusu bu pazarda yerini alan ve ciddi gelir elde eden ülkeler, turistik ürünlerinde ve kültür varlıklarının tanıtımında, turizm çeşitlendirme seçenekleri ile ülkelerindeki turizm faktörünü yılın tüm bölümlerine yaymaya çalışmaktadırlar.

Kültür turizmi ile kültürlerarası iletişim arasındaki ilişki, turizmin her yönü ile doğrudan alakadardır. Bu durumun yanı sıra turizm hareketliliği de kültürel iletişime çeşitli açılardan tesir etmektedir. Turizm hareketliliği sonucu kültürel öğeler olan, kültüre ait sanatları, varlıkları ve festivalleri ile yerel kültür öğelerini tanıtmaya imkânı bulmak mümkün olmaktadır. Bu sebeple turizm olgusunun kültür etkinliklerini güçlendirebilme özelliğine sahip olduğunu ifade etmek yerinde olacaktır. Turizm ile yerel kültür öğelerinin farkındalığını artırabilir, var olan kültür miraslarını koruma amaçlı restorasyonunu veya mevcut vasfını yitirmek üzere olan varlıkların niteliklerinin önemini arttırıp destekleyebilmektedir. Eş zamanlı olarak ise kültür turizmi, turizm organizasyonları kapsamında faaliyette bulunanlar ve yaşamlarını idame ettirenler adına da elzem mahiyette olup, gelir ve döviz kazanımları amacıyla da büyük önem arz etmektedir.

Turizm ürünleri kapsamında üretim ve tüketim faaliyetleri yeni arayışlar, farklılıklar, farklı kültür öğeleri ve kültürlerarası iletişim motivasyonu turistik aktivitede bulunan bireyleri turistik deneyim ve maceralara yönlentmektedir. Dolayısıyla farklı deneyim arayan turistik kapsamdaki tüketiciler, alternatif turizm maceralarına yelken açmaktadırlar. Alternatif turizm seçeneklerinden bir tanesi de bu minvalde değerlendirildiğinde, kültür turizmdir. Egzotik kültürel deneyimleri öğrenmek, farklı kültürel öğelere sahip gruplar ile ilgili tüketim alışkanlıkları, farklı kültürlerin yaşam pratikleri, kültürel etkileşimler ve kültür ürünlerinin deneyimlenmesi ve tüketimi ilgili destinasyonları cazip kılarken, seyahat motivasyonunda veya yapılacak olan etkinliklerde ehemmiyetli bir yer arz etmektedir.

Kültürel turizm hem mevcut yerel halk üzerinde hem de tüm ülke nezdinde çeşitli olumlu etkilere sahiptir. Etki potansiyeli bakımından en önemlileri ekonomik, sanatsal, sosyal ve kültürel unsurlardan meydana gelmektedir. Kültür turizmi, kültürlerarası iletişimin canlanması ve korunması ile ilerletilmesi (sürdürülebilirliği) konusunda, eş zamanlı olarak, yerel halkın yaşam seviyesinin arttırılmasını mümkün kılarken, aynı zamanda yerel halkın sosyo-kültürel gelişiminde de etkin ve efektif bir vesile olarak düşünülmektedir.

Çalışma konusu bağlamında literatür tarandığında, kültürel turizmin farklı tanımları karşımıza çıkmaktadır. Ele alınan çalışmada ise turizmin iki türü mevcuttur: 1) Bir yerleşim yerinde yaşayan yerel/yerel olmayan, ortak tarihe sahip, kültürü ile dini ve dillerini paylaşan toplulukların kültürünü yakinen tanıma ve deneyimleme gayesi ile yapılan seyahatlerdir. 2) Kültürel bağlardan dolayı bir araya gelmiş insanların, farklı bölgelerde hayatlarını idame ettiren soylarını/köklerini anımsama ve kendi kültür pratiklerini araştırmaya dönük seyahatlerdir. Bir numaralı tanımı temel alarak düşünüldüğünde, Ahlat ilçesine dair gerçekleştirilen kültür turizmi faaliyetlerinin özelliklerine daha uygun olduğu tespit edilmiştir.

Bu çalışmada, kültürlerarası iletişim bağlamında Ahlat ilçesine yapılan kültür turizmi potansiyeli incelenmiştir. Araştırmada, Ahlat ilçesine kültür turu düzenleyen seyahat acenteleri, Ahlat ilçesinin turizm yetkilileri/görevlileri ve yerel halktan temsilciler ile gerçekleştirilen mülakatlar sonucunda elde edilen bilgiler ile SWOT analizi gerçekleştirilmiştir. İlgili veriler ışığında gerçekleştirilen çalışmanın verileri TOWS matrisine uyarlanarak, kültürlerarası iletişim bağlamında Ahlat ilçesi kültür turizmi potansiyeli perspektifinden izlenmesi gereken stratejiler ve alınması gereken tedbirler saptanmıştır. Ahlat ilçesine yönelik turizmin planlaması bakımından en etkin sonucu vermesi adına turizm pazarının bu yöreye yönelik kültür tur eğilimleri incelenmiş ve bu durumun güçlü ve zayıf yönleri tespit edilmiş, oluşan/oluşabilecek muhtemel sonuçları, fırsatları ve tehditleri belirlenmiştir.

Gerçekleştirilen SWOT analizi ile elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde; araştırmanın, hem yerel kültür miras öğelerini canlandırabilme ve bu öğelerin turizme katkılarını artırma açısından hem de tur/seyahat acentelerinin bölge turlarını pazarlayabilmeleri açısından ve eş zamanlı olarak Ahlat ilçesine yönelik yürütülen kültür turizminin gelişmesi adına büyük önem arz ettiği görülmüştür. Bu çalışma, bölgenin, kültürünü tanıtmaya, tur etkileşimleri ile kültürlerarası iletişime katkı sağlama potansiyeli açısından başat önem taşımaktadır. Ayrıca, bölgenin sahip olduğu tarihi ve zengin kültürel mirası kültür turizmi pazarında olmak üzere tüm dünya nezdinde turistik merak/heyecan uyandıran bir kültür turizm durağı olarak pazarlanabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmanın sonuçları değerlendirildiğinde, Bitlis ilinin en popüler kültür turizm duraklarından biri olan Ahlat ilçesi, zengin kültürel mirasının pazarlanması açısından kültür turizminden faydalanmak ve bu kültürün ülke turizm planlamasında daha kapsamlı, etkin ve efektif bir tanıtımının yapılması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Ulaşılan sonuçlara göre pazar potansiyeli yeterince kullanılmamaktadır. Yerel turizm otoriteleri aracılığıyla gerçekleştirilen turizm planlaması ve bu planların geliştirilme stratejilerinde yöre kültürünün, kültürel öğelerin ve kültürel miras ürünlerinin daha kapsamlı tanıtılmasının gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca

Çalışma ile yerel turizm otoritelerine, Türkiye’de Ahlat ilçesinin tanınırılığına katkı sağlayacak ve henüz yeterince ön plana çıkmayan kültür turizm potansiyelini, turizm pazarına yansıtması önerisinde bulunulmuştur.

Tanıtım faaliyetlerinin temel noktalardan biri olarak yerel kültür ve ürünlerinin sunulması ile birlikte geleceğe yönelik Ahlat’a turist çekim stratejileri önerilmiştir. Tanıtım için planlanan stratejide yerel kültürün tanıtılması faaliyetlerinin çift taraflı olarak dşnlerek hem yerel turizm yetkilileri hem de genel Türk turizm yetkilileri tarafından yapılması gerektiği gerçeği ortaya çıkarılmıştır. Tanıtımın daha etkin, verimli ve efektif gerçekleştirilebilmesi adına yerel otoriteler, yerel halk ve turizmin tüm paydaşları ile iş birliğinin kurulması önerilmektedir. Tüm bu öneriler ile birlikte, yerel halkın turizme katılım oranını arttırmak adına finansal teşviklerin arttırılması gerekliliği de ön plana çıkmaktadır. Bölge ve ülke turizmcileri için yerel kültür ürünlerinin turistik ürünlere evrilmesinin faydaları ile hem doğal kültürün korunması açısından hem finansal bir getiri olarak kullanılması bakımından hem de bölgede oluşacak olan etkileşim ile birlikte kültürlerarası iletişimin gelişmesine de katkıda bulunacağı önemli bir gerçekliği oluşurmaktadır.

Literatür taramasında kültür turizmi konulu araştırmalar çok fazla bulunmaktadır. Ancak kültürlerarası iletişim bağlamında çok fazla çalışma yapılmadığı grlmştir. Bu yüzden söz konusu çalışmanın kültürlerarası iletişim bağlamında kültür turizmi araştırmalarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca daha önce yürütülen araştırmalarda kültür turizmine dair konular, kültürlerarası iletişim açısından değerlendirilmemiştir. Bu yüzden kültür turizmi açısından kültürlerarası iletişimin değerlendirilmesi ayrıca önem taşımaktadır.

Literatürde bulunan söz konusu eksikliğin giderilmesi için konuyla alakalı olarak daha fazla akademik ve uygulamalı çalışma yapılarak, durumsal farkındalığın arttırılması da hem Ahlat ilçesinin hem de kültürlerarası iletişim olgusunun turizm sektöründeki bağı açısından önem taşınmaktadır. Bu bağlamda değerlendirildiğinde, yapılan ilgili çalışma, daha sonra yapılacak olan araştırmaların, kültür turizmi perspektifinden farklı bölgelerin ve farklı ülkelerin turizm potansiyellerinin ve ilgili potansiyelin geliştirilme stratejilerinin değerlendirilmesine kaynak niteliği taşımaktadır.

Çalışma neticesinde ulaşılan nitel veriler ışığında ve araştırmanın tamamı süresince ortaya çıkan sonuçlar incelendiğinde, geliştirilen nerileri şu şekilde açıklamak mümkündür;

- Ahlat ilçesinin zengin tarihi mirası ve kültür ürünlerinin çeşitliliği, turistlere yönelik gelecekteki kültür turizm pazarlama stratejilerinde kesinlikle kullanılmalıdır.

- Kültür turizminin yanı sıra, turistlere Ahlat ilçesinin diğer turizm olanakları da tanıtılmalıdır.
- Ahlat yöresel ürünü olan Ahlat bastonunun ticaretini güçlendirecek şekilde, Ahlat'ın bastonda  nc  bir marka olarak tanıtımının tüm turistlere yönelik yapılmalıdır.
- Yerel seyahat acenteleri ve rehberler turistlere dönük tur programlarını gözden geçirmeli ve geliştirmelidir. Tur rehberleri mümkün olduğunca yerel halk mensupları dâhilinde değerlendirilmeli ve yeti tirilmelidir. Bu e ilimle bölgede turizme aktif katılım sağlanırken, istihdam sağlanarak i  potansiyeli de arttırılmış olacaktır.
- Genel olarak turistlerin ulaşım konusuna de inilmeli, gerekli kolaylıklar sağlanmalı ve iyileştirmeler yapılmalıdır. Yerel taşıma şirketlerini daha aktif kullanarak, ulaşım imkanları kolayla tırılabilir. Ayrıca yurtiçi organizasyonu ile sınırlı kalmadan, yurt dışı seyahatler için de paket promosyonlar teşvik edilmelidir.
- Ahlat ilçesine yönelik kültür turizminin en önemli sorunlarından biri olan iklim koşulları sorunu, farklı turistik alternatifler ortaya çıkarılmasıyla azaltılabilecektir. Böylece mevsimsel ziyaretler konusunda c z m  nerileri de geli tirilebilecektir. Alternatif turizm seçenekleri sorunu gidermese de minimize etme gayesiyle tanıtılmalıdır.
- Acenteler tarafından tanıtımı ve pazarlama faaliyetleri gerçekleştirilen Ahlat ilçesi tur organizasyonu, ekstra tur olarak değil, ilk etapta bölge turu ile beraber d   n lmelidir.
- Turistlere seyahat ve konaklama açısından c eitli kolaylıklar ile uygun ödeme seçenekleri ve daha uygun gezi opsiyonları ve tur fiyatları sunulmalıdır. İlgili kolaylıklar turistlerin yöre ziyaretlerini arttırabilme özelliğine sahiptir.
- Turistlerin bölgeyi tercih etmeme sebepleri arasında aktivite eksikliği ile etkili tanıtım faaliyetlerinin ger ekle tirilmemesi yatmaktadır. Bu sebeple, turistik aktivite seçenekleri arttırılarak daha etkili sunumlar ger ekle tirilmeli, tanıtımlar kuvvetlendirilmeli ve tanıtımlar ile gezi programlarının sayıları c o altılmalıdır.
- Tur organizatörleri tarafından yerel kültürü tanıtan yeni, yaratıcı, farklı ve dikkat c ekici turistik ürünlere ihtiyaç duyulmaktadır. Turistlerin Ahlat ilçesi ile alakadar olarak ilgilerini daha fazla c ekecek yeni turistik ürünler ve faaliyetler ortaya çıkarılmalıdır.
- Turistlerin yöreye gelmelerine aracı olacak ve dikkatlerini bu bölgeye c ekebilecek daha kapsamlı bir kültür tanıtımı yapılmalıdır. İlgili tanıtım faaliyetleri konusunda yönetim erkleri ve kurumlarının da desteği alınmalıdır.

- Yerel yönetimler ve turistik organizatörler/işletmeler, yerel halk turizmi geliştirme hususunda iş birliği yapmalıdır. Yöre kültürünü ve coğrafyasını bilen ve tanıyan yöre insanı istihdam edilmelidir.
- Bitlis ilinin popüler turistik duraklarından biri olan Ahlat ilçesinin, kültürünün tanınırlığı ve pazarda yer alması konuları üzerinde daha fazla çalışılmalıdır.
- Ahlat ilçesinin kültür turizmini geliştirecek yerel kültür objeleri daha etkin biçimde kullanılmalıdır.
- Bitlis'in kültür turizmi bağlamında önemli turizm noktalarından biri olan Ahlat ilçesi için daha etkin, daha vizyonel ve uzun vadeye yayılan pazarlama stratejileri oluşturmalıdır.
- Ahlat turlarını güzelleştiren kültürel unsurların kullanımı yerel yönetimler aracılığı ile teşvik edilmeli ve böylece bölge turizm girişimleri arttırılmalıdır. Bu hem yerel halka hem ülke turizmine ve paydaşlarına olumlu katkılar sunacaktır.
- Ülke adına Ahlat ilçesinin tanıtımının eksikliği, Türkiye'nin dünyada tanınırlığı ve bilinirliği stratejisinin önemli bir unsuru olarak görülmelidir. Ahlat ilçesinin kültürü ülke kültürünün önemli sembollerinden biri olarak sahiplenerek, tanıtılmalıdır. Tur operatörleri ve seyahat acenteleri aracılığı ile gerçekleştirilen etkili ve çekici gezi programlarının pazarlanması ile hem ülke hem bölge hem de katılım sağlayan turistler çeşitli kazanımlar elde edebilecektir.

Çalışma kapsamında Swot analizi ve Tows matrisi uygulanarak, Ahlat ilçesinin kültür turizmi potansiyeli incelenmiştir. Elde edilen bulgular ışığında çeşitli öneriler sunulmuştur. Turizm politikaları ve stratejileri doğru uygulandığı takdirde, yöreye daha çok turist çekilebileceği kanısına varılmıştır. İlçeye daha çok turistin gelebilmesi ile kültürel etkileşim artacağından dolayı kültürlerarası iletişime de katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- [1] «<https://www.bloomberght.com>,» [Çevrimiçi]. Available: <https://www.bloomberght.com/bakan-ersoy-turkiye-nin-2023-turizm-stratejisini-acikladi-2233963>. [Erişildi: 11 Kasım 2022].
- [2] C. Tok, «Kültür Turizmi,» %1 içinde II. Turizm Şurası Bildirileri, Ankara, 2002.
- [3] B. Güvenç, İnsan ve Kültür, 7 dü., İstanbul: Remzi Kitabevi, 1996, p. 102.
- [4] E. Gökalp, Sosyolojiye Giriş, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 2013, p. 99.
- [5] H. Taylor, «Effects of Ethnic Group Cultural Differences on Cooperative and Competitive Behavior on a Group Task,» Academy of Management Journal, cilt 4, no. 34, pp. 827-847, 1991.
- [6] B. Güvenç, İnsan ve Kültür, İstanbul: Remzi Kitabevi, 1994, p. 48.
- [7] «<https://sozluk.gov.tr/>,» 2022.
- [8] O. Özmen, «Kültürlerarası İletişim Bağlamında Balkan Göçmenlerinin Kültürleşme Süreci; Yalova İli Örneği,» Yalova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Tasarımı Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, 2020.
- [9] S. B. Okmeydan, Kültürlerarası İletişim; İletişim Odaklı Güncel Yaklaşımlar İçinde, Konya: Eğitim Yayınevi, 2019, pp. 93- 124.
- [10] S. S. Tunçay ve P. Sürat Özer, «Kültürü Çözümlemeye İlişkin Sınıflamalar,» Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, cilt 55, no. 1, pp. 20-39, 2020.
- [11] E. Çelebi, «Farklı Kültürel Ortamlara Göçte Yaşanılan Kaygı ve Belirsizlik Sorunu: Ve Bu Sorunların Çözümü İçin Halkla İlişkiler Çalışmalarına Odaklanma,» Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi, no. 34, pp. 27-39, 2015.
- [12] O. Bahar ve M. Kozak, Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik, Ankara: Detay Yayıncılık, 2005.
- [13] N. Leiper, «An Etymology of Tourism,» Annals of Tourism , pp. 277-280, 1983.
- [14] N. Leiper, Tourism Management, Melbourne: RMIT Publishing, 1997.
- [15] S. A. Roney, Turizm Bir Sistemin Analizi, Ankara: Detay Yayıncılık, 2011.
- [16] F. Brown, Tourism Reassessed: Blight or Blessing?, Oxford: Butterworth & Heinemann, 2000.
- [17] P. J. Sheldon, «Destination Information Systems,» Annals of Tourism Research, pp. 633-649, 1993.
- [18] «Commissioned by the Ontario Ministry of Tourism for the Tourism Competitiveness Study,» [Çevrimiçi]. Available:

efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.mtc.gov.on.ca/en/publications/Ontario_Cultural_and_Heritage_Tourism.pdf. [Erişildi: 17 Haziran 2022].

- [19] O. Çulha, «Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Çalışması,» Journal of Yasar University, cilt 3, no. 12, pp. 1827-1852, 2008.
- [20] G. Richards, Cultural Attractions and European Tourism, İngiltere: Cabi International, 2001.
- [21] A. Pedersen, World Heritage Manuals, Paris: UNESCO World Heritage Centre, 2002.
- [22] S. Medlik, Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality, UK: Butterworth-Heinemann, 2003.
- [23] S. M. Uygur ve E. Baykan, «Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri,» Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, cilt 2, pp. 1-20, 2007.
- [24] A. S. Bahçe, «Kırsal Gelişimde Kültür (Mirası) Turizmi Modeli,» Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt 25, pp. 1-13, 2009.
- [25] P. C. Arınç, «Selçuk'ta Kültür Turizmi,» Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2002.
- [26] T. Silberger, «Cultural Tourism and Business Opportunities for Museums and Heritage Sites,» Tourism Management, cilt 16, pp. 361-365, 1995.
- [27] J. Saarinen, N. Moswete ve M. Monare, «Cultural Tourism: New Opportunities Heritage Sites,» Tourism Management, cilt 16, no. 5, pp. 361-365, 2014.
- [28] Y. Öztürk ve İ. Yazıcıoğlu, «Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma,» Ticaret ve Turizm eğitim Fakültesi Dergisi, cilt 2, 2002.
- [29] M. Lynch, P. N. Duinker, L. R. Sheehan ve J. E. Chute, «The Demand for Mikmaw Cultural Tourism: Tourist Perspectives,» Tourism Management, cilt 32, no. 5, pp. 977-986, 2011.
- [30] T. Toskay, Turizm, İstanbul: Der Yayınları, 1993.
- [31] A. Tunç ve F. Saç, Genel Turizm, Ankara: Detay Yayıncılık, 1998.
- [32] İ. Kızılırmak ve H. Kurtuldu, «Kültürel Turizmin Önemi ve Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma,» Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, cilt 1, pp. 100-120, 2005.
- [33] Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022.
- [34] T. Çetin ve F. Gürgül, «Üniversite Öğrencilerinin Bartın'ın Doğal ve Kültürel Turizm Değerlerine Yönelik Farkındalıkları,» Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt 7, no. 4, pp. 255-274, 2014.
- [35] G. Emekli, «Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm,» Ege Coğrafya Dergisi, no. 15, pp. 51-59, 2006.

- [36] B. Gülcan, «Türkiye’de Kültür Turizminin Ürün Yapısı ve Somut Kültür Varlıklarına Dayalı Ürün Farklılaştırma İhtiyacı,» İşletme Araştırmaları Dergisi, cilt 2, no. 1, p. 12, 2010.
- [37] D. Jovicic, «Culturel Tourism in the Context of Relations Between Mass and Alternative Tourism,» Current Issues in Tourism, cilt 19, no. 6, pp. 605-612, 2014.
- [38] H. Houghes, «Culture and Tourism: A Framework for Further Analysis,» Managing Leisure, cilt 7, pp. 164-175, 2002.
- [39] W. Anderson, «Culturel Tourism and Poverty Alleviation in Rural Kilimanjaro, Tanzania,» Journal of Tourismans Culturel Change, cilt 13, no. 3, pp. 208-224, 2015.
- [40] M. Samidi, «Cultural Heritage Preservation and Presentation in Indonesia,» Workshop, cilt 6, 2001.
- [41] H. Z. Doğan, Turizmin Sosyo- Kültürel Temelleri, Ankara: Detay Yayıncılık, 2003.
- [42] S. Karaçor, «1980 Sonrası Turizmde Etkinliği Arttırıcı Politikaların Türkiye Ekonomisi Üzerine Etkileri,» Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi, cilt 1, no. 207-221, p. 1, 1998.
- [43] A. İlkin ve M. Z. Dinçer , «Turizm Kesiminin Türk Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi,» TOBB Yayınları Ekonomik ve Sosyal Sorunlar Çözüm Önerileri Dizisi, 1991.
- [44] Ö. Yağcı, Turizm Ekonomisi, Ankara: Detay Yayınları, 2003, p. 179.
- [45] G. Emekli, «Kültür Mirasının Kültürel Turizm Yaklaşımıyla Değerlendirilmesi,» %1 içinde 2. Coğrafi Çevre Koruma ve Turizm Sempozyumu, 2003.
- [46] D. Abulafia, Büyük Deniz Akdeniz’de İnsanlık Tarihi, İstanbul: Alfa Yayıncılık, 2012.
- [47] F. G. Romero, «Sports Tourism in Ancient Greece,» Journal of Tourism History, cilt 5, no. 2, pp. 146-160, 2013.
- [48] L. Casson, Antik Çağda Seyahat, İstanbul: MB Yayınevi, 2008.
- [49] W. Löschburg, Seyahatin Kültür Tarihi, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 1998.
- [50] S. Misiura, Heritage Marketing, Oxford: Butterworth Heinemann, 2006.
- [51] J. Craik, The Culture Of Tourism, Tourism, Critical Concepts In The Social Sciences, New York: Routledge Taylor&Francis Group, 2004.
- [52] A. C. Gunn ve T. Var, Tourism Plannig, Basics, Concepts, Cases,, New York: Routledge Taylor&Francis Group, 2002.
- [53] Türkiye Turizm Stratejisi, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007.
- [54] Ö. Değirmencioğlu ve S. Ahıpaşaoğlu, Anadolu’da Turizm Rehberliği Temel Bilgileri, Ankara: Gazi Kitabevi, 2003.
- [55] O. Akova ve A. Çetinkaya, «Safranbolu’yu Ziyaret Eden Turistlerin Sosyo-Demografik Özellikleri ve Ziyaretçilere Yönelik Kültür Turizmi Değerlendirmesi,» %1 içinde Kültür Turizmi Semineri, Zonguldak, 1999.

- [56] Tatvan Ticaret ve Sanayi Odası Turizm Raporu, 2019.
- [57] Bitlis Valiliği, 2022.
- [58] «Ahlat Vakfı web sitesi,» [Çevrimiçi]. Available: <http://www.ahlatvakfi.org.tr/index.php/ekonomi/#page-content>. [Erişildi: 14 Haziran 2022].
- [59] Ahlat Kaymakamlığı, 2021.
- [60] «Ahlat Kültür Turizm Tanıtma ve Yardımlaşma Derneği web sitesi,» [Çevrimiçi]. Available: <https://ahlatider.org/ahlat-tanitim/>. [Erişildi: 10 Haziran 2022].
- [61] «Türkiye İstatistik Kurumu web sitesi,» [Çevrimiçi]. Available: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2021-45500>. [Erişildi: 11 Haziran 2022].
- [62] M. Doğru, C. Alyılmaz, R. Karahan, . M. Yakar, A. Ulvi ve A. S. Toprak, «Ahlat Selçuklu Mezar Taşlarının 3 Boyutlu Lazer Tarayıcılar ile Modellenmesi,» %1 içinde III. Ahlat-Avrasya Bilim, Kültür ve Sanat Sempozyumu, Ahlat-Bitlis, 2015.
- [63] O. Belli, «Türk Kültüründe Taş Balbal ve İnsan Biçimli Heykeller,» %1 içinde I. Ahlat-Avrasya Bilim, Kültür ve Sanat Sempozyumu, Ahlat-Bitlis, 2013.
- [64] R. Karahan ve S. Bak, «Ahlat Meydan Mezarlığı Mezar Taşlarında Kitabe,» %1 içinde III. Ahlat-Avrasya Bilim, Kültür ve Sanat Sempozyumu, Ahlat-Bitlis, 2015.
- [65] Y. Bingöl, «İshak Paşa Türbesinin Mimari Tasarımının Ahlat Kümbetleri ile Karşılaştırması,» %1 içinde III. Ahlat-Avrasya Bilim, Kültür ve Sanat Sempozyumu, Ahlat-Bitlis, 2013.
- [66] Ş. Öztürk, «Ahlat'ta Mimari Su Yapıları,» %1 içinde I. Ahlat-Avrasya Bilim, Kültür ve Sanat Sempozyumu, Ahlat-Bitlis, 2013.
- [67] «T.C. Bitlis Valiliği web sitesi,» [Çevrimiçi]. Available: <http://www.bitlis.gov.tr/turizm1>. [Erişildi: 12 Haziran 2022].
- [68] A. Stauss ve J. Corbin, Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques, New Delhi: SAGE Publications, 1990.
- [69] Y. Usta ve Ö. Başar, «Stratejik Yaklaşım,» 2022. [Çevrimiçi]. Available: <http://danismend.com/kategori/altkategori/stratejikyaklasim/>. [Erişildi: 12 Mart 2022].
- [70] E. Karadeniz, S. Y. Kandır ve B. Önal, «Seçilmiş Paydaşların SWOT Yöntemiyle Türk Turizm Yatırımlarını Değerlendirilmesine Yönelik bir Pilot Çalışma,» Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, pp. 195-205, 2007.

EKLER

EK 1: Tur Firmaları Görüşme Soruları

1. Ahlat'a gelen turist profili (cinsiyet, yaş, evlilik durumu, etniklik) nedir?
2. Sadece Ahlat kültür turizmini kapsayan turlarınız var mı yoksa Ahlat turları sadece Güneydoğu turları içinde mi yer almaktadır?
3. Ahlat ilçesi kültür turizmi için en uygun sezon ne zamandır?
4. Ahlat'a giden turistlerin seyahat amaçları nedir?
5. Turistler Ahlat'ta ortalama olarak kaç gece kalmaktadır?
6. Ahlat'da yapılacak olan en popüler aktiviteler nelerdir?
7. Turistlerin ilgisini en çok çeken hediyelik eşya nedir? Hediyelik eşya konusunda öneriniz var mı?
8. Ahlat'ta en popüler destinasyonlar nerelerdir?
9. Ahlat'a gelmeden önce turistlerin yöre kültürü hakkında bilgisi nedir?
10. Varsa, ne tür bilgiye sahipler?
11. Rehberleri nereden buluyorsunuz? Ahlat'taki rehberiniz yerel mi, yoksa nereden temin ediyorsunuz?
12. Kubbetül İslam terimin nereden geldiğini rehberiniz anlatıyor mu veya turistler önceden biliyor mu?
13. Ahlat'ın Türk tarihindeki yeri ve önemini rehberiniz anlatıyor mu?
14. Yöre adına ne tür kültür ürün çekicilikleri geliştirilebilir veya var olan ürünler nasıl cazip hale getirilebilir? Neler eksik?
15. Acentelerinize göre, turistlerin Ahlat kültür turunu seçmelerinde yerel kültürün etkisi var mıdır?
16. Kültür turizmin bir turistik ürün olarak Ahlat'a yönelik tur organizasyonlarında farklı turizm alternatifleri de yer alıyor mu?
17. Ahlat kültürünü ülke içinde yerli turistlere nasıl pazarlıyorsunuz?
18. Yöre tur programlarını pazarlamada ne tür zorluklarla karşılaşyorsunuz?

19. Ahlat ilçesinin kültür organizasyonlarını Türkiye’de yaşayan yerli turistlerin öğrenmesi gerekli mi? Neden?
20. Ahlat turunu içeren organizasyonlar pahalı mı?
21. Yöreye ait turların artmasında engeller nelerdir?
22. Ahlat kültürünü içeren turlara katılanların demografik özellikleri nelerdir?
23. Yöre turizmi açısından eksik gördüğünüz arz unsurları nelerdir?
24. Yerel halkın yöreye gerçekleştirilen kültür turizmine bakış açıları nasıldır?
25. Sizce Ahlat ilçesine yönelik turlar daha fazla geliştirilmeli mi?
26. Ahlat’a düzenlenen turların geliştirilmesi için neler yapılmalı?



EK 2: Yerel Turizm Otoriteleri/Yetkilileri Görüşme Soruları

Ahlat ilçesinin turizm gelişiminin süreci hakkında ve yerel halk kültürü ile ilişkisi;

1. Kültür turizmin gelişiminin faydaları ve olumsuz etkileri ne olabilmektedir? (altyapı, istihdam, gelir sağlama, sosyo-kültürel konular, çevre vb.)
2. Kültür turizm endüstrisinde Ahlat İlçesi yerel halk kültürünün rolü ve statüsü nedir?
3. Kültür turizmi bağlamında Ahlat bölgesi teşvik edilmekte midir? Bu yörede kültür turizminin geliştirmesinde esas zorluklar, potansiyel zayıflıklar nelerdir?
4. Ne tür yerel kültür öğeleri turizmde kullanılmaktadır? Ahlat kültürel öğeleri ve kültür turları tur operatörleri turlarında yer almakta mıdır?
5. Yerel halk turizm ile ilgili işlerde çalışmakta mıdır? Ne kadar?
6. Kültür turizmin gelişiminin Ahlat ilçesi topluluğu üzerinde olumsuz etkileri olabilmekte midir?
7. Bölge yerel halkının turizme bakış açıları nedir?

Turizm planlaması ve yerel halkın katılımı;

8. Turizm planlama stratejiniz var mı? Planlama bütçesi ve fon kaynakları nelerdir?
9. Kültür turizmi, turizm planlamasında yer almakta mıdır?
10. Yerel kültürün korunması için fonlar ayırmakta mıdır?
11. Bölge turist profili nedir?
12. Turist profil grubunun gelecek kültür turizminin kapasitesi ve fırsatları hakkında fikriniz nedir?
13. Turizm planlamasında ve geliştirmesinde Ahlat halkı yer almakta mıdır?
14. Başarılı bir turizm gelişimi için toplumdaki her kesimin turizm karar mekanizmasına tam katılımı gerekli midir?
15. Toplum bireylerinin turizm karar mekanizmalarında yer alabilmeleri için fırsat yaratılmış mıdır?

16. Turizm sektörü her zaman toplumunun değer yargılarını dikkate almakta mıdır?
17. Ülke turizm politikalarında Ahlat kültür turizmi pazarlaması yapılmakta mıdır? Gelecek planlarında yer almakta mıdır?



EK 3: Yerel Turizm İşletmecisi Görüşme Soruları

1. Ne tür turistik işletmeye sahipsiniz? Ne tür ürünleri/hizmetleri turistlere sunuyorsunuz?
2. Ne zamandır bu iş yapıyorsunuz? İşiniz nasıl gidiyor? Neden bu işe girdiniz?
3. Bölge topluluklarından mısınız? Ne zamandır Ahlat'ta yaşıyorsunuz?
4. Yöre turizm planlamasına hiç katıldınız mı? Hayırsa, katılmak ister misiniz?
5. Toplum bireylerinin turizm karar mekanizmalarında yer alabilmeleri için fırsatlar yaratılmış mıdır?
6. Ne tür yerel çekicilikler ve turistik ürünleri gelecek turizm planlamasında geliştirilebilir?
7. Bölge turizm endüstrisinde Ahlat kültürünün rolü ve statüsü nedir?
8. Kültürel turizmin gelişiminin Ahlat halkının üzerindeki faydaları ve olumsuz etkileri ne olabilmektedir?
9. Ahlat kültür turizmine yönelik işinizin pazarlaması yapılmakta mı, gelecek planlarında yer almakta mıdır?
10. Türk turist grupları işletmenizi ziyaret etmekte midir?

ÖZGEÇMİŞ

İlkokul 1. Sınıfı okuduktan sonra Ahlat'a yerleşip ilk, orta ve lise öğrenimini Ahlat'ta tamamladı. 2006 yılında girdiği Konya Selçuk Üniversitesi Hadim Meslek Yüksek Okulu Harita Kadastro Bölümünden, 2008 yılında mezun oldu. 2008 yılında Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğünde Harita Teknikeri olarak göreve başlayıp, 2018 yılında Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Kamu Yönetimi Bölümünden mezun oldu.

