



T.C.
BATMAN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

YEREL HALKIN TURİZM GELİŞİMİNE YÖNELİK ALGILARI: MARDİN
SÜRYANİ TOPLULUĞU ÖRNEĞİ

GÜLTEN ÖZHAN ÖZTÜRK
YÜKSEK LİSANS TEZİ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

DANIŞMAN
DOÇ. DR. MUSTAFA DOĞAN

AĞUSTOS-2022
BATMAN
Her Hakkı Saklıdır

TEZ KABUL VE ONAYI

Gülten ÖZHAN ÖZTÜRK tarafından hazırlanan “Yerel Halkın Turizm Gelişimine Yönelik Algıları: Mardin Süryani Topluluğu rneęi” adlı tez çalışması 01/09/2022 tarihinde aşığıdaki jüri yeleri tarafından oy birliği ile Batman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı’nda YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Jüri yeleri

İmza

Başkan

Doç. Dr. Mustafa DOğAN

.....

Danışman

Doç. Dr. Mustafa DOğAN

.....

ye

Dr. Öęrt. Üyesi Volkan GENÇ

.....

ye

Dr. Öęrt. Üyesi Derya DEMİRDİZEN

.....

Yukarıdaki sonucu onaylarım.

Prof. Dr. Osman PAKMA

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

TEZ BİLDİRİMİ

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

DECLARATION PAGE

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

Gülten ÖZHAN ÖZTÜRK
Tarih:

ÖZET

YÜKSEK LİSANS

YEREL HALKIN TURİZM GELİŞİMİNE YÖNELİK ALGILARI: MARDİN SÜRYANİ TOPLULUĞU ÖRNEĞİ

Gülten ÖZHAN ÖZTÜRK

BATMAN ÜNİVERSİTESİ LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

Danışman: Doç. Dr. Mustafa DOĞAN

2022, 88 Sayfa

Jüri

Dr. Öğr. Üyesi Volkan GENÇ

Dr. Öğr. Üyesi Derya Demirdizen ÇEVİK

Bu çalışmanın amacı, turizm hareketinin geliştiği ve yoğunlaştığı destinasyonlarda yerel halkın turizm gelişimine yönelik algılarını belirlemektir. Bu kapsamda araştırma, turizmin yerel toplum üzerindeki etkilerini, etnik ve dini açıdan zengin bir mirasa sahip olan Mardin’de, önemli etnik topluluklardan biri olan “Süryaniler” üzerinden incelemiştir. Süryani toplumunun özel olarak seçilmesinde, Anadolu’nun çok eski ve farklı etnik ve dini kimliği olan bir halk olması, onlarla ilgili turizm odaklı yeterli sayıda çalışma olmaması, unutulmaya yüz tutmuş bir toplum olmaları gibi faktörler etkili olmuştur. Mardin’in tezin araştırma alanı olarak belirlenmesi ve sınırlandırılmasında; turizm faaliyetlerinin yoğun olarak gerçekleştiği bir il olması, Süryani halkının daha çok Mardin ve çevresinde yaşamlarını sürdürmeleri ve Süryani Kadim Kiliselerinin ikisinin de Mardin’de olması belirleyici olmuştur. Araştırma evreni Mardin ili sınırlarında ikamet eden Süryani topluluğudur. Tez bir alan araştırması olup nicel ve nitel yöntemleri kullanan karma bir yapıya dayanmaktadır. Alan araştırmasının verileri anket tekniği kullanılarak yüz yüze görüşmeyle ve araştırmacının doğrudan gözlemleriyle toplanmıştır.

Araştırma sonucunda Süryaniler’in, Mardin’de turizm gelişiminden genel olarak memnun oldukları; turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerine yönelik yüksek düzeylerde olumlu algılara sahip oldukları görülmüştür. Ayrıca turizmin, Mardin’de yaşayan Süryani toplumuna özellikle ekonomik yönden olumlu katkı sağladığı tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Mardin, Süryaniler, Turizm gelişimi, Turizmin etkileri, Türkiye, Yerel halk.

ABSTRACT
MS THESIS
THE PERCEPTIONS OF LOCAL PEOPLE ABOUT TOURISM DEVELOPMENT:
THE EXAMPLE OF MARDİN SYRIAC COMMUNITY

Gülten ZHAN ÖZTÜRK

INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES OF BATMAN UNIVERSITY
THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE IN TOURISM MANAGEMENT

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Mustafa DOĞAN

2022, 88 Pages

Jury

Assist. Prof. Dr. yesi Volkan GENÇ

Assist. Prof. Dr. Derya Demirdizen ÇEVİK

The aim of this study is to determine the perceptions of the local people towards tourism development in the destinations where the tourism movement develops and intensifies. In this context, the research has examined the effects of tourism on the local people through “Assyrians”, one of the important ethnic communities in Mardin which has a rich heritage in terms of ethnic and religious. Factors such as that Anatolia is a community with an old and different ethnic and religious identity, there are not enough tourism-oriented studies about them, and they are about to be forgotten have been effective in the selection of the Syriac community. In determining and limiting Mardin as the research area of the thesis; that Mardin is a province where tourism activities take place intensively, that the Assyrian people continue their lives in and around Mardin, and that both Syriac Ancient Churches are in Mardin have been decisive. The population of the research is the Assyrian community residing within the borders of Mardin province. The thesis is a field research and is based on a mixed structure using quantitative and qualitative methods. The data of the field study were collected through face-to-face interviews and direct observation of the researcher by using the questionnaire technique.

As a result of the research, it has been seen that Assyrians are generally satisfied with the tourism development in Mardin; It has been seen that they have high levels of positive perceptions about the economic, socio-cultural and environmental effects of tourism. In addition, it has been seen that tourism provides positive contribution to the Syriac community living in Mardin, especially in economic terms.

Keywords: Local People, Mardin, Syriac community, Tourism development, Tourism impacts, Turkey.

ÖNSÖZ

Bu çalışma Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan Mardin ili ve çevresinde yaşayan Süryani topluluğun üzerindeki turizm etkisinin neler olduğu amacıyla ortaya koyulmuştur. Ayrıca bu çalışmanın alt konusu Mardin ilinin turizm özellikleri ve potansiyelini oluşturmaktadır.

Çalışmam süresince sabırla, desteğini, yardımını ve katkılarını benden esirgemeyen sayın tez danışmanım Doç. Dr. Mustafa Doğan'a;

Yüksek lisans eğitimim süresince ders aldığım Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalındaki tüm hocalarıma;

Anketlerin doldurulması konusunda ve her türlü zor anımda bana yardımını esirgemeyen abim Davut Özhan'a;

Yine bu süre zarfında başından beri hep yanımda olan abim İsmail Özhan'a;

Bu süreçte her türlü yardımda bulunan sevgi dolu aileme;

Hayatımın her anında sabırla, sevgiyle yanımda duran ve desteklerini esirgemeyen canım eşim Turgut Öztürk'e ve özellikle motivasyon kaynağım olan kızım Dila Öztürk'e teşekkür ederim.

Gülten ÖZHAN ÖZTÜRK

BATMAN-2022

İÇİNDEKİLER

ÖZET	iv
ABSTRACT	v
ÖNSÖZ	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
ŞEKİL, RESİM VE TABLOLAR.....	x
KISALTMALAR.....	xi
BİRİNCİ BÖLÜM	1
KAVRAMSAL ÇERÇEVE	1
1.1. Giriş	1
1.2. Kavramsal Çerçeve	2
1.3. Turizm Gelişimi.....	6
1.3.1. Turizmin Gelişmesine Etki Eden Unsurlar.....	8
1.4. Turizm İşletmeleri.....	10
1.4.1. Seyahat İşletmeleri (Tur Operatörleri ve Seyahat Acentaları)	10
1.4.2. Ulaştırma işletmeleri.....	10
1.4.3. Konaklama işletmeleri.....	11
1.4.4.Yiyecek-İçecek İşletmeleri	12
1.4.5. Rekreasyon İşletmeleri	12
1.4.6. Diğer Turizm İşletmeleri	12
1.5. Yerel Halk.....	13
1.6. Ziyaretçi.....	14
1.7. Turizm Gelişimi ve Etkileri (Ekonomik, Sosyo-Kültürel Ve Çevresel).....	14
1.7.1. Turizm Gelişimi ve Ekonomi.....	14
1.7.1.1. Turizmin Olumlu (Pozitif) Ekonomik Etkileri	15
1.7.1.2.Turizmin Olumsuz (Negatif) Ekonomik Etkileri	17
1.7.2. Turizm Ve Toplumsal Çevre	18
1.7.2.1. Turizmin Olumlu (Pozitif) Toplumsal Etkileri	20
1.7.2.2. Turizmin Olumsuz (Negatif) Toplumsal Etkileri	21
1.7.3. Turizm ve Fiziksel Çevre.....	22
1.8. Literatür Taraması	24
İKİNCİ BÖLÜM	28

SÜRYANİLER	28
2.1. İnanç Boyutuyla Süryaniler.....	28
2.1.1. Süryaniliğin Etnik Kökeni.....	28
2.1.2. Süryanilerin Dili	30
2.1.3.Süryanilerin Tarihi	30
2.1.4. İslamiyet Döneminde Süryaniler.....	31
2.1.5. Türkiye’deki Süryaniler	31
2.1.6. Süryani Kilisesi	32
2.2. Süryanilerde İbadet.....	33
2.2.1.Süryani Ortodokslarda İnanç Esasları	33
2.3. Mardin ve Çevresinde Süryaniler.....	34
2.3.1. Tur Abdin Adı.....	34
2.3.2. Mardin ve Çevresindeki Süryanilerin Yaşantıları	34
2.3.3. Süryanilerde Medeni Yaşam	39
2.3.4. Süryaniler ’de Bilim, Sanat ve Kültür	40
2.3.5. Süryanilerde Dayanışma	40
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	41
TURİZM GELİŞİMİ ve SÜRYANİLER.....	41
3.1. Mardin ve Alan Araştırması	41
3.1.1. Mardin.....	41
3.1.2. Mardin İsmi	41
3.1.3. Mardin Tarihi	42
3.1.4. Mardin ve Turizm.....	44
3.2. Araştırmanın Amacı.....	46
3.3. Araştırmanın Problemi ve Hipotezleri	46
3.4. Araştırmanın Önemi.....	47
3.5. Araştırmanın Sınırları	48
3.6. Araştırmanın Yöntemi	48
3.7. Bulgular	49
3.7.1. Betimsel Analizler	49
3.7.1.1. Demografik Veriler	50
3.7.1.2. Yerel Halkın Turizmin Etkilerine Yönelik Algıları.....	53
3.8. Turizmin Mardin Süryani Topluluğuna Etkileri.....	58
4. TARTIŞMA	61
5. SONUÇ ve ÖNERİLER	64

KAYNAKÇA	66
EKLER	74
EK-1 Anket.....	74
ÖZGEÇMİŞ.....	77

ŞEKİL, RESİM VE TABLOLAR

RESİMLER

Resim 1: Mardin gün batımı.....	41
Resim 2: Mardin’den bir kesit.	44

ŞEKİLLER

Şekil 1: Butler’ın Turizm Yaşam Döngü Modeli	7
Şekil 2: Turizmin Gelişmesine Etki Eden Unsurlar	9
Şekil 3: Turizmin olumlu ekonomik etkileri	17
Şekil 4: Turizmin olumsuz ekonomik etkileri.	18

TABLOLAR

Tablo 1: Doxey’in Tolerans Modeli	9
Tablo 2: Mardin’de konaklayan ziyaretçi istatistikleri.....	45
Tablo 3: Örneklem Grubunun Sürekli (Resmi) İkamet Yerinin İstatistiksel Dağılımı	50
Tablo 4: Örneklem Grubunun İşinin Doğrudan Turizmle İlgili Olma Durumunun İstatistiksel Dağılımı	50
Tablo 5: Örneklem Grubunun Yaş Durumunun İstatistiksel Dağılımı.....	51
Tablo 6: Örneklem Grubunun Cinsiyet Durumunun İstatistiksel Dağılımı	51
Tablo 7: Örneklem Grubunun Medeni Durumunun İstatistiksel Dağılımı	51
Tablo 8: Örneklem Grubunun Eğitim Durumunun İstatistiksel Dağılımı	52
Tablo 9: Örneklem Grubunun Meslek-İş Durumunun İstatistiksel Dağılımı	52
Tablo 10: Örneklem Grubunun Turizmin Etkilerine Yönelik Düşüncelerinin İstatistiksel Dağılımı	53
Tablo 11: Örneklem Grubunun Turistik Faaliyetler ve İsteklerine Yönelik Düşüncelerinin İstatistiksel Dağılımı.....	55
Tablo 12: Örneklem Grubunun Ekonomik ve Sosyal Durumunun İstatistiksel Dağılımı	56

KISALTMALAR

AIEST: Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği

TCMB: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası

TDK: Türk Dil Kurumu

UNESCO: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Giriş

Turizm, ekonomik bir olay olmanın yanında doğal, sosyal ve kültürel değerlerle ekonomik değerler arasında denge kuran, toplumların ve bireylerin birbirlerini daha iyi bilmelerine, tanımalarına ve anlamalarına olanak sağlayan, çevre bilincini arttıran, destek veren bir endüstridir. Turizm toplumların her kesimini doğrudan veya dolaylı olarak ilgilendirmektedir. Bu nedenle turizm, ülkelerin gelişme çabalarına paralel ve gelişmişliğin bir uzantısı olarak, son yıllarda giderek önem kazanan bir sektör haline gelmiştir (Boyacıoğlu, 2002: 1).

Turizmin bir yörede geliştirilebilmesi ve yerel halkın turizmi benimsemesi için turizme bakış açısı son derece önemlidir. Yerel halkın bir paydaş olarak turizm gelişimine yönelik izlenimleri, turizm ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerine yönelik algıları destinasyonların gelişiminde önemli bir faktördür. Butler (1980) bir yerelin turistik destinasyon olarak gelişim evrelerinde yerel halkın turizme katılması ve turizme ilişkileri üzerinden analiz yaparken, Doxey (1975)'de doğrudan turizm gelişiminin her bir evresinde yerel halkın tepkisi ve tutumlarını irdelemiştir. Bu çalışmalar bir paydaş olarak yerel halkın turizm gelişimindeki önemini vurgulamış; turizmin geliştirdiği bölgelerde sadece turistin memnuniyetine yönelik perspektifi sorgulamıştır.

Terzin amacı, turizmin Türkiye'de önemli kültürel ve coğrafi konuma sahip Mardin'de yerli halkın bir parçası olan Süryani toplumunun turizm gelişimini nasıl algıladıkları; turizmin etkilerine yönelik izlenimlerinin neler olduğunu belirleyebilmektir. Bu etkiler, turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel boyutları dikkate alınarak incelenmiştir. Ayrıca yerli halkın turizm gelişiminden nasıl etkilendiği de çalışmada gözlemlenmeye çalışılmıştır.

Araştırma, Mardin Süryanileri nezdinde daha önce benzer içerikte geniş kapsamlı bir çalışmanın yapılmamış olması nedeniyle önemlidir. Mardin Süryaniler üzerinde turizm odaklı geniş çaplı bir araştırmaya rastlanmaması bu çalışmayı özel kılmaktadır. Bu araştırmayı önemli kılan bir başka sebep ise Mardin'in farklı ve ilgi çeken ev mimarisi, farklı tarihi eserleri kendi içinde barındırması, bu ilin birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması ve üç semavi dinin bir arada sorunsuz bir şekilde yaşamasıdır. Bununla birlikte Süryanilerin çoğu Tur Abdin denilen bölgede (Mardin ve çevresi) yaşamlarını sürdürmeleri araştırma alanı olarak Mardin'in seçilmesinde etkili olmuştur. Süryani toplumu bazı sebeplerden ötürü bu bölgeden göç etmiş olsa dahi bu bölge ile bağlarını koparmamaya ve önemli dini günlerde

ibadetlerini gerçekleştirmeye veya bir akrabalarını ziyaret etmek için bu bölgeye gelmeyi sürdürmüşlerdir. Süryani kültürünün bu bölgede varlığı, turizmin gelişimini etkilemiştir. Turistler için Mardin ilinin farklı mimarisi, farklı kültürel yapısı, kendine özgü gelenek ve göreneklerinin yanında Süryanilere ait birçok kilise ve manastırın bulunması bu bölgenin çekiciliğini arttırmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde turizmin gelişimi ve turizmin etkileri üzerinde durulmuş ve temel kavramlarla ilgili bilgiler verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde Süryani Topluluğu'nun kültürel özellikleri, önemli tarihsel olayları, Süryani inancı üzerinde durulmuştur.

Çalışmanın üçüncü bölümünde ise, Mardin ve Süryaniler üzerine alan araştırması ile birlikte Mardin'deki turizm gelişimine yönelik Süryaniler'in algıları ve Süryanilerin turizm gelişimine ilişkin tutumları incelenmiştir. Çalışmanın bu bölümünde Süryanilerin özellikle turizme katkılarının neler olduğu da ortaya konulmaya çalışılmıştır. Özellikle sahada bulunup doğrudan gözlemler sonucunda katılımcılardan turizm odaklı bilgiler elde edilmiştir. Yüz yüze görüşmelerden yola çıkarak katılımcıların özellikle Mardin merkezli, bağcılık-şarapçılık, telkârî işçiliği, gümüşçülük, bu alanlarda esnafılık ve cafe-restoran işletmeciliği gibi işlerle iştigal ettikleri görülmüştür.

1.2. Kavramsal Çerçeve

Turizm, dünya sektöründe hızla gelişme gösteren ve birçok alanda yarar sağlayan bir sektördür. Ülkelere ekonomik ve sosyo-kültürel katkıları oldukça büyük olduğu için önemle üzerinde durulmaktadır. Birçok faktörler; kişi başına düşen gelir seviyesindeki artış, iş hayatındaki çalışma saatlerinin azaltılması sonucunda insanların boş zamanlarının oluşması ve bununla beraber bu boş zamanlarında meydana gelen artış, tatilin artık bir ihtiyaç olarak görülmesi, teknolojik gelişmeler sayesinde ulaşımın çok iyi gelişmesi ve daha kolay yapılıyor olması, ülkelerin çoğunda vize uygulamalarının kalkması vb. turizm sektöründeki gelişmeye oldukça katkı sağlamaktadır.

Turizmin ekonomik ve sosyal etkilerinin yanında toplumlara çevresel, fiziksel katkıları da bulunmaktadır. Turizm olayına katılan kişiler doğayı temiz bırakarak, çevreye duyarlı olmaları, sonraki nesillere daha temiz bir dünya bırakabilme olanağı sunmaktadır (Aslan ve ark. 2016).

Turizmin bir ülke için ekonomik ve sosyal önemi tartışılmaz bir gerçektir. Bu sebeple bu kavramın temelde ne anlamda geldiğinden başlayarak çeşitleri ve her çeşidinin ne gibi avantajları olduğundan bahsetmek gerekir.

“Turizm” kelimesinin aslı Latince olup ve “tornus” sözcüğünden türetilmiştir. Kelime zamanla başta Fransızca ve İngilizce olmak üzere yaygın olarak kullanılan farklı dünya dillerine tour şeklinde intikal etmiştir. Kelime anlamı olarak insanların doğal güzellikleri, tarihi ve kültürel yerleri görme, dinlenme, eğlenme vb. amaçlarla yapılan gezileri ifade etmektedir. Kavramsal bir nitelik taşıyan her olgu gibi “Turizm” kavramı da zamanla içerisinde kelime anlamının yanında yaygın bir şekilde kullanımı ile beraber terimsel bir anlam kazanmıştır. Turizmin farklı yönlerine ve kapsamına vurgu yapan birçok tanım yapılmıştır. Turizm, bir kısım tarafından devamlı yaşanan ülkenin dışına dinlenme, eğlenme, tatil yapma ve belli ihtiyaçların giderilmesi için gerçekleştirilen seyahat ve geçici konaklama faaliyeti şeklinde tanımlanmıştır. Bir kısım tarafından ise daha dar bir tanım ile iş ya da dinlenme maksadıyla bir yerden belirli bir hedefe hareket etme faaliyeti şeklinde tarif edilip sadece belli amaçla hareket etme özelliği ön plana çıkarılmıştır. Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği (AIEST) turizmin kapsamını ve niteliğini daha geniş tutmaktadır (Kozak, 2012).

Turizm, dünya toplumları arasındaki anlayışın, hoşgörünün ve saygının geliştirilmesini hem de bireysel ve toplumsal faydaların üretilmesini sağlayan bir yapıdır. Birçok toplumsal yapı ve doğal çevreyle yakın ilişkiye sahip, farklı çıkarlarla faaliyet göstererek pek çok tarafı bulunan bu turizm endüstrilerinin faaliyetleri esnasında meydana gelecek olumlu ve olumsuz durumların değerlendirilmesinde etik ilkelerin dikkate alınması gerekir (İpar ve Esmer, 2015: 476). Turizm, konaklama ile seyahat endüstrisinin birleşiminden meydana gelen emek yoğun bir hizmet sektörüdür, pazarlama ise işin tasarım ve yapılandırma sürecidir (Tunçalp, 2018: 20-21). Hem kar amacı güden-kar amacı gütmeyen kuruluşlar için hem de bireyler için pazarlama hayatın tam merkezinde önemli etkiye sahip olan bir faaliyettir (Göktaş, 2019a, :1). Pazarlama, işletme ve müşteri arasında karşılıklı çıkara (değiş-tokuş) dayalı üreticiden tüketiciye doğru akışı sağlayan işletmelerin en önemli fonksiyonlarından biridir (Göktaş, 2019b,: v-6). Pazarlama, gelecekteki tutumların yönlendirilmesinde disiplinler arası bilim dallarını organize etme işlevidir. (Lim, Yap ve Makkar, 2020). Pazarlamanın özü, değer oluşturarak alıcılara sunulan sübjektif bir olgudur ve (Erdoğan ve Doğan, 2012: 25) organize piyasalarda üretici ile tüketici arasındaki piyasa işlemleridir (Lim, Yap ve Makkar, 2020). Turizm işletmelerinde pazarlama kavramı 1800’lü yılların sonuna doğru seyahat işletmeciliği ve konaklama ile birlikte İngiltere’de daha sonra Avrupa Kıtasında başlamış ve 1950’li yıllarda Avrupa’da turizm pazarlaması sistemli bir şekilde ele alınmıştır (İpar, 2011: 6). Turizm pazarlaması, bir ülkeyi ve o ülkenin turistik ürünlerini turistlerin istek ve ihtiyaçlarına

uygun olarak turistleri memnun edecek biçimde üretilip fiyatlandırılması ile ilgili (Tunçalp, 2018: 20) faaliyetlerin sistematik bir bütünlük içerisinde yürütülmesidir (Emen, 2019: 68). Turizm sektörünün bilgi yoğun hizmet faaliyetlerinin tanıtımında ve turizm pazarlamasında internet ile web teknolojileri önemli bir görev üstlenmektedir (Lin ve Huang, 2006). Turizm işletmelerinin temel hedefi olan kar edebilme amacına ulaşabilmeleri için potansiyel turizm taleplerini kaliteli ürün-hizmetler ile karşılayıp, yeni pazar alanlarını oluşturabilmeleri gerekmektedir. Bu doğrultuda turizm pazarlamasının temel amacı şu şekildedir:

- Ziyaretçilerin taleplerini belirlemek,
- Potansiyel talepleri ve turizm taleplerini karşılamak,
- Mevcut pazarı koruyarak yeni pazar alanları oluşturmak,
- Tüketicilere kaliteli ürün-hizmet sunmak,
- Kâr etmek (Sarı, 1996: 32).

Turizm hizmet sektörü olduğundan dolayı pazarlama faktörü gerçekleştirilirken, pazarlama anlayışının temel unsurlarının hizmet işletmelerine uyum sağlayacak biçimde yenileyerek ve değiştirilerek uygulanması gerekmektedir. Turizm pazarlaması UNWTO'ya göre turizm merkezlerinin veya işletmelerinin, pazarda iyi yer alabilmeleri ve yüksek kârlara ulaşabilmeleri için turizm ürünlerinde ki istek-ihtiyaçlara göre araştırmaların, tahminin ve tercihin yapılmasını amaçlayan yönetim anlayışı ve felsefesidir (Tunçalp, 2018: 20-21).

- Turizm pazarlaması, mal ve hizmetlerin doğrudan veya dolaylı dağıtım ile turistlerin ihtiyaçlarının karşılanmasına, yeni turistik mal ve hizmetlerin üretilmesine yönelik çabalardır,
- Turizm pazarlamasında hizmet pazarlandığından dolayı soyuttur,
- Tarım turizminde mal ve hizmetler, resmi turizm kurumları tarafından doğrudan satış amacı olmayan pazarlama ve işletmeler tarafından kendi ürünlerinin satışlarını amaçlayan pazarlama olmak üzere ikiye ayrılmaktadır,
- Çevre ve alt yapı sorunları, doğal güzellikler gibi faktörler turizm pazarlamasını etkilemektedir,
- Turizm pazarlamasında mal veya hizmete sahip olmak için tüketicilerin üretim yerine gitmesiyle üretim ve tüketim aynı zamanda meydana gelmektedir,
- Turizm işletmelerinin mevsimsel çalışmaları finansal riskleri arttırmaktadır,
- Turizm pazarlamasının riski fazladır ve turizm işletmelerinin marka imajına bağımlılıkları azdır,
- Turizm hizmetleri elastik talebe sahiptir,

- Turizm pazarlamasının tüketicilerle haberleşme, memnun ve tatmin etmesi önemlidir,
- Tüketicilerin hizmet kalitesinde etkisi, üretici-tüketici arasında ise hizmetin satın alınması ve kullanımı üzerinde ilişkisi bulunmaktadır (İpar, 2011: 7-10).
- Bölgesel turizmin arz ve talebine göre turizm pazarlarının incelenmesini sağlar (Celiloğlu, 2014: 11).
- Turizm pazarlamasında ürünler standartlaşmayan, stoklanamayan bir hizmet ürünüdür ve üretimle tüketim aynı anda gerçekleşir (Sarı, 1996: 33-34).
- Emek yoğun işletmelerdir,
- Turizm işletmelerinde hizmet heterojendir ve stoklanamaz,
- Turizm hizmetlerinin birbirlerine bağımlı olmaları,
- Turizm hizmetlerinin sabit maliyetlerin yüksek ve pazarlama dağıtım kanallarının ters yönlü olmaları,
- Turizm hizmetlerinin kolay taklit edilebilir olmaları (Sönmez, 2014: 51).

Turizm, insanlar ve milletler arasında karşılıklı dostluk ilişkilerinin kurulmasında ve geliştirilmesine öncü rol oynamakta, sosyal ve kültürel çevrenin korunmasına olanak tanımaktadır. Bu yönü ile insan hayatında büyük bir yeri ve önemi vardır. Özellikle ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel ilişkilerin iyileştirilmesine katkı sağlamaktadır (Soykan, 2003).

Turizm kavramını tanımlamak amacıyla yürütülen çalışmalar, 19. Yüzyılın sonlarına kadar uzanmaktadır. İlk turizm tanımı, Guyer-Feuler tarafından 1905 yılında ortaya atılmıştır. Bu tanıma göre; “ turizm, gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplumların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren ‘modern’ çağa özgü bir olay” dır (Kozak, 2018: 2).

İnsanların sosyal ve ekonomik hayat standartlarının iyileşmesi, ulaşım ve haberleşme alanındaki gelişmeler ile beraber kendine ayırabildiği vaktin artması, yeni yerler keşfetme isteği ve yeni maceralar yaşama tutkusu gibi gerekçelerden dolayı turizme katılım her geçen biraz daha artmaktadır. Dahası gittikçe betonlaşan şehirlerde tıklıp kalan insanlar doğa hasreti çekmektedir. Bundan dolayı geleneksel turizmin en önemli saç ayağını oluşturan deniz, kum ve güneşe dayalı turizm talebi sektördeki payını gittikçe kaybetmekte ve yerini doğa temalı alternatif turizm türleri almaya başlamaktadır. Her birey farklı beklenti ve amaç

doğrultusunda seyahate çıkmaktadır. Bu da zorunlu olarak turizm sektöründe gelişimi, zenginliği ve çeşitliliği zorunlu kılmaktadır (Özgüç, 2007).

1.3. Turizm Gelişimi

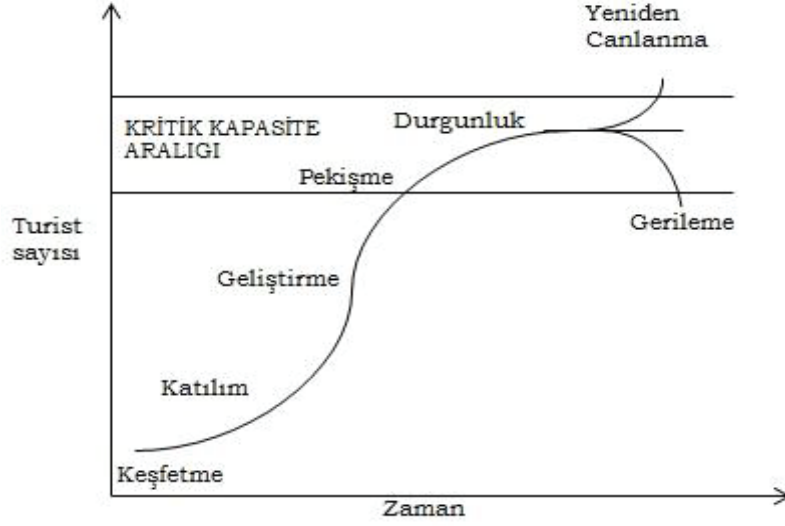
Tarih boyunca insanlar sürekli çeşitli nedenlerle bir yerden başka bir yere seyahat etmişlerdir. Bu seyahatlerin çoğunun amacı ticari ve dinsel olarak yapılmış ve bazıları da sağlık olarak amaç taşımıştır (Barutçugil, 1984). Eski Yunan'da M.Ö. 700 yıllarında Olimpiyat Oyunları'nın başlamasıyla oyunlar sırasında bu ülkeye çok sayıda ziyaretçinin geldiği bilinmektedir. Ortaçağ'da turizme damgasını vuran en önemli unsur ise, dini-kutsal yerlerin ziyaret edilmesidir. Rönesansla birlikte, sanatsal çalışmaların yoğunluk kazandığı merkezlere yönelik seyahatlerin arttığı gözlenmektedir. Özellikle İtalya'ya yönelen bu seyahatlerde insanlar, kültürel turizmin ilk tipik örneklerini vermişlerdir. Sanat ve bilim için İtalya'ya çok sayıda bilim adamı ve öğrenci seyahat etmiştir. Diğer yandan benzer biçimde Türk kavimlerinin Müslümanlığı kabul etmelerinin ardından hac görevlerini tamamlamak için kutsal topraklara seyahat ettikleri görülmüştür (Kozak, 2018).

2008'in ikinci yarısı ile 2009'un sonu arasındaki güçlü ekonomik yavaşlamanın (2000'lerin sonundaki durgunluk) ve 2009 H1N1 influenza virüsünün patlak vermesinin bir sonucu olarak turizm rakamları azalmış ancak COVID-19 salgını büyümeye ani bir son verene kadar yavaş yavaş toparlanmıştır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü, küresel uluslararası turist varışlarının 2020'de %58'den %78'e düşebileceğini ve bunun da uluslararası turizm gelirlerinde 0,9-1,2 trilyon ABD Doları'lık potansiyel bir kayba yol açabileceğini tahmin etmektedir.

Sonuç olarak, Endüstri Devrimi sayesinde çağdaş turizm kavramı doğmuş ve gelişmesi için gerekli altyapı hazırlanmıştır. Ayrıca zaman içerisinde turizm hareketlerinin hızlanmasına da sebep olmuştur. Böylelikle endüstri olayı turizm olayı ile bağdaşmış bir şekilde görülmektedir (Cooper, 2011).

Turistik destinasyonların gerçekleşmesi için günümüze kadar birçok farklı modeller kullanılmıştır. Fakat en çok kullanılan model Butler'ın 1980 yılında önerdiği modelidir (Şekil 1). Bu model 7 aşamadan oluşmaktadır. Bunlar: keşif, katılım, geliştirme, pekişme (sağlamlaşma), durulma, yeniden canlanma (gençleşme) ve düşüştür. Model de turizm karşı yerel halk tutumlarının turizme katılımlarında ne gibi değişimlerin oluştuğundan bahsediliyor (Çetinkaya ve Dedemen, 2013). Modelin amacı; turistik destinasyonların gerçekleşmesinde planlama, yönetim ve kalkınma gibi hizmetlerin daha iyi düzenlenmesidir.

Şekil 1: Butler'ın Turizm Yaşam Döngü Modeli



Şekil 1: Butler'ın Turizm Yaşam Döngü Modeli (Butler, 1980:7'den uyarlanmıştır).

Modelin ilk aşamasında turizm destinasyonu yaşam döngüsüne başlarken, destinasyona erişimin zorluğu veya tanıtım faaliyetlerinin yetersiz oluşu gibi nedenlerden ötürü küçük turist gruplarının ziyaretleriyle keşfedilmekte, daha sonra pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin dâhil olması, turistik tesis ve servis olanaklarının gelişmesiyle turist sayısında hızlı bir artış gözlemlenmektedir. (Pekpak, 2012).

Doxey'in (1975) modeli (Tablo 1) turizmin sosyal-kültürel etkilerinden hareketle turizmin gelişmesine dayalı olarak yerel halkın tutum değişimlerini evreler halinde açıklamak amacıyla kullanılan en yaygın modellerden biridir (Harrill, 2004). Diğer bir açıklamayla model, turist kabul eden bölgenin yani yerel halkın toplumsal/psikolojik taşıma kapasitesini yansıtmaktadır.

Tablo 1: Doxey'in Tolerans Modeli (Mathieson ve Geoffrey, 1992: 138'den uyarlanmıştır).

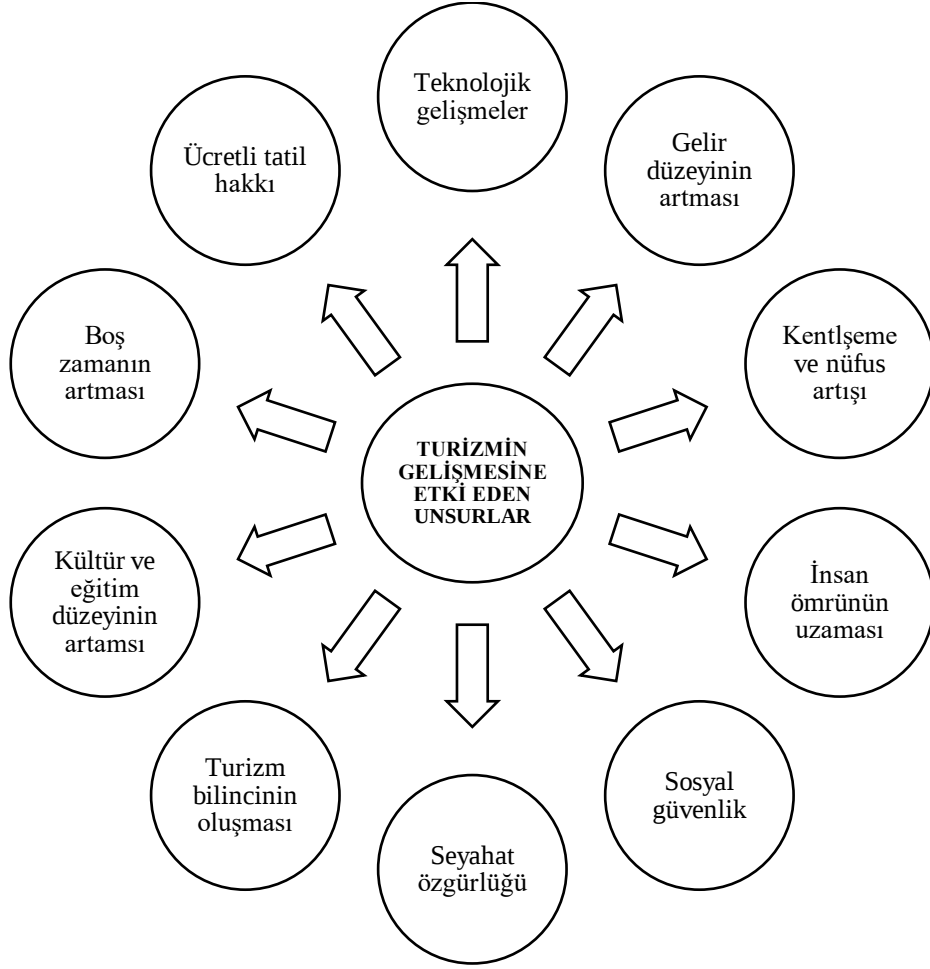
EVRELER	ÖZELLİKLER
MUTLULUK	Yerel halk turizm gelişiminden memnundur. Yabancıların gelmesi hoş karşılanır ve karşılıklı tatmin hissi ön plandadır.
İLGİSİZLİK	Turizm sektörü geliştikçe ve turist sayısı arttıkça yerel halk turistleri ticari bir obje olarak görmeye başlar. Turistler kazanç kapısı olarak görülmeye başlanır ve turistlerle ilişkiler daha resmi olmaya başlar.
ÖFKE/KIZGINLIK	Turizm sektörü doyum noktasına yaklaştığında veya yerel halk eldeki donanımları arttırmaksızın artan sayıda turistlere hizmet edemeyeceği düzeye geldiğinde yerel halk turistlere öfke ve kızgınlık duymaya başlar.
KİN/NEFRET	Turistlere duyulan kızgınlık en üst düzeye gelmiştir. İnsanlar bütün kötü şeylerin kaynağını turistler olarak görmeye başlar. Vergilerin yükselmesi, gençlerin kötü alışkanlıklar kazanması ve yöredeki tüm olumsuzlukların kaynağı olarak turistler gösterilir.

Doxey'in tolerans modeli ile Butler'ın turizm yaşam döngü modeli birbirleriyle benzerlik göstermektedir (Faulkner ve Tideswell, 1997). Turizm yaşam döngü modeli ekonomik, sosyal ve fiziksel tüm etkileri konu alırken; Tolerans modeli daha çok sosyal etkileri konu alır.

1.3.1. Turizmin Gelişmesine Etki Eden Unsurlar

Turizmin gelişmesine etki eden unsurlar aşağıdaki bir şekil ile gösterilmiştir:

Şekil 2: Turizmin Gelişmesine Etki Eden Unsurlar (Toskay, 1989: 21).



Şekil 2 de görüldüğü gibi turizmin gelişmesine birçok unsur katkı sağlamıştır. Bunlardan en önemlisi, turizm için olmasa olmaz üç önemli değişken vardır, bunlar; boş zaman, para ve özgürlüktür. Nominal tanımlarda, turizm sadece bir ulaştırma olayı olarak görülmüştür. Daha sonra ise ticari ve mesleki seyahatler de turizm olayı olarak kabul görmeye başlamıştır (Toskay, 1989). Turizmin gelişmesiyle birlikte turizmden doğrudan ve dolaylı olarak etkilenen paydaşların da geliştiği görülmüştür. Bunlar en temelde turizm işletmeleri, sivil toplum örgütleri, ziyaretçiler ve yerel halk-topluluklardan oluşmaktadır (Doğan ve Gümüş 2015).

1.4. Turizm İşletmeleri

1.4.1. Seyahat İşletmeleri (Tur Operatörleri ve Seyahat Acentaları)

Turizm olayı konaklama, yeme-içme, seyahat işletmeleri ve benzeri turizm işletmeleri açısından ele alındığında, işletmecilik dalı ile ortak bir çalışma alanı doğmaktadır. (Kozak, 2012: 10).

Bu işletme grubunda *tur operatörleri* ve *seyahat acenteleri* bulunmaktadır. Tur operatörleri: “Farklı turizm işletmeleri tarafından üretilen hizmetleri (ulaştırma, transfer, geceleme, yeme-içme, animasyon ve rehberlik vb.) paket tur adı altında bir araya getirerek yeni bir ürün oluşturan ve bu ürünü kendi satış büroları veya seyahat acenteleri aracılığıyla tüketiciye sunan işletmelerdir”. Seyahat acenteleri ise “Seyahat acenteleri, tur operatörlerinin meydana getirdiği paket turları belirli bir komisyon karşılığında satan, bunun yanı sıra kendisi de doğrudan paket turları meydana getiren ve bunları satın alan turistlere gittikleri bölgeler hakkında bilgi veren aracı kuruluşlardır”.

Seyahat acentelerinin başlıca görevleri aşağıdaki gibidir:

- Müşteriler adına her türlü rezervasyonları yapmak,
- Belirli sürelerde tur düzenleyerek satmak,
- Döviz ve seyahat çeki vb. bozmak,
- Turistlere gittikleri bölge hakkında bilgi vermek,
- Araba kiralama (rent a car) ve yat kiralama faaliyetlerinde bulunmak,
- Müşterilerle ilgili sigorta işlemlerini yapmak,
- Gümrük, pasaport ve danışma hizmetlerini sunmak,
- Hatıra eşya ve tanıtıcı yayın satışı yapmak.

1.4.2. Ulaştırma İşletmeleri

Turistler bir yerden başka bir yere seyahat ederken bu yer değiştirme yani taşınmaları sırasında kullandıkları taşıma sistemlerini ifade eder. Ulaştırma işletmeleri; demiryolları, havayolları, denizyolları, karayolları olarak dört gruptan oluşur.

Ulaştırma sistemi, turizmin temel unsurlarından birisi olarak görülür, diğer unsurları etkileyen ve onlardan da etkilenebilen bir özelliğe sahiptir. Ulaştırma sistemleri turizmi, turizmdeki gelişmeler de taşıma sistemlerini etkilediği için ikisini birbirinden ayırmak ve değerlendirmek düşünülemez. Birbirleriyle sıkı bir bağ içinde gelişirler. İnsanlar, taşıma olanaklarının gelişimi sayesinde yeni hiç görmedikleri yerlere seyahat etmeye, meraklarını gidermeye ve yeni ticaret imkânlarını keşfetmeye yönelmiş ve bu isteklerinde çaba sarf

etmişlerdir (Cavcar, 2012). Bu istek ve yönelme turizme olan talebi arttırmış ve kalkınmaya fayda sağlamıştır.

- Demiryolları: Tercih edilme nedeni güvenlik ve ucuzluk.
- Denizyolları: Tercih edilme nedeni konfor, dinlenme. Yüzen otel niteliği taşıyan ve konfora sahip kurvaziye gemilerle gerçekleşen bir ulaştırma türüdür.
- Karayolları: Hem bireysel hem kitlesel olarak gerçekleşen bir ulaştırma türüdür. Tercih edilme nedeni serbestlik, özgürlük ve seyahat zevki.
- Havayolları: Tercih edilme nedeni hız, güvenlik ve konfor. En uzak yerlere en kısa sürede ulaşma sağladığı için en etkin biçimde gerçekleşen ulaştırma türüdür. Buna ek olarak turizm etkinliklerinin kitlesel şekilde yapılması için düzenlenen paket turlar en çok bu ulaştırma türü ile yapılır.

1.4.3. Konaklama işletmeleri

Konaklama sektörü, “*turistlerin geçici konaklama, yeme-içme, kısmen eğlence ve diğer bazı sosyal ihtiyaçlarını karşılayan işletmelerin oluşturduğu bir sektördür.*” Otel işletmeleri, pek çok kaynakta farklı sınıflandırmalara yer verilmekle birlikte, genel olarak sınıflandırma aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

<i>Konaklama Amacı Bakımından Oteller</i>	Kaplıca-Kür otelleri, Sayfiye (Resort) oteller, Kongre amaçlı oteller, Dağ ve spor amaçlı oteller.
<i>Faaliyet Süresi Bakımından Oteller</i>	Bütün yıl açık olan oteller, Mevsimlik (Sezonluk) çalışan oteller.
<i>Bulundukları Yere Göre Oteller</i>	Havaalanı otelleri, İstasyon otelleri, Kent merkezindeki oteller, Liman otelleri.
<i>Mülkiyet Durumuna Göre Oteller</i>	Şahsi, Şirket, Dernek, Kamu, Vakıf ve Sendika otelleri.
<i>Büyüklikleri Bakımından Oteller</i>	Küçük (100 ve daha az oda), Orta (100 ile 300 oda arası), Büyük (300 ve daha fazla oda) oteller.
<i>Uygulanan Fiyat Düzeyine Göre Oteller</i>	Ucuz oteller, Orta gelir grubuna hitap eden

	oteller ve aşırı lüks oteller.
<i>Yerine Getirdikleri Konaklama İhtiyacına Göre Oteller</i>	Termal otel, Dağ oteli, Şehir oteli, Resort oteli, Kongre oteli, Kıyı, sahil oteli.
<i>Sunulan Hizmet Çeşidine Göre Oteller</i>	Eğlenme, Dinlenme, Sağlık, Spor, Kongre.
<i>Hukuki Özellikleri Bakımından Oteller</i>	Turizm İşletme Belgeli, Belediye Belgeli (Nitelikli-Niteliksiz).

Hotel, motel, pansiyon, tatil köyü, kamp alanları, apart oteller, termal turizm tesisi, sağlık ve rehabilitasyon bakım tesisi, dağ evi, golf tesisi, spor ve avcılık tesisi, at binicilik tesisleri, kırsal turizm tesisleri konaklama işletmeleri içerisinde bulunmaktadır (Denk, 2018-2019:54).

1.4.4.Yiyecek-İçecek İşletmeleri

Çalışma alanı dışında serbest ticari işletmeler olarak hizmet veren yiyecek-içecek işletmeleri, genel olarak konaklama tesisi bünyesi içinde hizmet vermektedir. Türkiye’de bir otelin bünyesinde yiyecek-içecek işletmelerin hizmet vermesi için o otelin üç yıldızlı statüye sahip olması gerekmektedir; ayrıca bu hizmet konaklama işletmeleri bünyesinde verilmektedir. Bu işletmelere örnek olarak; Restoranlar, pastaneler, kafeteryalar, gününbirlik hizmet veren tesisler ve birçok şehirlerin giriş ve çıkışlarında bulunan mola noktaları verilebilir.

1.4.5. Rekreasyon İşletmeleri

Rekreasyon, kelime anlamı olarak dinlendirmek, eğlendirmek, canlandırmak, heyecan uyandırmak gibi anlamlara gelmektedir. Bu açıklama ile birlikte rekreasyon işletmeleri ise, kişilerin boş zamanlarını iyi kullanmak, değerlendirmek, tatmin edici dürtülerini karşılamak ve eğlenme-dinlenme amacıyla katılmak istedikleri etkinlikleri sunan ve bu hizmeti en iyi şekilde kişilere sağlayan işletmeler şeklinde tanımlanır. Kültürel olarak (tiyatro, sinema, müze, ören yerler, konserler, fuarlar, festival, vb.), doğal olarak (ulusal parklar, gezi yerleri, hayvanat bahçesi, vb.), sportif olarak (futbol, golf, tenis, atlı sporlar, paraşüt, doğa yürüyüşleri, yüzme, vb.) ve eğlence olarak (casino, barlar, diskolar, kulüpler, vb.) sunulan faaliyetler rekreasyon işletmelerinin sunduğu faaliyetlerdir.

1.4.6. Diğer Turizm İşletmeleri

Konaklama, yeme-içme ve seyahat gereksinimleri gibi insanların turizm olayına katılmalarıyla ortaya çıkan ihtiyaçlarını doğrudan karşılayan turizm işletmelerinin yanında

turizm ile ilgili faaliyetleri olan, özel olarak turizm mal ve hizmetlerini karşılayan ve var olmaları kısmı olarak veya bütünüyle turizme bağlı olarak bir dizi işletmeler de mevcuttur. Örneğin; insanların tatil için giymek istedikleri özel giysiler, yolculuğu sırasında ihtiyacı olan çanta, valiz, şapka, gözlük, ayakkabı, tatil sırasında cildini korumak için kullandığı bir takım krem, losyonlar, vb. üretip sattıkları mallar sadece turistlerin ihtiyacı olmadığı halde varlıkları ile oldukça önem arz eden ve turizme bağımlı tatil yerleri, havayollarında turizm ile ilgili birtakım işletmeler, dil çevirmenleri, tatil beldelerinde bulunan rehberler, yüzme, tenis, at biniciliği, kayak vb. alanlarda öğretmenlik yapan kişiler, turistler için hatıra eşyaları satan kuruluşlar bu işletmelere örnek verilebilir.(Kozak, 2018).

Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye’ de ulusal alanda turizm yönetiminden ve pazarlamasından sorumlu tek turizm örgütüdür. Kültür ve Turizm Bakanlığı Türkiye sınırları içerisinde düzenlenen bütün turistik destinasyonlarının yönetimine ilişkin kararları alan bir kamu kuruluşudur; ayrıca bu kuruluş bir koordinatör görevi de üstlenmektedir; bunu da destinasyonlardaki bütün turizm sektöründe yer alan turizm paydaşlarını bir araya getirip organize ederek yapar. Bu sebeple Kültür ve Turizm Bakanlığı Türkiye’nin sahip olduğu tek destinasyon yönetim kuruluşudur demek yanlış olmaz (Avcıkurt, 2003). Destinasyon yönetimi organizasyonu genellikle, belirli bir destinasyon içinde turizmi optimize etmekle ilgilenen seyahat endüstrisi paydaşlarından oluşur. Bunlar Yerel Yönetimler, Müze ve Ören Yerleri, İlgili Kamu ve Sivil Toplum kuruluşlarıdır. Destinasyonun iyi bir şekilde organize edilmesi için paydaşların ortak bir çatı altında çalışma göstermesi gerekir (Mansuroğlu, 2006).

1.5. Yerel Halk

TDK’ye göre “halk”; “aynı ülkede yaşayan, aynı kültür özelliklerine sahip olan, aynı soydan gelen, aynı uyruktaki, ayrı ülkelerin uyruğu olarak yaşayan insan topluluğu” şeklinde tanımlanmaktadır (www.tdk.gov.tr).

Genel olarak, yerel halkın kendine ait özellikleri, nüfus yapısı, toplum olarak örgütlenme biçimleri, kadınların iş hayatındaki yerleri, kız çocuklarının okutulması, sosyal tesislerin var olması ve üst düzey kalitesi, din, dil, ahlak kuralları, sağlık ve eğitim düzeyleri, bölgelerine gelen turistlere karşı tutumları, gelenek-görenek ve yemek kültürü gibi bazı özellikler turizmin sürdürülebilirliği ve turizmin gelişiminde önemli bir payı vardır (Avcıkurt, 2003: 22).

1.6. Ziyaretçi

“Turist, sürekli oturduğu yerden en çok bir yıl süre ile ayrılan ve geçici olarak gittiği yerlerde buralarda kazanmadığı parayı harcayan kimse” dir.

Norval, 1936 yılında turisti şu şekilde tanımlamıştır: *“Turist, sürekli ikamet etmek ve gelir elde etmekten farklı bir amaç ile yabancı bir ülkeye giden ve geçici süre kalacağı bu ülkede başka yerde kazandığı parayı harcayan kimsedir”* (Akt. Toskay, 1989).

Milletler Cemiyeti İstatistik Uzmanları Komitesi tarafından ilk turist tanımı yaklaşımı 1937 yılında yapılmıştır. Yer değiştirmeye katılanlardan turist olanların ayırımı için ortaya atılan tanıma göre; bir ülkeye en az 24 saatlik bir süre boyunca kalmak için aşağıdaki nedenlerle gelenler turist olarak kabul edilirler.

Turist olarak kabul edilenler:

- “Zevk olarak, ailevi sebeplerle, sağlık amacıyla vb. seyahat eden kişiler”,
- “Bilimsel, sanatsal, idari, dini, kültürel, sportif nedenlerle veya bu çeşit toplantılara katılmak amacı ile seyahat edenler”,
- “Ticari(iş) sebeplerle yolculuk edenler”,
- “Deniz üzerinden gezi yapanlar, bu gezi süresi 24 saatten az olsa bile turist sayılırlar”.

1.7. Turizm Gelişimi ve Etkileri (Ekonomik, Sosyo-Kültürel Ve Çevresel)

Bir ülkenin önemli ekonomik kaynaklarından biri olan turizm sektörü gelişimi aşamalı bir şekilde olmuştur ve görüyoruz ki her dönemde turizm farklı amaçlarla gerçekleşmiştir. Ticaret, dini, kültür, sanat, spor, eğitim, gezip görme, eğlenme gibi. Turizm her döneme ayak uydurarak bu amaçlarla gelişim göstermiştir.

1.7.1. Turizm Gelişimi ve Ekonomi

Turizmin bir yerleşim yerine olan etkilerinden en çok fark edilebilecek olan ekonomik etkisidir. Bir ülkeye sağladığı gelir ve döviz açısından en önemli olan etkendir ekonomik etkisi. Bunun yanında sosyal ve fiziksel çevre etkisinden de bahsetmek mümkündür. Turizm etkinliği bir bölgenin doğal, kültürel ve tarihsel değerlerin üzerine kurulu bir olgu olarak gerçekleşir. Bunun içindir ki bu değerlerin etkin bir şekilde korunması önemlidir. Bunun yanında turizm olumlu yönleriyle fazlasıyla ele alınmış bir sektördür; fakat unutmamalıdır ki

olumlu yönlerinin yanında olumsuz yönleri de mevcuttur. Aşağıda turizm sektörünün ekonomik, sosyal ve fiziksel çevre üzerindeki olumlu ve olumsuz yönleri kısaca anlatılmıştır.

1.7.1.1. Turizmin Olumlu (Pozitif) Ekonomik Etkileri

Turizmin ülke ekonomisine katkısı oldukça önemlidir. Bu etki ise kendisini hem olumlu hem olumsuz olarak gösterir. Bu bölümde turizmin bir ülke üzerinde oluşturduğu olumlu (pozitif) ve olumsuz (negatif) etkisine değineceğiz.

Günümüze kadar turizm işletmeciliği, ülkeye katkısı ve ekonomisi üzerinde birçok araştırma yayınlanmıştır. Bu araştırmalar ışığında aşağıda turizmin ülke ekonomisi üzerindeki olumlu etkilerine değinilmiştir;

- ödemeler dengesi üzerine etkisi,
- gelir(hasılat) yaratıcı etkisi,
- temel yapı ve üst düzey yapının geliştirilmesine etkisi,
- diğer ekonomik alanlara etkisi,
- istihdam üzerindeki yaratıcı ve yansıtıcı etkisi,
- ekonomik açıdan bölgelerarası farkın ortadan kaldırılması üzerine etkisidir.

Bir bölgeye ne kadar çok sayıda turist gelirse o bölgede yeni konaklama, yiyecek-içecek ve rekreasyon tesislerinin, alışveriş sahalarının ve farklı altyapı yatırımlarına olan ihtiyaçlarında da artış olacaktır. Bu faaliyetler doğrultusunda özel sektör, merkezi ve yerel yönetimler, bu alanda hazırlanacak politikalar ve çalışmalar yönünde yeni vizyonlar, yatırımlar belirlemek durumunda kalacaktır. Turizm sadece kendi içinde değil diğer sektörlerle de bağlantılı olması nedeniyle yatırım, yeni iş olanağı ve gelir çarpanları önemli bir şekilde etkili olmaktadır. Turizm alanında yapılan yeni ve yaratıcı bir yatırım, farklı ekonomik hizmeti ile birlikte yeni iş olanaklarının yatırılmasına katkı sağlayabilmektedir.

Turizmi, insanların tatil günlerini değerlendirme hedefi ile bireysel bir karar ile ya da ailece verilmiş bir karar ile başlamış olan, yatırım, tüketim, istihdam gibi ekonomiyle de bağlantılı tarafları olan sosyo-ekonomik bir aktiviteler bütünüdür (Kozak ve ark, 2013: 14-15). Turizmin sosyal bir aktivite olmasının yanı sıra ülkenin döviz konusunda yaşamış olduğu problemler ve işsizlik gibi sorunlar nedeniyle de son derece sıkı ilişkili olan ekonomik bir politikası bulunmaktadır. Turizmin ülkelerin makro problemlerine alternatif hipotezler

geliştirme anlayışı süregelmiş ve son zamanlarda gösterdiği potansiyel gelişim oranı ile beraber kalkınmanın en ciddi öğelerinden birisi haline gelmiştir (Çımat ve Bahar, 2003: 12).

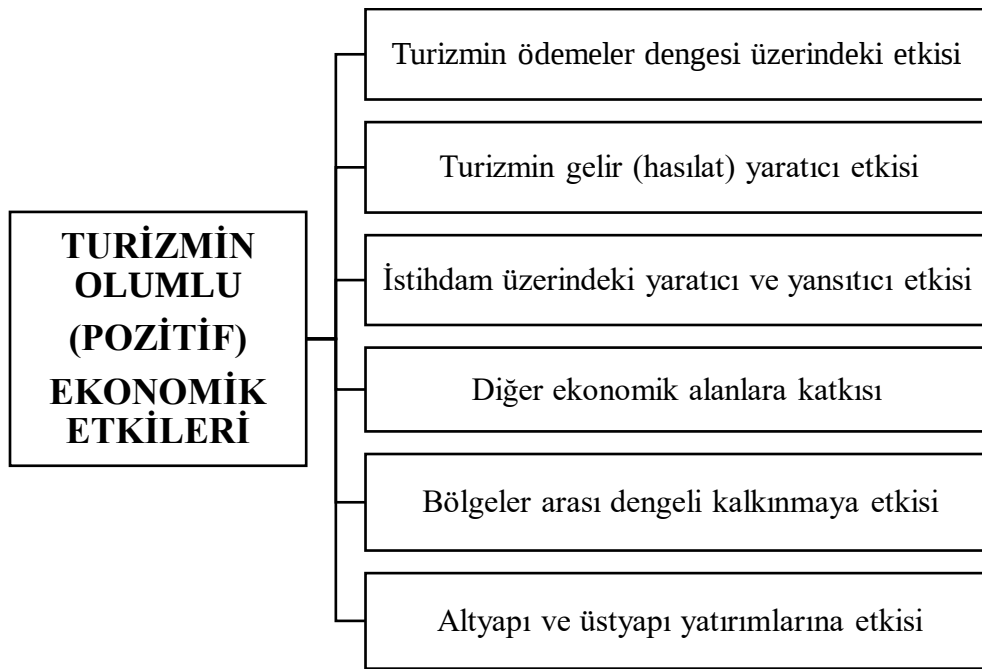
Planlı bir süreçte turizm sektörüyle alakalı alınmış olan tedbirlerin ve değişimlerin Beş Yıllık Kalkınma Planlarında yer alması turizm sektörüne verilen değerin göstergelerinden bir tanesi olduğu bilinmektedir. Beş yıllık Kalkınma Planı'nda (1963-1967) Türkiye'nin ödemeler denge oranı açığını kapatması adına turizm aktivitelerini yükseltmek için ilk hedef olmakla beraber, gerek doğal gerekse tarihi turizm kaynaklardan faydalanmak, tanıtım için daha fazla aktivitelerde yer almak gibi unsurların yapılması gerektiğine karar verilmiştir. Daha sonraki zaman aralıklarında süregelen kalkınma planlarında ise turizm aktiviteleri ile ilgili çalışmalar yapılmakta ve turizm gelirlerinin yükseltilmesi adına teşvik paketleri uygulamaları yapılmaktadır. Turizmin, kültürel ve ekonomik olanaklarından yararlanmak, turizm gelir oranını yükseltmek, ortalama tüketim harcamalarını yükseltmek, tanıtım ve organizasyon aktivitelerini turizm kurallarına göre devam ettirmek, turizm yatırımlarını diğer bölgelere teşvik amaçlı reklamlarını yapmak, turistik yerlerin korunma altına alınmasını sağlamak gibi pek çok aktivite her kalkınma planında bulunmuş, tutturulması için çok fazla mücadeleler verilmiştir.

Son kalkınma planı olarak bilinen Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (2014-2018) ise daha özel konular konuşulmuştur. Sağlık turizmi ilk kategori olmakla beraber kongre turizmi, kış turizmi, kültür turizmi, helal turizmi gibi alanlarda altyapı noksanlıklarının giderilmesi pazarın değişiklikler ile farklı kültürleri yansıtması, alternatif turizm türlerinin gelişimi gibi konularda pazar ve müşteri profili takip edilerek tanıtım aktivitelerinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır (Kozak ve ark, 2013: 30).

1960'lı yıllarda başlamış olan ve günümüze kadar süre gelen zaman aralığında kalkınma planlarında turizm sektörünün önemine dikkat çekilmiş ve geliştirilmesi adına her anlamda destekler yapılmış ve teşvik politikaları yükseltilmiştir. 2023 amaçları içinde aynı biçimde turizm planlamaları hayata geçirilmiş 500 milyar dolarlık ihracat amacının tutturulması hedeflenmiştir. Türkiye Turizm yöntemler bütününde 2023'ün hedeflediği ülkede geniş bir coğrafyayı sarmış durumda olan sağlık, termal, yayla, kış ve dağ sporlarının, kültürel bakımdan önemli bölgelerin birbiriyle adaptasyonu aracılığı ile daha güçlü konumlar meydana getirecek ve bölgeler içinde çok gelişmeyen yerleşim yerlerinin de güçlenmeleri hedeflenecektir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007). Turizm gelirleri ve turizm giderleri ödemeler denge tablosunun çıkarılması en can alıcı kalemlerinden birisi olmaktadır. Turizm gelirlerinin hesaplanması genel olarak gelen yerli ve yabancı turist oranı ve günü birlik gelenlerin istatistiklerinin yapılması ile mümkün olur. Turizm giderleri ise yurtdışı ülkeleri

ziyaret edip ülkemize giriş yapan yurtiçinde yerleşik kişilerin yurtdışında yaptıkları harcamaların tespit edilmesi hedeflenmektedir (TCMB).

Her sektörde olduğu gibi turizm gelir ve giderlerin de ülke ekonomisi bakımından önemi çok fazladır. Bunun nedeni, ödemeler dengesi kapsamındaki payı ülkenin ekonomik seyrini tespit etmektedir. Döviz hareketlerinin bu denge içindeki oranı büyük önem taşımaktadır. Bu niteliği ile turizm gelirleri, döviz sıkıntısı çeken ve ödemeler dengesi açık veren ülkeler için son derece fazla bir döviz kaynağı oluşturmaktadır. Eğer turistik döviz kazanma durumları, turistik döviz kayıplarından fazla olursa ödemeler dengesine pozitif katkısı olduğu söylenebilir. (Kızılgöl ve Erbaykal, 2008: 11). Aynı zamanda turizm sektörü direkt olarak veya dolaylı olarak yaklaşık 55 sektörle etkileşim içindedir. (Kaya, 2013: 31).



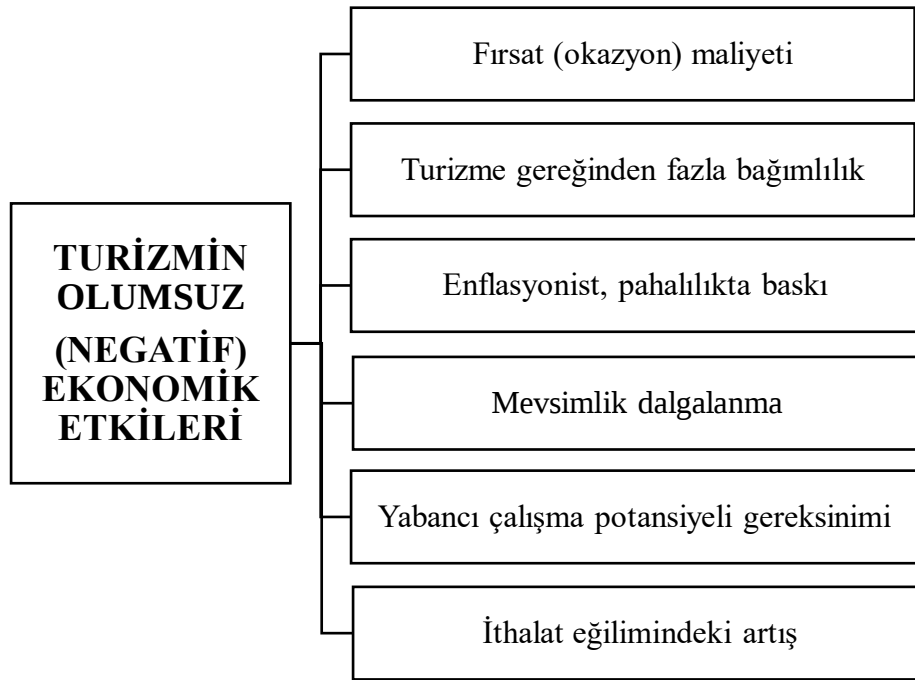
Şekil 3: Turizmin olumlu ekonomik etkileri (Kozak, 2018: 111’den uyarlanmıştır).

1.7.1.2.Turizmin Olumsuz (Negatif) Ekonomik Etkileri

Hiç kuşkusuz turizmin olumsuz ekonomik etkileri de vardır. Bunlar aşağıda başlıklar halinde sıralanmıştır:

- Fırsat (okazyon) maliyeti,
- Yabancı ülkelere bağımlı olma etkisi,
- Bölgeler içinde enflasyon etkisi,

- Mevsimlik dalgalanma,
- Yabancı çalışma potansiyeli (işgücü) etkisi,
- Dışalım (ithalat) eğiliminde yükseliş (yabancı dış sermaye ve teknoloji geçişinin etkisi).



Şekil 4: Turizmin olumsuz (negatif) ekonomik etkileri (Kozak, 2018:121’den uyarlanmıştır).

1.7.2. Turizm Ve Toplumsal Çevre

Turizm olgusu, farklı kültür yapılarına ve farklı sosyal yapılarına sahip birçok topluma ait kişileri birbirleriyle ilişki kurmalarına ve birbirlerine tanıma olanağı sağlamanın yanında; farklı ahlak, din, bilgi, gelenek-görenek ile kültürler arasında bir etkileşimin olmasına da katkı sağlamaktadır. Tüm bu gerçekleşen çift yönlü etkileşimler sonucunda turizm olgusunun sosyal bir yapı özelliğine sahip olduğunu söylemek mümkündür. Bunun yanında turizm, turist alan ve turist gönderen ülkeler arasında farklı sosyal ve toplumsal yapının, ahlak anlayışının ve topluma ait bazı davranış kalıplarının değişmesine yol açmaktadır. Ayrıca turizm olgusu içinde turistlerin kendi ülkeleri dışında başka ülkelere gitmesiyle oluşan sosyal etkileşimi, turizm sektörünün başlamasına ve ilerlemesine etkili olan sosyal unsurları ve turizmin sebep olduğu sosyal etkileri inceleyen ve araştıran bir alt bilim dalı olan “turizm sosyolojisi”,

günümüzde önemli bir araştırma alanı olarak varlığını sürdürmekte ve turizm olgusuna katkı sağlamaktadır (Avcıkurt vd., 2013: 31).

Turizm olgusunun bir bölgede hem ekonomik, fiziksel ve çevresel üzerinde etkisi olduğu gibi hem de turizmin diğer bir önemli olan toplumun sosyal yapısı üzerine etkisi vardır. Sosyal etkiler, doğrudan veya dolaylı bir şekilde turizmin mevcut toplumsal değerlere, bireysel özel davranışlara, aile içinde oluşan ilişkilere, kendini güvende hissetme kavramına, ahlaki kurallara, zanaatsal etkilere, geleneksel faaliyetlere ve toplumun sosyal yapısına yapmış olduğu etkidir (Brunt ve Courtney, 1999).

Turizm olgusu toplumsal açıdan iki şekilde incelenebilmektedir, bunlar; turist ve turisti kabul eden ülke halkı. Birçok açıdan gelişmiş ülkelerden dinlenme ve eğlenme amacı ile başka bir bölgeye gelen turist, tatilini güzel ve rahat bir şekilde geçirmek istediği için, bazen bölge halkına ters düşecek davranışlarda bulunması durumunda bölge halkı tepki gösterebilir ve turist bu durumdan rahatsız olur. Böyle bir durumda turist kabul eden bölge halkı kendi kültürel değerlerini, gelenek göreneklerini, din, dil ve yaşam biçimlerini korumak ve bozulmasını önlemek için bir savunma politikası oluşturur. Böyle bir toplumsal iletişimde turist aktif bir durumda olurken; turist kabul eden bölge halkı ise pasif durumda olur. Başka bir anlatımla, turist kabul eden bölge halkı, gelen turistin duygu, düşünce ve davranışlarından etkilenmeye başlar. Turistin gittiği bölgede sergilediği davranışlar, yöre halkının sosyo-kültürel davranışlarına ters düştüğü için yöre halkının dikkatini çeker. Turistler yöre halkı tarafından varlıklı, seyahat edebileceği kadar boş zamana sahip olan, gezmeyi seven bireyler olarak algılanırlar. Daha önce de belirttiğimiz gibi, turist kabul eden yöre halkının gözünde turistler kültürel bozulmalara neden olan ve davranışları bozan tehdit edici bir unsur olarak algılanırlar.

Turist kabul eden bölge halkı kendi içlerinde var olan geleneksel düzenin bozulacağını, gençlerin gelen turistlerden olumsuz yönde etkileneceğini, ahlak yönünden yine bir bozguna uğrayacakları düşüncesine sahip olabilirler. Böylelikle bu durum turizmi olumsuz etkilediği gibi, aynı zamanda yöre halkı kendi kültürel değerlere sahip çıkılması adına ve bu olumsuzlukları önlemek adına turistleri birer baskı unsuru olarak görülmeleri gerektiğini savunur ve kendince bir koruma politikası oluştururlar (Kaya, 2013: 20).

Bezen bazı bölgelerde bazı geleneksel örf ve adetler unutulmuş ve kaybolmaya yüz tutmuş olur, fakat gelen turistlerin ilgisinden ötürü bu örf ve adet tekrar yöre halkı tarafından fark edilir ve yeniden canlandırılır ve böylelikle turizm olgusu sayesinde kültür kendini korumuş ve tekrar yaşanmasına katkı sağlamış olur bu da turizmin olumlu bir kültür etkisinin olduğunu gösterir.

Turizmin yapısal özelliği gereği bir bölgeyi ziyaret eden turistler ile o bölgede yaşayan yöre halkı arasında sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik etkileşimler olması kaçınılmazdır. Turistler, seyahat ettikleri bölgelere giderken kendilerine özgü değer yargılarını yaşam biçimlerini, alışkanlıklarını da kendileriyle götürür ve orada göstermiş olurlar. Seyahat süreleri kısa olduğu için istedikleri kadar tatmin olmak isteyecek ve doğayı göz ardı edeceklerdir. Turist ve yöre halkı arasında farklı ve çeşitli şekillerde etkileşim ve ilişki olabilir. Bu etkileşim her yerde olabilir; alışverişte, otelde, plajda, lokantada, diskoda, barda, spor alanlarında, otobüs de veya yolda. Turizmin sosyal etkisi, turist tipi, ziyaret amacı ve gösterdikleri davranış biçimleri ile ilgili olduğunu söylemek mümkün. Örneğin; bireysel turist ve yöre halkı arasındaki iletişim ve etkileşim, büyük bir oranla yapılan kitle (toplular) turizmden daha yüksek olabilir. Bunun nedeni ise, bireysel turist daha meraklı, özgür ve araştırmacı ruhuna sahip olmasından kaynaklanabilir (Kozak, 2015).

1.7.2.1. Turizmin Olumlu (Pozitif) Toplumsal Etkileri

Turizm olgusu içinde iki farklı kültürün karşılaştığı bir ortamda gelişmiş ülkelerin sosyo-kültürel yapısı az gelişmiş ülke destinasyonları etkisi altına almaktadır. Bu konu ile alakalı daha önce incelenmiş ve yapılmış araştırmalar sonucuna bakılarak, turist ile turist kabul eden bölge halkının birbirleriyle etkileşim ve iletişime girmeleriyle ortaya çıkabilecek bir takım olumlu toplumsal etkiler aşağıda şu şekilde sıralanabilir:

- “Farklı toplumlardan gelen bireylerin birbirleri ile bilgi alışverişinde bulunmaları ve kültürel yapılarını daha yakından tanımaları, oluşan dostluk ve arkadaşlıklar sonucunda dünya barışının sağlanmasına katkıda bulunulması”.
- “Turist kabul eden ülke halkının turistlerle daha yoğun bir iletişime girebilmek için kendilerini daha fazla okuma ve araştırma zorunluluğunda hissetmeleri sonucunda eğitim ve kültür düzeylerinin yükselmesi”.
- “Farklı kültürleri tanımak, yeni yeni arkadaşlar oluşturmak ve bölgeye gelen turistlere yardımcı olabilmek amacıyla bölge halkının yabancı dili öğrenme isteğinin artması”.
- “Turizm olgusu tarafından bozulmasını önlemek amacı ile kültürel değerlere sahip çıkılması ve bu değerlere sahip çıkılması ve bu değerlere gereken önemin verilmesi”.
- “Turizmin kırsal bölgelerin kentleşmesini hızlandırması da bir başka olumlu etkiyi oluşturmaktadır. Turizm endüstrisi tarafından kırsal bölgelerde yaratılan yeni iş alanları, çağdaş endüstri toplumların kültürel değerlerinin benimsenmesi yoluyla

kentsel uygarlıkların bütünleşmesini sağlamaktadır. Kırsal bölgelerde turistik kuruluşların ortaya çıkmasıyla, bu bölgelerdeki toplumsal tek düzelik bozulmakta, toplumda değişik özellikleri ve yapıları olan kümelerin sayıları artmaktadır”.

- “Turizm bir ülkede ulusal bilinci arttırmakta ve yerli halkın sahip oldukları kültür değerleriyle övünmelerine neden olmaktadır” (Gürbüz, 2002: 48).

1.7.2.2. Turizmin Olumsuz (Negatif) Toplumsal Etkileri

Turizm olayının turist kabul eden ülkeye sadece olumlu etkileri vardır demek yanlış olur, bunun yanında bir takım olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Turizmin bireyler üzerindeki toplumsal olumsuz etkileri daha çok tartışılan bir konu olmuştur. Çünkü bu alan üzerinde araştırma yapan bilim adamları turizm olayının kişi (birey), aile ve toplum üzerinde oldukça fazla olumsuz etkileri olduğunu ortaya çıkarmışlardır. Turizmin toplum üzerindeki bazı olumsuz etkilerini şu şekilde sıralayabiliriz (Kozak, 1997):

- Turist kabul eden ülke halkının sahip olduğu değer ve inanç yapısının değişmesi, giyim ve yaşam biçiminde meydana gelen değişiklikler,
- Turist kabul eden ülkeye gelen turistler aracılığıyla dilde meydana gelen dil yabancılaşmasıyla dil yapısında değişimin oluşması,
- Bazı sanat eserlerinin yok olmasıyla yerini daha yapay ve basit çalışmaların alması, çarpık kentleşmeye neden olan mimari yapılarındaki orijinal görüntülerinin yerini uyumsuz çok sayıda bina yığınlarının alması ve bireylerin sevdiği, zevkle dinledikleri müzik türlerinin değişmeye başlaması,
- İnsanlar arasında meydana gelen dostluk, arkadaşlık, misafirperverlik, saygı ve sevgi gibi maneviyatı büyük değerlerin yerini vurdumduymazlık, ekonomik çıkar gruplarının alması,
- Turist kabul eden ülkede yaşayan insanların iş dışı boş zamanlarını sinema, bar, disko, kumarhane gibi eğlence yerlerine gitmeyi tercih etmek istemeleri ve turist gibi davranmaları,
- Öte yandan turist kabul eden yöre halkı turistleri taklit edip onlara özenirler ve onlar gibi davranmak isterler bu da turizmin olumsuz bir etkisidir. Oysaki bir bölgeye turist olarak gidenler, kendi ülkelerinde davrandıkları gibi değil tatil psikolojinin etkisiyle bunun dışına çıkarlar. Bunu yaptıkları harcama alışkanlıklarında görebiliriz, çünkü turist yılın belli bir döneminde çalışıp para biriktirip bunu harcamak için seyahat etmiş olur.

- Karşılıklı etkileşim içinde olan taraflar arasında kültür çatışmalarının oluşması bu da turistlerin yöre halkının gelenek-görenek ve yaşam biçimlerine aykırı davranmaları sonucu oluşur.
- Yöre halkının gelen turisti varlıklı görüp onları kıskanması sonucunda, kendilerini onlara yalnızca hizmet etmekle yükümlü hissetmeleri,
- Özellikle turistler ve yöre halkı arasında oldukça belirgin ırksal, sınıf farklılıklarının olduğu yerlerde sınıfsal gerginliklerin ortaya çıkması gibi özelliklerden bahsedilebilir.

Bu alanda yapılan bazı çalışmalarda (Gürkan, 1996; Türker ve ark., 2016), turizmin birey, aile ve toplum yapısı üzerinde birçok olumsuz etkileri incelenmiştir. Bunlar:

- Yabancı düşmanlığını artırabilir.
- Suç oranında artış olabilir.
- Kültür ticarileşebilir.
- Turistleri taklit olumsuz yönlenebilir.

Bu alanda yapılan çalışmalarda temel konular bunlar gibi gözükse de farklı ülke ve kültürlerde bu tip olumsuz etkilerin farklılaştığı görülebilmektedir.

1.7.3. Turizm ve Fiziksel Çevre

Turizm olayının oluşması, devam ettirilmesi sırasında o bölgenin tarihi ve doğal çevresi önemli bir unsur oluşturmaktadır. Ayrıca buna ek olarak turistlerin seyahat edilecek mekânın seçiminde ve orada kalınabilecek sürelerin belirlenmesinde de fiziksel çevre önemli bir etkidir. Daha belirleyici bir anlatımla turizm ve fiziksel çevre birbirinden ayrılmaz bir ilişki ile bağlıdırlar. Doğal çevre turizm olayının temel başlangıç olaylarından birisidir demek mümkün olabilir. Turizm dünyada son 30-40 yıl içinde doğal çevreye gereğinden fazla tahrip ettiğinden dolayı, turizm ve fiziksel çevre arasındaki ayrılmazlık ilişkisini daha da arttırmaktadır. Bu konuda araştırma yapan bilim insanları ortak bir görüş birliği içinde olup, fiziksel çevrenin turizm talebini belirleyen tek önemli unsur olacağını dile getirmişlerdir (Kozak, 2014).

İnsanların bir yerden başka bir yere gitmesinde kullandıkları ulaşım araçlarının yaydığı hava kirliliği ile turizm işletmelerinin çeşitli şekillerde çevreye verdikleri zararlar gözlemlendiği kadar turizm sektörünün gelişmesiyle artış içinde olduğu kaçınılmazdır. Bunun için ören yerler, anıt eserler, tarihi kentler kısacası turizm sektörünün gelişmesi için önemli olan çevre

iyi bir korunma politikası ile korunmalıdır. Ayrıca doğa ve ortak miras olarak kabul edilen değerler korunarak gelecek kuşaklara aktarılması için çeşitli çalışmalar yapılmalıdır çünkü yok olmaya yüz tutulmuş bir doğayı eski haline getirmek mümkün olmayabilir.

Turizmin kendine ait etkinlik alanlarını geliştirebilmek ve sürdürebilmek için çevresel faktörleri göz ardı etmemeli aksine yeni anlayış ilişkileri içinde sunulmalıdır. Bununla birlikte artık turist için en önemli cazibe merkezleri, kendi çevresini tahrip etmeyen turistik işletmeler, turizm bölgesi ve alanıdır. Bu yönüyle turizm sektörü, hem doğal kirliliğe sebep olabileceği gibi; aynı zamanda bu oluşabilecek kirliliğin önüne de geçilebilecektir. Turizm olgusu ve doğal çevre arasındaki etkileşim sadece turizm de tercih edilen bölgeler değil aynı zamanda Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)ve birleşmiş Milletler tarafından da önemli görülmektedir (Akova, 2010).

1.7.3.1. Turizmin Fiziksel Çevre Üzerindeki Olumlu (Pozitif) Etkileri

Turizm sektöründe çevrenin korunması adına insanlar bilinçlenmeli ve bu doğrultuda olumlu katkı sağlanabilir. Bu katkılar başlıca dört alan içinde gerçekleşmektedir.

- Anıt ve yapıların restorasyonu ile tarihi öneme sahip alanların korunması.
- Eski tarihi yapılarının günümüzde de ayakta durmasını sağlayacak düzenlemelere gidilmesi
- Çevrenin korunmasına katkıda bulunması
- Doğal çevrenin korunmasına yönelik önlemlerin planlanması ve bunun gerçekleşmesine yeni bir boyut getirmesi.

Turizm talebinin artırılması ve sürekliliğini sağlamak için çevresel değerlerin varlıklarını sürdürmesi gerekmektedir.

1.7.3.2. Turizmin Fiziksel Çevre Üzerindeki Olumsuz(Negatif) Etkileri

Turizmde ne kadar çok önlem alınırsa da ne yazık ki turizm faaliyetleri fiziksel çevreyi tahrip etmektedir. Bunlar:

- **Doğal Çevrenin Tahribi:** Turizm tesislerinin mimari yapısı çarpık kentleşmeye neden olmak ile beraber; alt yapı eksikliğinin deniz kirliliği sorununa yol açması doğal çevrenin daha da tahrip olmasına neden olmaktadır.
- **Sürdürülebilir Turizm Olgusunun Eksikliği:** Turizm olgusu çevreye bağlı; çevre ise en çok turizmden etkilenmektedir. Sürdürülebilir turizm için toplum bilinçlenmeli

ve bu doğrultuda uzun dönemli değişimler için eldeki olanaklar en etkin ve verimli bir şekilde kullanılması gerekmektedir.

- **Çöp ve Atıklar Sorunu:** Bir turizm olayının ardından mal ve hizmetlerin arta kalan zararlı atıkları, çoğu kez sadece doğayı kirletmez aynı zamanda bireylerin sağlığını da tehlikeye atmaktadır. Çöplerin toplanmaması, kanalizasyon sularının denize dökülmesi, plansız nüfus artışı, aşırı yapılaşmalar ve alt yapı eksikliği doğal çevrenin bozulmasına ve salgın hastalıkların ortaya çıkmasına neden olmaktadır.
- **Ses Kirliliği:** Turizm maalesef gürültü kirliliğine neden olmaktadır. Uçakların inip kalkması, taşıt araçların çıkardığı sesler, eğlence kaynaklı gürültü kirliliği başlıca örneklerdir.

Richardson 1991 yılında yaptığı bir çalışmada turizmin bir topluma ekonomik olarak fırsatlar yarattığını, iş ve iş imkânları sağladığını, yerel ekonomiyi üst düzeye çıkardığını ve bunun yanında toplumsal gelişmeye katkı sağladığını, turist ve turist kabul eden bölge halkı arasında kültür alışverişinde bulunduğunu ifade etmiştir (Richardson, 1991). Bu çalışmaya ek olarak, turizm faaliyetlerin değerlendirilmesi sonucu, gelişmiş olan ve gelişmekte olan bölgeler arsında yapılan araştırmalarda ekonomik yarar ve bölge halkının tutumları arasında olumlu bir ilişki ve etkileşim olduğu belirtilmiştir (Gürsoy ve Rutherford, 2004; Gürsoy vd. 2002; Keogh, 1990).

1.8. Literatür Taraması

Literatür incelendiğinde Türkiye’de turizmin yerel halk üzerinde etkisi konulu çalışmaların yoğun olduğu görülmekle birlikte Süryani topluluğu hakkında yapılan çalışmaların yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Bunun nedeni olarak da Süryani Diasporası tarihinin bilinmezliği ve Süryani halkının çok sınırlı yerlerde ve çok az sayılarda varlıklarını sürdürmeleri görülebilmektedir. Kozak (2018) turizmin toplum üzerinde olumlu-olumsuz sosyo-kültürel etkisini; ekonomik, sosyal ve fiziksel çevre başlıkları altında inceleyerek, toplumun gelenek görenek yapıları, kadının ailede ki söz hakkı, kız çocukların bu sektörde çalışmasına izin verilmesi ve kız erkek grupların tanışmaları ve evlenmeleri gibi toplumda değişimlerin olduğunu dile getirmiştir.

Marzuki (2012) Puket Adası’nda yaptığı bir çalışmada, turizm gelişiminin ve sürekliliğin yerel halk için maliyetlerden daha çok yarar sağladığı sonucuna ulaşmış; yerel halkın kendi içinde turizm etkinliklerinden herhangi bir fayda sağladıklarında turizm gelişimini desteklediklerini, hatta çoğu turizm ile bağlantısı olmayan halkın bile turizm etkinliklerinden

yarar sağladıkları için turizmin gelişimine olumlu bir bakış açısına sahip olduklarını tespit etmiştir. Gürbüz'ün (2002) Safranbolu'da turizmin insan, çevre, kültür ve gelenek görenekler üzerinde olumlu ve olumsuz sonuçlar bıraktığını; bu etkilerin daha çok aile içi anlaşmazlığı, dini-ahlak sorunlar ve sosyo-kültürel değişimler üzerinde gerçekleştiğini dile getirerek; turizm faaliyetlerini sadece bir ekonomik gelir sağlayıcı kaynak olarak gören yöre halkının eğitime önem vermek gerektiği sonucuna varmıştır.

Butler (1980) turistik bölgelerde turizmin ilk gelişmesiyle beraber olumlu ekonomik etkilerinden dolayı, yerel halkın turizme ve turiste karşı olumlu bir desteğinin bulunduğunu ancak ilerleyen süreçte sosyal, kültürel ve çevresel problemler neticesinde söz konusu desteğin azaldığını; yerel halkın turizmne bakış açısının, o bölgedeki turizm gelişiminin seyrini doğrudan etkilediğini söylemiştir. Tayfun ve Kılıçlar (2004) Antalya'nın Alanya ve Gazipaşa ilçelerinde yapmış oldukları çalışmada bölge halkın; kendi bölgelerinde gereğinden daha fazla yatırımın yapılması, sosyal faaliyet hizmetlerin arttırılması ve iş olanaklarının oluşturulması gibi olumlu etkilerinin olduğunu ancak bununla birlikte turizmin gürültü(ses) kirliliği, çevre kirliliği, park ve sahil kenarları gibi yerlerin kalabalıklaştığı, ürün ve hizmet fiyatlarının artmasına, örf ve adetlerin, gelenek ve göreneklerin bozulmasına sebep olması gibi olumsuz etkilerinin olduğunu da ifade etmişlerdir.

Doğan (2004)'dan aktaran Özdemir ve ark. (2011) bir toplumun nüfus (demografik) yapısı turizmi etkilediğini; toplumun çeşitli kesimleri arasında turizme katılma düzeyi bakımından ayrılıklar bulunduğunu, turist – yerli ilişkilerinin turizmden beklenen yararlarla yakından bağlantılı olduğunu bu ilişkilerin turizmi doğrudan etkileyebileceğini savunmuşlardır.

Semendereoğlu ve Oban (2007) Şirince Köyü içinde yaptıkları çalışmada; Şirince köyünde bulunan kültürel mirasın turizme ekonomik olarak önemli bir katkısı olduğunu, yerel ekonomiye katkıda bulunan turizm mal ve ürünlerine dönüştürebildiğini dile getirmiş, aynı durumun tarım ürünlerinde ve farklı doğal ve kültürel kaynaklardan faydalanmada da görüldüğü fakat; Şirince köyü halkı turizm sektörü için mevcut yapıların sit kapsamına alınması ile beraber konut ile ilgili bazı sorunların çıktığını dile getirmişlerdir.

Öztürk ve ark. (2015) turizmin yerel halkın mutluluğunu da etkilediğini ifade etmiş; olumlu ekonomik, sosyo-kültürel ve fiziksel etkilerinin bölge halkının mutluluğunu oldukça fazla etkilediğini ancak olumsuz ekonomik etkilerinin ise yerel halkın mutluluğuna etki ettiğini fakat bu etkinin az olduğunu dile getirmiştir.

Çolak Yıldız ve Çalışkan (2018) Menteşe yöresinde yaptıkları çalışmalarında; turizmin hem olumlu hem olumsuz etkilerinden bahsederken, yerel halkın turizmin ekonomik, kültürel ve çevresel etkilerine olan bakışları ile turizm olgusuna verdikleri destek arasında bağlantı

olduğunu, turizmin sosyo-kültürel olumsuz etkilerine karşı yerel halkın rahatsız olmadığını fakat turistler ile bölge halkı arasında bir uyumsuzluğun gerçekleştiği, kültürel değerlere saygı duyulmama gibi davranışların ortaya çıktığı, yerel halkın seksüel davranışlarında, suç, kavga, vandallık gibi olumsuz tavırların hissedildiğini ifade etmiştir.

Çavuş ve Tanrısevdi (2003) grup turizminin yoğun bir şekilde gerçekleştiği Kuşadası'nda yapılan araştırmalarda turizmin en yoğun olduğu zamanlarda yoğunluk, gürültü, aşırı kalabalıklaşma, trafik sıkışıklığı, enerji sıkıntısı gibi ortaya çıkan olumsuz etkiler sebebiyle yerel halkın günlük işlerinde bir aksaklığa neden olduğunu tespit etmişlerdir.

Keskin ve Çontu (2011) Mustafapaşa (Sinassos)'da yapmış oldukları çalışmada; yerel halkın, turizmin kasabada çok fazla olumsuz etki yaratmadığı ve genellikle olumlu etkiler yarattığı yönünde olumlu görüşe sahip oldukları ancak, kasabada fiyatları yükselmesi, alkol ve uyuşturucu kullanımını artırması, açılan disko/bar gibi eğlence mekânlarının ahlaki değerleri bozması gibi turizmin olumsuz etkilerinin de olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Türker ve ark. (2016), turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerinin Safranbolu'da yaşayan halkının hayat kalitesini olumlu yönde etkilediğini bunun yanında hayat kalitesini olumsuz yönde etkileyen bazı sosyal etkilerinin de olduğunu belirtmişlerdir.

Özel (2014) Marmaris ilçesinde yapmış olduğu çalışmada; turizmin, bölgenin nüfus yapısını, aile yapısını, kadınların iş hayatındaki rolünü, gelenek ve göreneklerin değişimi suç oranlarındaki artış gibi birçok olumlu ve olumsuz sosyo-kültürel etkilere sebep olduğunu dile getirmiştir.

Özer ve Ataman (2020) Mardin ilinde yapmış oldukları araştırma sonuçlarına göre; turizmin Mardin bölge halkını ekonomik ve çevresel olarak olumlu etkilerken; sosyo-kültürel olarak olumsuz etkilediğini tespit etmişlerdir.

Dilek ve ark. (2017) Batman Hasankeyf ilçesinde yapmış oldukları araştırma sonucuna göre; Yerel halkın, turizmin sosyo-kültürel ve ekonomik olumlu etkilerinin farkında olarak Hasankeyf'te turizmin gelişimini destekledikleri dile getirilmiştir.

Çelikkanat (2015) Bodrum ilçesine yönelik yapmış olduğu çalışma sonuçlarına göre; turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkileri ile yerel halkın bireysel özellikleri arasında bir ilişki ve etkileşim olduğunu ifade etmiş, bu ilişkinin yerel halkın bireysel özelliklerine göre farklılık gösterdiğini tespit etmiştir. Karacaoğlu (2017) Misi Köyü'nde yapmış olduğu çalışmada; yerel halkın turizm gelişimine desteğinin topluluğa bağlılık ve sürdürülebilir tutum olmadığını, aksine algılanan fayda ve maliyet olduğunu cinsiyet dışında kalan değişkenlerin yerel halkın turizm gelişimine yönelik tutumlarını ve desteğini belirlemede çeşitli düzeylerde etkisinin olduğunu belirtmiştir.

Uzan (2018) Uzundere'de yapmış olduğu çalışmada; cittaslow hareketinin, ekonomi, sosyo-kültürel yaşam ve çevre üzerinde olumlu etki oluşturduğu turizm, ekonomi, sosyo-kültürel yaşam ve çevrenin birbirleri ile güçlü bir etkileşim içinde olduğunu dile getirmiştir.

Çalışkan (2003) Kuşadası'nda yapmış olduğu çalışmada; turizm getirilerinin halkının büyük bir bölümü tarafından bölüşülmediği, bazı kesimlere gittiğini buna rağmen halkın turizme olumlu yaklaştığı, ekonomik beklentilerini turizm sayesinde karşılayabileceklerini düşündüklerini söylemiştir. Şentürk (2019) Aydın Edremit ilçesinde yapmış olduğu çalışma sonucunda turizmin olumlu ve olumsuz sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkilerini algılamaları ile yerel halkın demografik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varmıştır.

Özgürel (2020) Marmaris'te yapmış olduğu çalışmasında; yerleşik yabancı-yerel halk ilişkisinin olumlu, kaliteli, samimi bir biçimde gerçekleştiğini ancak kültürel farklılıklardan dolayı turistlerin destinasyonda yerel halkla uyumsuzluk ve anlaşmazlıklar yaşadığı sonucuna varmıştır. Sun Hee Choi (2013) Güney Kore, Gangwon eyaletinde yapmış olduğu çalışmada; turizmin ekonomik etkilerinin sosyo-kültürel açıdan fayda gören yerel halk tarafından olumlu bir şekilde algılandığını gösterdiğini ancak bu algının çevre söz konusu olduğunda ise olumsuz bir etkiye sahip olduğunu ifade etmiştir.

Literatür taraması bir bütün olarak değerlendirildiğinde turizmin ekonomik faydalarına yönelik yerel halkın büyük oranda olumlu bir algısı olduğu ancak böyle bir etkinin olmadığı yerlerde diğer etkilerin de olumsuz algılandığı görülebilmektedir. Dolayısıyla yerel halkın turizmden ekonomik açıdan fayda sağlayıp sağlamadığı, diğer alandaki etkileri de etkileyen bir baş faktör olarak düşünülebilir. Buna rağmen, çevresel konularda özellikle kirlilik, kalabalık gibi yerel halkın gündelik yaşamını doğrudan etkileyen durumlarda daha mesafeli bir yaklaşım olduğu söylenebilir.

İKİNCİ BÖLÜM SÜRYANİLER

2.1. İnanç Boyutuyla Süryaniler

Süryaniler, din olarak Hristiyan'dır; etnik olarak ise Süryani (Asuri/Arami) 'dir. Süryaniler, Hristiyanlığa toplu bir şekilde geçen ilk kavim olarak bilinir ve Süryanice'nin İsa Mesih'in konuştuğu dil olduğuna inanılır (Uygur, 2015: 28). Süryaniler, günümüzde yaklaşık olarak on milyon nüfuslarıyla Türkiye, Suriye, Lübnan, Ürdün, İsrail ve Hindistan'da yaşamaktadırlar (Küçük, 2008: 5-6). Çalışmanın bu bölümünde Süryaniler'in adı, kökeni, dili ve tarihi hakkında bilgi verilecektir.

2.1.1. Süryaniliğin Etnik Kökeni

Süryani adının kökeni üzerine yapılan araştırmalarda farklı görüşlerden söz edilmektedir. Bu görüşlerin ortak bir özelliği var: Tüm bu görüşler Süryani adının, ya bu bölgedeki - Mezopotamya- bir şehirden ya da bir coğrafi bölgeden veya bu bölgede hüküm sürmüş bir kralın adından kaynaklandığını ileri sürerler. Süryani isminin Hz. İsa'dan sonra I. yüzyıldan itibaren kullanılmaya başlandığı genel olarak kabul edilen bir yargıdır. Süryani kelimesi (Suryoyo) kavramsal anlamda nerede ve ne zaman ortaya çıktığı bilimsel delillerle kanıtlanamamakla birlikte, farklı görüşler dile getirilmiştir. Öncelikle Süryani ismi, Yahudileri esaretten kurtaran Pers (İran) kralı Sirus'un (Keyhüsrev) adından geldiği (Bilge, 1991: 22); Pers kralı Sirus'un serbest bıraktığı esirlerine verilen isim olduğu söylenmekte ayrıca, Kudüs'te Hristiyan olan küçük bir Yahudi topluluğuna verilen isim anlamına da geldiği dile getirilmektedir (Tahincioğlu, 2011). Bu benzetme nedeniyle Sirus esaretten, Hz. İsa ise günahlardan kurtarıcı olarak görüyor; bundan dolayı Hz. İsa ya inan kişilere Sorin (Süryani) ve ilk inananların konuştuğu dil olan Aramca 'ya ise Süryanice deniliyordu (Keske, 2010).

Bir efsaneye göre ise, Aram olarak bilinen Hz. Nuh'un torunlarından geldikleri söylenmekte ve bu adın Keldaniler'in, "dağlık" olarak isimlendirilen bölgelerde yaşayanlara veya Arami olarak isimlendirilen yüksek yerlerde yaşayanlar manasına geldiği de kabul edilen bir görüştür (Uygur, 2015: 29). Aramiler, Hristiyanlığı Hz. İsa'nın havarilerinden Şem'un Petrus ve arkadaşı Toma ve Toma'nın öz kardeşi Aday ile şakirtleri Ağay ve Mara vasıtasıyla kabul ettikleri, bir bölümünün ise Hristiyanlığı Suriyeli (Süryani) müjdeciler aracılığıyla kabul

ettiklerinden, ötürü kendilerini putperest olan Aramiler'den ayırmak için böylece Süryani ismini aldıkları (Koluman, 2001: 21) dile getirilmektedir.

Bugün daha çok inanılan ve Süryani Ortodokslar tarafından dile getirilen görüş, Süryani sözcüğünün kökeninin, birinci yüzyılın ilk yarısında Antakya'da yaşayan Arami kökenli olan insanlardan bir bölümünün İsa'nın inancı olan Hristiyanlık dinini benimsemeleri ve putperest kalmakta ısrar eden hısımlarından ayırt edilmek için, eski kökenleri olan Arami'yi Süryani'ye ve dilleri olan Aramca'yı da Süryaniceye çevirmeleri şeklindedir (Tahincioğlu, 2011: 76).

Süryaniler; milletlerin, uygarlıkların, inançların ve dillerin kaynaştığı coğrafyada Mezopotamya'nın asıl yerlileri olarak adlandırılmaktadırlar. Süryani adıyla ilgili olan tartışmalar, Süryaniler' in kökeni ile ilgili olarak da devam etmiş ve farklı görüşler dile getirilmiştir. Süryaniler' in Arami halkının devamı olduğuna inananlar olduğu gibi, Asuri kökenli olduklarını düşünenler de vardır. Bunların yanı sıra Süryanilerin ne Arami ne Asuri ancak Süryani kilisesinin olduğu zamanda Mezopotamya'da yaşayan bütün halklardan oluşan bir topluluk olduğu da ileri sürülmektedir (Öztemiz 2012: 9).

Süryani halkının kökleri eski Mezopotamya'nın en eski tarih dönemlerine kadar inip ve orada kaybolduğuna inanılır. Ama aslında "Süryani" kelimesi sonraki dönemlerde özellikle Hz. İsa'dan sonraki ilk yüzyıllarda kullanılmaya başlandığı söylenilmekte, İran ve Irak' da daha çok "Asuri" , Hindistan da "Kenanlılar" adıyla tanınırken, Suriye ve Türkiye'de "Süryani" adı kullanılmakta ve hala böyle bilinmektedir.(Şimşek, 2003: 27-28).

Bu açıklamalar ışığında özetlemek gerekirse, Süryanilerin kökenleri ile ilgi üç teori ortaya atılmıştır. Bunlardan ilk teori, daha çok kilise taraftarlarınca savunulan muhafazakâr/geleneksel görüş olan Süryanilerin kökeninin Aramî olduğu görüşüdür (Özcoşar,2006: 15).

İkincisi, on dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısından itibaren Batılılar tarafından ortaya atılan, günümüzde de özellikle Avrupa ve Amerika'ya göç eden kilise dışında yaşayan sivil/laik anlayışta Süryaniler tarafından savunulan Süryanilerin kökeninin Asurî olduğu şeklindeki görüştür (Özcoşar,2006: 15). Üçüncü ve son görüşe göre ise, Süryaniler İsa'dan önceki Mezopotamya halklarının devamıdır ve buna göre; Süryaniler sadece ne Asurlu, ne Babilli, ne Keldanî, ne de Aramîdirler; tüm eski Mezopotamya halklarının kültürel temeline dayanan ve bu arada Helenistik Uygarlığı da özümseyerek ortaya çıkmış bir görüştür (Bilge, 1996: 10).

2.1.2. Süryanilerin Dili

Süryanilerin dili Süryanice olarak adlandırılmakta olup Sami dilleri ailesinden ve Arami lehçesindendir (İris, 2003: 38). Sami dilleri, kendi içinde doğu ve batı olmak üzere iki temel gruba ayrılır. Süryaniler açısından Süryanice, dünyanın en eski dillerinden biri olması, İsa'nın, Meryem Ana'nın ve elçilerinin Süryanice konuştuklarının ifade edilmesi ve İncil'in Matta bölümünün de Süryanice yazılması oldukça önem arz etmektedir. (Akyüz 2005: 18-19). Meryem Ana, İsa Mesih ve Elçilerin konuştuğu dil olmasından kaynaklı olarak Süryanice diline verilen önemde artmaktadır. Sami dilleri M.Ö. III bin yılında doğu ve batı olmak üzere iki ayrı gruba ayrılır. Doğu grubunda Akadca yer alır; batı grubu ise kendi aralarında iki ana kola ayrılır. Bunlar; Kuzey kolu Kenanca ve Aramice iken, güney kolu ise Arapça (kuzey ve güney Arapça) ve Habeşçe'dir (Taşgın vd. 2005).

Süryani alfabesi, 22 ünsüz harften oluşmaktadır. Süryanice sağdan sola doğru yazılır bu özellik Sami dillerin çoğulunda bulunmaktadır. Ünsüzleri ünlüye dönüştürmek için kullanılan bazı dil kuralları vardır. Bunlar; Arap alfabesinden alınan harékeler diğeri ise satırın başına veya sonuna ünsüz harflerin ünlüleşmesi için küçük Yunan harflerinin kullanılmasıdır (Şimşek, 2003). Günümüzde Süryanice, Türkiye'de Turabidin (Mardin ve Midyat bölgesi), Şırnak, Hakkari (Beytulşabab) bölgelerinde; İran'da Urmiye bölgesi ile Irak, Suriye ve Lübnan'daki Süryanilerle diğer bazı küçük topluluklarca konuşulmakta ve varlığını sürdürmektedir (Bilge, 1990: 49).

2.1.3.Süryanilerin Tarihi

Hristiyanlık öncesi Süryaniler, putperest olarak bilinir ve kökenleri Aramiler'den gelmektedir. Aramiler, Süryani adını Hristiyanlığı kabul ettikten sonra kendilerini putperest ırkdaşlarından ayırmak için kullanmışlardır. Tarihi kayıtlar Aramiler' in M.Ö. XIV. yüzyılda Suriye'nin doğusunda görünmeye başladıklarını yazar (Küçük, 2008: 11). Aramiler' i, Sami kavimlerin bir kolu sayıp, Mezopotamya'ya Arap Yarımadası'ndan geldiklerini tahmin edenler varsa da bunların Mezopotamya'nın kuzeyindeki dağlık bölgelerinde yaşayan halk olduğunu ileri sürenler de vardır (Günaltay, 1987; Çelik, 1996). Aramiler, Asurluların zorlamasıyla Fırat'ın batısına geçerek, Suriye ve Filistin sınırlarına sığınmışlar ve Büyük Hitit İmparatorluğu'nun yıkılışından sonra, M.Ö. 1180'de, Aramiler, ön Asya'ya egemen olup Suriye'nin kuzeyindeki yeni Hitit Krallığı ile Asurluları, Mısırlıları yıpratmışlar; bu

mücadelenin sonunda kuzey Suriye’den başlayarak Ürdün (Şeria) nehrine kadar uzanan topraklara yerleşmişlerdir (Günaltay, 1987; Çelik, 1996).

2.1.4. İslamiyet Döneminde Süryaniler

Bizans İmparatorları olan Mauricus ve Phokas dönemlerinde Süryanilere karşı büyük bir zulüm uygulanmıştır (Ete, 2010). Halid Bin Velid komutasındaki İslam ordusu M.S. 636 yılından Bizans’ı yenerek Suriye’yi almasıyla Süryaniler rahat bir nefes almışlardır (Çelik, 1987: 322-328). Süryaniler, Abbasiler döneminde 12. yüzyıl sonları ve 13. yüzyıl başlarına kadar Müslümanların yönetimi altında rahat, huzurlu ve zengin (varlıklı) bir dönem yaşamışlardır. Selçuklular Anadolu’ya geldikten sonra ise artık Süryaniler güvene kavuşmuş ve endişelerden kurtulmuşlardır. Selçuklu hâkimiyetinden sonra Moğol ve Timur döneminde yaşanan olumsuzluklar ve çekişmeler Anadolu halkını tümünden etkilediği gibi Süryanilerin yaşadığı bölgeyi de olumsuz etkilemiştir (Özcoşar, 2008).

Süryaniler Müslümanların hâkimiyeti altına girdikten sonra, kilise ve patrik merkezleri olan Antakya’ya dönmüşler ve burada uzun süre inançlarını hoşgörü ve huzur içinde yaşamışlardır. Politik ve siyasi şartlar yüzünden patriklik merkezi sürekli olduğu yerden başka yerlere taşınmış ve değişmiştir (Ete, 2010). Halep, Urfa, Harran, Diyarbakır, Mardin, Malatya, Rakka ve Silvan gibi şehirler patriklik merkezi olarak kullanılan yerlerdir. Mardin’deki Deyrulzafaran Manastırı M.S. 1293 yılından itibaren Patrik Mor İğnatiyos Yusuf Bar Vahip tarafından sürekli (daimi) olarak patriklik merkezi sayılmıştır (Ete, 2010) Manastır, 1932 yılına kadar patriklik merkezi olarak kalmıştır. Patriklik merkezi 1932 yılında Suriye’nin Humus şehrine, 1959 yılındaysa başkent olan Şam’a taşınmıştır ve hala Şam’da bulunmaktadır. Şam Süryani Patrikliği’nin ismi tekrar “Antakya ve Bütün Doğu Patrikli-Süryani Ortodoks Kilisesi Genel Patriği” olarak değiştirilmiştir. Patriklik makamında ise Moran Mor İğnatiyos I. Zekka Ayvaz bulunmaktadır (Akyüz, 1998: 38).

2.1.5. Türkiye’deki Süryaniler

Süryanilerin esas yerleşim alanları Mezopotamya, Anadolu ve Suriye bölgesi olarak kabul edilir. Başta Amerika, İsviçre, Almanya, Fransa, Hollanda, Brezilya, Hindistan gibi ülkelere göç edenler de olmuştur (Aydın, 2005). Süryaniler, günümüzde Türkiye, Suriye, Irak, Lübnan, Ürdün, İsrail ve Hindistan’da yaşamlarını sürdürmektedirler (Tezokur, 2005).

Türkiye'deki Süryaniler günlük hayatlarında Türkçe konuşurlar fakat kendi aralarında Arapça, Kürtçe ve Süryanice konuşmaktadırlar.

Süryaniler, bugün Türkiye'de yoğun olarak Mardin il merkezi, ilçe ve köylerinde yaşamaktadırlar. Bunun yanında Diyarbakır, Hatay, Elazığ ve Adıyaman'da da küçük Süryani toplulukları vardır. Son 35-40 yıl içerisinde bu yerleşik bölgelerden göç etmeleri ile İstanbul'da da bir Süryani topluluğu oluşmuştur (Ete, 2010). Günümüzde artık Ankara, İzmir gibi büyük kentlerde de Süryanilere rastlamak mümkündür.

20. yüzyılın ikinci yarısında artan göçlerle beraber İstanbul'da da bir Süryani cemaati oluşmuştur. Türkiye'de yaşayan Süryani nüfusundaki azalma uzun yıllardan bu yana devam etmektedir. “Son Süryani Göçü” 1960'lı yıllarda başlamış, 1970'li ve 1980'li yıllardan itibaren de hız kazanmıştır (Turgut, 2016). Batı ülkelerine yönelen bu göçler her ne kadar “misafir işçi” statüsüyle başlasa da bazı olaylar nedeniyle artarak devam etmiştir. Öyle ki, Mezopotamya'nın en eski halklarından biri olan Süryaniler, eski yerleşim yerlerinde yok olma tehlikesiyle karşı karşıyadır ve mevcut durumda, Mardin ve çevresinde 2 bin 400, İstanbul'da da 10 bin civarında Süryani'nin olduğu tahmin edilmektedir (Taşgın, 2005: 75; Bilge, 1997).

2.1.6. Süryani Kilisesi

Süryani kilisesi, Hristiyanlık tarihindeki ilk kilise olduğu için oldukça önemlidir (Koluman, 2001: 67). Süryani kilisesinin günümüze kadar gelebilmesi ve varlığını sürdürmesi de bu nedenle mucize olarak değerlendirmektedir. Süryani Hristiyanlığı, Konstantinopolis'teki Ortodoks Patrikhanesine bağlı olan kiliselerden farklıdır. Bu farklılık sadece teolojik açıdan değil, inancın (dinin) yaşanmasında da gözlenebilir. Edessa ve Mezopotamya'daki Hristiyanlık, Helenistik dünyadan farklı olan Sami bir çevrede oluşmaya ve gelişmeye başlamıştır (Öztemiz, 2012: 15). Süryani Kilisesinin varlığı sadece dinin, kutsal kitaba olan hizmeti korunmasını değil, Süryanilerin gelenek ve göreneklerinin de korunmasını sağlamıştır. Bu kiliselerde Süryaniler dini ritüellerin yanında günlük yaşamlarını da sürdürmektedirler. .Bu nedenle özel bir kiliseye sahip olmak, örf ve adetlerinin, dilinin yaşamasına olanak sağlayan mekânlara da dönüşmesini de sağlamış ve varlığının devam ettirmiştir.

Antakya, dünyanın en eski şehirlerden biridir. O dönemde adı Antiokheia olarak bilinir. Antakya'da Aramiler tarafından ilk Hristiyan Kilisesi kurulmuş ve bu kilise kayıtlarda da yer almaktadır (Tahincioğlu, 2011: 23-32). Hristiyanlık dininin doğuşunda ve gelişmesinde Antakya Kilisesi'nin oldukça özel bir yeri vardır. Hristiyanlığın Kudüs dışında ilk

kurumsallaştığı ve bir dünya dini haline gelmesinde etkin bir rol oynadığı üç büyük merkezden biridir. Diğer ikisi Roma ve İskenderiye'dir. Kudüs'teki Kilisesi'nin inananları sadece Yahudi iken Antakya kilisesi çeşitli etnik halklardan oluşmaktaydı ve Kudüs Kilisesi'nin misyon çalışmalarının bölgeye yayılmasıyla Antakya'da bazı İbrani, Asurlu ve Yunanlılar bu yeni dini kabul etmişlerdir (Uygur, 2015). Antakya'ya çağrıldığı dönemde Tarsus'ta tüm dünyevi şeyler uzaklaşmış, inzivaya çekilmiş olan Pavlus, Yahudiyken Hristiyanlık inancını benimsemiş iyi eğitilmiş bir Roma vatandaşıdır ve Süryaniler, Antakya'da ilk Hristiyan kilisesini kuran Petrus'la birlikte Hristiyanlığın yayılmasında büyük payı olan Pavlus'u da kendi aralarında kabul ederler. İlk Hristiyan Kilisesi'nin kurucusu ise Petrus olarak bilinir. Episkopos olarak takdis edilen Petrus, unvan olarak bu kilisenin patrikliğini almış ve Antakya Kilisesi'nin yanı sıra Roma Kilisesi'nin de ilk başkanı olmuştur. Roma Katolik Kilisesi Petrus'u, Saint (Aziz) Pierre unvanı ile anmaktadır. Petrus adına çok sayıda, manastır, kilise ve şapel inşa edilmiş ve aziz olarak kutsanmıştır (Tahincioğlu, 2011: 34-36).

Antakya kilisesi, Hristiyanlığın ilk yüzyılında Kudüs kilisesinden sonra en kıdemli olan kilisedir. M.S. 191 yılında patrik seçilen Serefiyon Antakya Süryani kilisesinin Başpiskoposluk karakterini resmîyete dönüştüren kişidir (Küçük, 2008). Antakya Süryani kilisesi, bölgede en güçlü Hristiyan merkezi olarak dini ayrılıkların çözümünde ve toplanan mahalli, yerel konsüllerde önderlik yapmış önemli bir kilisedir. (Küçük, 2008). Nihayet, patrik Fitalyos döneminde Antakya Süryani kilisesi Suriye, Mezopotamya ve Anadolu'daki kiliseleri idaresi altına alarak kendi istikametinde yönlendirmiştir. Antakya Süryani kilisesi, III. Asırda Doğunun en büyük, en ciddi ve en önemli kiliselerinden birisi haline gelmiştir (Durak, 2005).

2.2. Süryanilerde İbadet

İbadet, genellikle bir Tanrı'ya yönelik yapılan eylemlerin genel adıdır. İbadet, farklı dinlerde farklı şekillerde yapılabilir. Her din de olduğu gibi Süryanilerde de ibadet etmek kişi için manevi bir anlama sahiptir. Süryanilerde ibadet genelde kiliselerde yapılır.

2.2.1. Süryani Ortodokslarda İnanç Esasları

Süryani Kadim Cemaati; "Hakim-i Mutlak-Kadir-Yaratıcı bir Tanrı'ya inanır. Yâr olarak onu çağırır ve ona güvenir. Ulu tanrıda üç sıfat vardır. Bu üç sıfatı bir cevherde toplar ve bir vahdaniyete sığdırır. Bu birliğin ezelden ebede dek var olduğuna iman ederek taparlar.

Sıfatlar şunlar: Ata Allah, Kelam Allah (Oğul), Ruh Allah. Fakat üç Allah olarak değil, ancak bu üçlükten bir ilahiyat, bir kudret ve bir tabiat eşitliği içinde bir Allah mefhumuna inanır” (Günel, 1970: 303). Süryani Ortodoks Kilisesi; ayin kitabına (Anafura), elçisel inanca, ana dile ve kutsal kitaba olan ihtimamla eğitim ve öğretime verdiği önem ile farklı özelliklere sahip bir yerde olduğu göstermektedir.

Monofizit akideyi savunan Süryani Ortodoks Kilisesine göre Baba (Tanrı) ile Oğul, birdir. Hz. İsa’da insan ve Tanrı doğasını bir araya getirerek tek doğayı oluşturur. Hz. İsa, Tanrı olarak insan gibi doğmuş, belli bir zaman dilimi yaşadıktan sonra ölmüş ve yeniden var olmuştur. Yani Hz. İsa hem Tanrı hem de (fani)insandır ve Hz. Meryem Tanrı’nın anasıdır (Günel, 1970; Bilge,2001; Albayrak, 1997).

2.3. Mardin ve Çevresinde Süryaniler

2.3.1. Tur Abdin Adı

Bu kelime Süryanilerin bu çevredeki kiliselerini içine alan Metropolitlik merkezine kendilerinin verdiği bir isimdir. Tur Abdin, Midyat merkez olmak üzere Mardin merkezi ve Mardin’in bazı ilçelerini içine alan bölgeye verilen bir isimdir. Süryanicede "kulların dağı" anlamına gelen Tur Abdin, Süryani Ortodokslar için önemli bir bölge olup dinî ve kültürel merkezleridir (https://tr.wikipedia.org/wiki/Tur_Abdin). Bölgenin çok eski bir tarihi geçmişi vardır. Yeryüzünde ayakta kalmış en eski Süryani Ortodoks Manastırı olan Mor Gabriel Manastırı da (Deyrulumur) bu bölgededir. Tur Abdin’i Diyarbakır, Urfa ve Mardin Nusaybin’in oluşturduğu üçgenin doğusunda kalan alan olarak kabul edilir. Kuzeyi ve doğusunda Dicle Nehri; batıda ise güneye doğru uzanan Mardin Dağı ile güneydoğuda Cizre ile çevrilidir. Yani Hasankeyf, Mardin, Dara, Nusaybin ve Cizre bölgeyi çevreleyen yerleşim birimleridir.(Keser, 2002).

2.3.2. Mardin ve Çevresindeki Süryanilerin Yaşantıları

Semavi dinlerin tümünde olduğu gibi Hristiyanlıkta da dini günler ve bayramlar vardır ve önemsenir. (Keşke, 2010). Hz. İsa’nın yaşamındaki önemli hadiseleri anmak, anımsamak zamanın çemberinde dini ayinler halini almıştır.(Zafer, 2011). Süryanilerde bayramlar kutsal kabul edilir. Bayramdan önce oruçlar tutulur, diyetler yapılır, tamamı kilisenin uyguladığı ve takip ettiği bayram uygulamaları olup hem sosyal paylaşımı hem de Süryani camiasını bir arada tutmayı amaçlamıştır.

Süryaniler, Rabbani bayramlarda gündelik işlerini erteleyip kilisede düzenlenen ayinlere katılmak mecburiyetindedirler. Rabbani olmayan bayramlarda ise ayinlere katılma mecburiyetleri bulunmamakla birlikte bazı bayram tarihlerinin sabit olduğu gibi bazı bayram tarihleri ise değişebilmektedir. Rabbani bayramlar bu şekildedir (Şimşek, 2003):

- Yeni yıl(sene) ve Mesih'in Sünneti 1 Ocak
- Vaftiz Bayramı 6 Ocak
- Meryem Ana Ekinler Bayramı 15 Ocak
- Meryem Ana Müjde(Armağan) Bayramı 25 Mayıs
- Paskalya (Diriliş) Bayramı 15 Nisan
- Mesih'in (Hz. İsa) Göğe Yükseliş Bayramı 24 Mayıs
- Pentikost (Kutsal Ruhun Gelişi) 23 Haziran
- Tecelli Bayramı 6 Ağustos
- Noel (Doğuş) Bayramı 25 Aralık
- Meryem Ana İntikali Bayramı 15 Ağustos
- Meryem Ana Doğuş Bayramı 8 Eylül
- **Yeni Yıl(Sene) ve Mesih'in Sünneti (1 Ocak):** Bu tarih Hz. İsa'nın sünnet bayramı olarak da kabul edilmektedir. Yahudi dini geleneklerine enanelerine göre erkek çocuklar, doğumunun 8'inci günü sünnet ettirildiği için, Hz. İsa'nın da doğumundan sonraki 8'inci güne karşılık gelen 1 Ocak tarihinde sünnet ettirildiği ortaya sürülmektedir. 1 Ocak sonrası ilk Pazar günüyse, "İsa'nın Kutsal Adı Bayramı" olarak kutlanmaktadır. İlk Pazar, ayın 6'sı veya 7'si gibi daha ileri bir tarihe denk gelirse, Epifani kutlamalarına denk geldiği için, bayram Pazar gününden önceye, İsa'nın sünneti kutlamalarından sonraki gün yani 2 Ocak gününe alınmaktadır (Katar, 2001).
- **Vaftiz Bayramı (6 Ocak)**
Hz. İsa'nın doğum devresi içinde yapılan kutlamalardan biri de Epifani Bayramıdır. Yunanca bir sözcük olan Epifani, "görünüş, zuhur" anlamlarına gelmektedir. Kiliseler arasında farklı ifade edilse de Hz. İsa'nın görünmesini, varoluşunu ifade etmektedir. III. Yüzyılda, doğu kilisesinde Hz. İsa'nın vaftiz olmasını kutlamak amacıyla başlatılmış, daha sonra IV. Yüzyılda bu gelenek Batı kilisesine de geçmiştir. (Katar, 2001).

- **Şahro¹ Meryem Ana İntikali Bayramı (15 Ağustos) Bayramı**

Süryaniler her yıl 15 Ağustos'ta, Meryem Ana'nın göğes alınması Şahro İntikal Bayramını kutlarlar. 15 Ağustos, Hristiyanlar için kutsal olarak kabul edilen Mesih İsa'nın annesi Meryem Ana'nın vefat etmesinin ardından göğes alındığı gündür. Süryaniler iki bin yıldır, her 15 Ağustos'ta andıkları bu önemli günü “İntikal Bayramı Şahro” olarak adlandırırlar. Meryem Ana'nın göğes alınması, Süryani kiliselerinde 15 Ağustos sabahı düzenlenen ayinle anılır. Şahro İntikal Bayramından önce 5 gün boyunca oruç tutulur. Bu süre zarfında hayvansal hiçbir gıda yenilmez. Bu önemli gün takvimce üzüm üzerine uyarlanmıştır. (www.gazetesabro.org).

- **Paskalya (Hedorabo \ Dakyomt-Direnış) Bayramı**

Hristiyanlıkta var olan, bilinen en eski ve en önemli bayram paskalyadır. Bu bayramda Hz. İsa'nın çarmıha gerildikten sonraki üçüncü günde dirilişi kutlanmaktadır. Paskalya dönemi mart ayının son günlerinde başlayıp nisan ayının bitimine kadar geçen dönemi kapsamaktadır. Süryaniler, bayramlaşırken “Kom Moran Men Kabro” (Rab Mezardan Dirildi) ve karşılığında “Sariroyith Kom” (Gerçekten Dirildi) derler” (Şimşek, 2006). Bayramın başlaması diğer bayramlarda da olduğu gibi tutulan oruçların bitmesiyle başlar. Elli günlük oruç ve diyet uygulamalarının yerine getirilmesi sonucunda bu bayrama ulaşılır. Bayram öncesi tutulan bu oruçlar tam anlamıyla bir yemeden içmeden kesilme şeklinde gerçekleşir. Gece yarısında başlayıp diğer günün ortasına kadar oruca, günün diğer arısında ise tüm hayvansal gıdalardan (et, süt, yumurta ürünleri) uzak kalmak suretiyle basit yiyeceklerle perhize devam ettirilir.(Şimşek, 2003:233).

- **Mesih'in Göğes Yükseliş Bayramı:** “İsa'nın göğes yükselişi ya da İsa'nın miracı; Hristiyanlıkta İsa'nın Tanrı'nın yanına geri çekilmesi olayıdır. Paskalya' dan 39 gün sonra, Paskalya orucundan ise 40 gün sonra kutlanır. Bu yüzden bayram daima perşembe gününe denk gelir. Bu şekilde en erken 30 Nisan'da, en geç 3 Temmuz'da kutlanır. Hristiyan öğretisindeki miraç günlerinden biridir. İsa'nın öldükten 3 gün sonra dirildiğine ve birçok insana görüldükten sonra, 40. günde havarilere görünüp, göğes, Tanrı'nın yanına yükseldiğine inanılır. İsa'nın Göğes Yükseliş Bayramı'nın tatil

¹ Şahro: Süryaniler arasında manevi duyguların en üst seviyeye çıktığı gün.

günü olmadığı ülkelerde, bayram hemen ardından gelen pazar günü kutlanır” (Peter Klein, 2000).

- **Pentikost (Kutsal Ruhun Gelişi) Bayramı**

“Musevilikte ve Kilise tarihinde Musa Peygambere Sina Dağı’nda Emir’in verildiği gün olarak da kabul edilen Pentikost günü, İsa Mesih’in ölümden dirilişinden sonraki ellinci günde, İsa Mesih’in öğrencilerine vaat ettiği Kutsal Ruh’ un, üzerlerine büyük bir güçle dökülmesi kutlanmaktadır. Pentekost bayramı bir sevinç günüdür. Bu bayram gününde kiliseler süslenir, pazar ibadeti Kutsal Ruh’ un imanlıların üzerine dökülmesi isteği üzerine şekillendirilir, dualar bu yönde olur” (www.hristiyanhaber.net) .

- **Yaldo-Noel (Doğuş-)Bayramı**

Kendi dillerinde Süryaniler “Yaldo” Hristiyan dünyasında ise “Noel” olarak adlandırdığı 25 Aralık günü Hz. İsa’nın vücuttaki var oluşunun anısına kutlanan gündür (Zafer, 2011). Süryaniler, “Brih Mevlode Dmoran” (Tanrımızın doğuşu kutlu olsun) derler”. İsa Mesih’in çobanların yaktığı ateşi simgelemek adına kilisenin ortasında bir çanağın içerisine çıralar konulup topluluğu oluşturan insanların elindeki mumlar ile bu çıralar tutuşturulup daha sonra ateşin etrafında dönülerek ilahiler söylenip kutlanmaktadır.

- **Siboro-Suboro (Kırmızı Ve Beyaz İpler Veya Meryem Ana’nın Müjdelenmesi)**

Bayramı: “Paskalya orucunun ortasında Meryem Ana’nın Müjdelenme Bayramı Süryaniler arasında **Siboro** olarak adlandırılır. Süryaniler bu bayramın gecesinde yoğurdukları hamurun üzerine, tarlalarında yetişen tüm tahıllardan serpererek, kırmızı ve beyaz olmak iplerden koyarlar. Siboro genellikle el bileğine veya boyna takılır. Renklerin anlamları ise şöyle: Beyaz; paklığı, İsa’nın Tanrı olduğuna işaret eder ve kefeninin temsilidir, Kırmızı; insan olduğunu ve bizlerin günahını taşıyarak kanını döküp çarmıha gerilerek ölmesini temsil eder. Orucun son cuma akşamında sütlaç veya yumurta yapılırken, Siboro ipleri ateşte yakılır. Çünkü Mesih İsa insan olarak yeryüzündeki vazifesini bitirmiştir. Artık insanoğlu kurban edilmeyecek, kan dökülmeyecek ve ölümler için yas tutulmayacaktır. Çünkü Tanrı kıyam etmiş, dirilmiş, insanoğlunu paklaştırmış ve günahlarından arındırmıştır” (www.gazetesabro.org).

- **Hanokritho Bayramı:** Mezopotamya’da varlığını devam ettiren Süryanilerin gelenekselleşmiş bir ziyafetidir. Süryaniler, her yıl tuttukları 50 günlük oruca başlamadan evvelki son Pazar günü bu bayram kutlanmaktadır. Tutulan oruçlar Hz. İsa’nın yeniden ortaya çıkmasına denk gelen güne kadar tutulurlar. HanoKritho bir kadın betidir. Bayramlarda bu betinin, figürün örneği tasarlanır. Yapılan bu maket örneği köylerde yaşayan Süryani kızları tarafından yapılır. Yapılan maketle köyde bulunan körpe, toy gençleri hep beraber köy evlerini tek tek gezip ev sahipleri tarafından bereketi simgelediğine inanılan yağmura benzetilerek üstlerine su serpilerek karşılanırlar. Gençler ziyaret ettikleri her evden bulgur, kavurma ve yumurta toplayıp, toplanan bu yiyeceklerle köyün kilisesinde bir araya gelip köy ahalisinin de kilisenin avlusuna gelmesiyle birlikte toplanan yiyeceklerle yemekler yapılır. Yapılan yemekler yenir, oyunlar oynanır, bir tabak yumurtalı ve kıymalı bulgur HanoKritho için ayrılarak taşların arasına gizlenir. Daha sonra gençler gizlenen bu tabağı bulmaya çalışır tabağı bulan genç yemeği yer. Gençler tarafından üretilmiş olan bu maket Hano Kritho’yu daha sonra gençler parçalarlar. Yiyeceklerle yapılmış olan bu yemeklerin bir kısmı ihtiyaç sahibi bireylere dağıtıldıktan sonra bu bayram sona erer. (İris, 2003).
- **Yumurta Bayramı:** Süryanilerin paskalya bayramlarında birbirlerine armağan olarak takdim ettikleri yumurtalara denir. Bu Yumurta, İsa Mesih’in ölüyken yeniden var oluşunun simgesi olarak kabul görmektedir. İnanışlarına göre İsa Mesih hiçbir dış faktör olmadan kendine has bir güçle mezardan yeniden doğmuştur. Paskalya bayramında yumurtanın haşlanıp rengârenk boyanması gelenekselleşmiştir. Paskalya bayramına özgü her Süryani’nin evinde renkli boyanmış yumurta ve çörek olmaktadır. (İris, 2003).

Rabbani olmayan bayramlar (Azizleri Anma Günleri) ise şu şekildedir;

- Vaftizci Yuhanna’nın Şehit Edilmesi 7 Ocak
- Mor Stefanos 8 Ocak
- Kartminli Mor Şemun 19 Ocak
- Mor Barsavmo 3 Şubat
- Patrik Mor Severius 8 Şubat
- Patrik III. İlyas 13 Şubat
- Aziz Mor Efrem 3 Mart

- Sebastiyân'ın Kırk Şehidi 9 Mart
- Mor Evgin 20 Nisan
- Mor Gevergis 23 Nisan
- Nusaybinli Mor Yakup 11 Mayıs
- Mor İzozel 12 Mayıs
- Mor Samuel 15 Mayıs
- Mor Şemun Dzeyte 1 Haziran
- Elçi Mor Petrus ve Mor Pavlos 29 Haziran
- Elçi Mor Tuma 3 Temmuz
- Mor Kiryakos ve Annesi Yuliti 15 Temmuz
- Mor Yakup Burud'ano 31 Temmuz
- Mor Simuni ve Yedi Oğlu 1 Ağustos
- Mor Gabriyel'in Elinin Kesilişi 31 Ağustos
- Mor Melke 1 Eylül
- Mor Abay 1 Ekim
- Mor Serkis ve Mor Bakos 7 Ekim
- Suruçlu Mor Yakup 29 Kasım
- Mort Barbara ve Mort Yulyana 4 Aralık
- Mor Behnam ve Kardeşi Sara 10 Aralık
- Mor Gabriel 23 Aralık

Rabbani olmayan bayramlarda; Süryanilerde ismi anılacak olan Aziz'in kilisesi yıl içerisinde değilse de, azizin anıldığı gün resmi bir ayin o kilisede yapılır. Bu sebeple kullanılmayan bütün

kiliseler yılda bir kez dahi olsa kullanılması, kilisenin yerinin unutulmaması ve kilisenin harabeye dönüşmemesi hedeflenmektedir. Unutulmaya yüz tutulmuş kiliseler böylece aktif haline gelmektedir. Azizi anma gününde gelen topluluğa azizin hayatı anlatılır. Ayine katılan topluluğa ikramlarda bulunur (Ete, 2010).

2.3.3. Süryanilerde Medeni Yaşam

Evlilik, Süryanilerde önemli bir olgudur ve kutsaldır. Rahipler, Rahibeler, Episkopos, Metropolit, Mafıryan ve Patrikler kesinlikle evlenemezler. Papazlar, papaz sıfatını almadan

önce evlenebilirler. Papazın eşi öldüğünde ise, ikinci bir evlilik yapmasına izin verilmez. Ancak ruhban sınıfına dâhil olmayanlar ikinci kez evlenebilirler (Günel, 1970). Sütkardeşi olanlar ve vaftiz kirveliği bulunan bireyler birbirleri ile evlenemezler. Nikâh sırasında sağdıçlık yapan kişiler arasında da evlilik yapılamaz. Amca, dayı, hala, teyze çocukları, zorunluluk olmadığı sürece evlenemezler. Ancak bulunan bölgedeki nüfus azlığı ve aile sayısının düşük olmasından dolayı, bu tür akraba evliliklerine izin verilmektedir. Bir Süryani ile bir Müslüman'ın evliliği asla onaylanmaz. Süryanilerde görücü usulü ile evlilikler çok nadirdir, anlaşarak yapılan evlilikler daha yaygındır (İris, 2003).

2.3.4. Süryaniler 'de Bilim, Sanat ve Kültür

Süryaniler tarih boyunca üretken bir toplum olup çevreci bir düşünceyle, başta edebiyat olmak üzere tıp, astronomi ve matematik gibi bilim alanlarında önemli eserler ortaya koymuş, büyük bilim adamları yetiştirmişlerdir (Ürek, 2013). Süryaniler, tasarımcılık ve el sanatlarında ortaya koydukları hünerleriyle de belli bir düzeye çıkabilmiş yetenekli bir toplumdur. Tıpkı günümüz Avrupası'nın güçlü kültürü ve teknolojiyle önderlik yaptığı gibi, zamanın Süryanileri de ihtişamlı şehir ve yapılarıyla emsalsiz örnekler sunmuşlardır (Ürek, 2013). Süryaniler, yüzlerce yıldır el sanatlarındaki hünerleri ve ustalıkları ile tanındılar ve günümüzde sayıları giderek azalmakla birlikte, halen telkâri adı verilen gümüş-altın işlemeciliği, Süryaniler tarafından yaşatılmaya çalışılmaktadır (Yavuz-Salim, 2003).

2.3.5. Süryanilerde Dayanışma

Süryaniler arasında büyük bir dayanışma mevcuttur. Hiçbir Süryani'nin işsiz kalmaması adına kendi aralarında önleyici tedbirler almışlardır. Bu tedbirleri şöyle özetlenebiliriz.(Koluman, 2001): 1-İşsiz olanlara iş bulmak ve iş bulunamıyorsa iş imkânı sağlamak. 2-çalışamayacak durumda olanların geçimlerini sağlamak. 3-İşsiz kalan bir Süryani'ye bir işverenin yanında iş bulmak. İşverenin çalışana ihtiyacı yoksa bile ona uygun bir iş oluşturup istihdam etmek. 4-İşi-gücü olmayanlar ve bağımlı kişiler için kilise ve manastırlarda bakım yerleri mevcuttur. Bu kişilerin geçim ve bakımları kiliseye ait vakfın gelirlerinden karşılanır. Süryani Kadim Vakfı, kilise ve manastırların giderlerini karşılamakla beraber yoksul ve düşkün Süryanilerin geçimlerini karşılamak için de oluşturulmuştur (Koluman, 2001).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM GELİŞİMİ ve SÜRYANİLER

3.1. Mardin ve Alan Araştırması

3.1.1. Mardin

Yöre insanı tarafından “Gündüz seyranlık, gece gerdanlık” olarak tanımlanan Mardin, medeniyetlerin, dinlerin, kültürlerin ve farklı renklerin oluşturduğu bir kenttir. Kuzey Mezopotamya’nın bereketli ve verimli topraklarının merkezinde bulunan bu kent, tarih öncesinde ve tarihi çağlarında, coğrafya açısından önemli ticari ve kültürel ilişki ağlarının birleştiği bir noktada olmuştur. Bu önemin nedeni, Mardin’in de içinde bulunduğu Tur Abdin bölgesinin coğrafi konumudur.



Resim 1: Mardin gün batımı.

3.1.2. Mardin İsmi

Birçok kaynakta Mardin ismi ile ilgili farklı anlatımlardan bahsedilmiştir. Süryanice kaynaklarında Mardin ismi “Marde”, Arapça kaynaklarında “Maridin” şeklinde kaydedilir. Mardin kelimesinin kökeni hakkında farklı görüşler dile getirilmiştir. Mardin’in gerçek adının Merdin olarak halk arasında daha çok bilindiği ve “kaleler” anlamına geldiği de dile getirilen görüşlerden birisidir (Ete,2010). Şehrin günümüzdeki adı Arapça kaynaklarda geçen Maridin’den gelmiştir. Roma tarihçilerinden Ammianus Marcellinus Mardin adını ilk defa milattan sonra IV. yüzyılda bahsetmiştir (Göyünç,1991).

Asurlular dönemi kaynaklarında “Kaşyari” veya “Kaşıari” diye bahsedilmektedir. Roma ve Bizans kaynaklarında ise İzala Bölgesi veya İzala Dağı da Mardin ve havalisi için kullanılan diğer bir tabirdir. Tarihçi J. Von Hammer Mardin’in asıl adının “Marde” olduğunu savunur. Ermeni kaynaklarına göre Mardin ismine Merdin, Süryani kaynaklarına göre ise Merdo, Merdi, Merda diye bahsedilmiştir (Göyünç, 1991: 4-6). Bir diğer rivayete göre Mardin adı, İran şahlarından birinin Mardin adındaki hasta oğlunun şifacıların tavsiyesi üzerine dört mevsimin yaşandığı Masius Dağı’nın tepesine yerleştirilmesi ve daha sonra burada şifa bulması sonucu burası onun ismiyle anılmaya başlanmıştır (Noyan, 2005: 1).

İslam tarihçisi Vakidi ise, bu konu ile ilgili olarak şöyle bir görüş savunur: Din, ismindeki bir Allah dostu Mardin Dağı’nın tepesine yerleşir ve burada zamanının çoğunu ibadetle geçirir. Bu zatın namı zamanla tüm bölgeye yayılır, fakat bu zat Bizanslı bir komutan tarafından öldürülür ve bunun üzerine “din öldü” anlamında “Meta-din” denilmiş ve zamanla Mardin ismi böylece oluşmuş olur. (Evliya Çelebi, 1986: 460-461).

3.1.3. Mardin Tarihi

Mardin, Türkiye'nin güneydoğusunda bir şehirdir. Mardin ilinin başkenti, eski kentinin Artuklu mimarisi ve düz ovalar üzerinde dik bir şekilde yükselen Dicle Nehri yakınında kayalık bir tepe üzerindeki stratejik konumu ile tanınır. Şehrin eski şehri, cephesini korumak için yeni inşaatları yasaklayan UNESCO'nun koruması altındadır.

Kent, MS 4. yüzyılın başlarında, yetmiş keşişi barındıran Nisibis manastırının bulunduğu, İzla Dağı'nın (İzla) adı olarak Süryani Hristiyanlık dönemine kadar hayatta kaldı. Roma döneminde kentin kendisi, Neo-Aramice bir isimden "kale" anlamına gelen Marida (Merida) olarak biliniyordu (Göyünç, 1991: 2). MÖ 150 ve MS 250, Abgarid hanedanı tarafından yönetilen Osroene krallığının bir parçasıydı. Bizans İzala, 11. yüzyılda Selçukluların eline geçti. Artuklular döneminde, Mardin'in birçok cami, saray, medrese ve han gibi tarihi binaları inşa edilmiştir. Mardin, 11. ve 12. yüzyıllarda Artuklu'nun iki kolundan birine başkentlik yapmıştır. Artuklu hanedanının toprakları 1235 ve 1243 yılları arasında Moğol istilasına uğradı, ancak Artuklular Moğol İmparatorluğu'nun vassalları olarak yönetmeye devam ettiler. (Göyünç, 1991: 9-10).

Ortaçağ döneminde, kasaba (önemli miktarda Süryani ve Ermeni nüfusa sahipti) Ermeni Apostolik, Ermeni Katolik, Doğu Kilisesi, Süryani Katolik, kiliselerin piskoposluk merkezi ve Süryani Ortodoks Kilisesi'nin kalesi haline geldi. Patrikhanenin merkezi 1034-1924 yılları arasında yakınlardaki Safran Manastırı'ndaydı. 1451'de Karakoyunlular Mardin Kalesi'ni

kuşattı ve kaleyi almak için yaptıkları başarısız girişimlerden sonra şehre zarar verdi. Yaklaşık yarım yüzyıl sonra, 1507'de Safevilerden I. İsmail, şehri ve kaleyi ele geçirmeyi başardı. Aynı yıl şehri ziyaret eden Venedikli bir tüccar, şehirde Müslümanlardan daha fazla Hristiyan Ermeni ve Yahudi olduğunu yazdı.

Birkaç yıl sonra 1515'te şehir Safevi hanedanının sert rakipleri olan Osmanlılara teslim oldu, ancak kale hala I. İsmail'in kontrolünde kaldı. Bir yıl sonra I. Selim önderliğinde Osmanlılar şehri kuşattı. 1517'de yeniden ilhak edildi. Bu süre zarfında Mardin, Osmanlı Padişahının yetkisi altında doğrudan atanan bir vali tarafından yönetiliyordu (Yinanç, 1997: 258-259).

Şehir, Osmanlı yönetimi altında, önemli bir çatışma veya kötü durum olmaksızın nispeten sakin bir dönem yaşadı. 18. yüzyılın sonlarında ve 19. yüzyılın başlarında şehri ziyaret eden Avrupalı seyyahlar, nüfusla ilgili oldukça değişken tahminlerde bulundular, ancak genellikle Müslümanların (veya "Türklerin") büyük bir Ermeni topluluğu ve diğer azınlıklarla en büyük grup olduğunu belirtirken, Arap ve Kürtçe baskın dillerdi. (Göyünç, 1991: 13).

Osmanlı İmparatorluğu Mısır Hidivliği ile çatışmaya girdiğinde barış dönemi nihayet durduruldu. Bu süre zarfında şehir, Kürt Milli klanına bağlı isyancıların egemenliğine girdi. 1835'te Milli aşiret, Diyarbakır Eyaleti Valisi Reşid Mehmed Paşa'nın askeri birlikleri tarafından bastırıldı. Kuşatma sırasında şehrin Ulu Camii havaya uçuruldu. 1847 ve 1865 yılları arasında şehrin nüfusu kayda değer bir kolera salgınından mustaripti ve ölümlerin kesin sayısı bilinmiyordu. Birinci Dünya Savaşı sırasında Mardin, Asur ve Ermeni soykırımlarının yaşandığı yerlerden biriydi. Birinci Dünya Savaşı arifesinde Mardin, 12.000'den fazla Süryani ve 7.500'den fazla Ermeni'ye ev sahipliği yapıyordu. Savaş sırasında birçoğu Ras al-'Ayn Kamplarına gönderildi, ancak bazıları yerel Çeçenlerin yardımıyla Sincar Dağı'na kaçmayı başardı. Mardinli Kürtler ve Araplar bu olaylara genellikle "fırman" (hükümet düzeni), Süryaniler ise "seyfo" (kılıç) adını verirler. Mondros Mütarekesi'nden sonra İtilaf Devletleri askerleri tarafından işgal edilmeyen Türk şehirlerinden biri de Mardin olmuştur (Dolapönü, 1972: 21).

1923 yılında Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasıyla Mardin, kendi adıyla anılan bir ilin idari başkenti oldu. Şiddetten sağ kurtulan birçok Süryani, daha sonra, Türk ordusunda zorunlu askerlik almalarının ardından 1940'larda yakınlardaki Kamışlı'ya gitmek için Mardin'i terk etti. Türk Hükümeti 1925'te Şeyh Said İsyanı'nı bastırırken, Mardin'de birinci ve on dördüncü süvari tümeni konuşlandırıldı (Dolapönü, 1972: 17).

Mardin, 1990'larda, sakinlerin daha fazla sayıda şehrin eski şehir tepesinin eteğinde daha alçak zeminde gelişen modern bölgelerine taşınmasıyla önemli ölçüde sanayileşmiştir. 2012

yılında çıkarılan bir yasa ile Mardin, 2014 yılında Türkiye'de yapılan yerel seçimlerin ardından göreve başlayan büyükşehir belediyesi oldu. Şehrin önemli bir Arap nüfusu var.

3.1.4. Mardin ve Turizm

Miras Turizmi-Kültür turizmi: Son yıllarda ünlenen bir turist etkinliğidir. Bu turizm çeşidinin ilgi alanı, bir toplumun geçmişine ait görünmeyen soyut ve görünen somut tüm var olan değerlerine sahip çıkması ile ilgilenen bir kültür hareketidir. Mardin miras ve kültür yönüyle oldukça zengin bir şehir konumunda olduğu için her zaman ilgi görmüştür; özellikle tarihi evleri ve kendine özgü bir kültürü barındırdığı için yoğun bir turizm akışı yaşanmaktadır.

Diaspora (kopuntu); bir topluluğun, kavim, millet veya inanç mensuplarının çok uzun zamandan beri ana yurtlarından belli başlı nedenlerden ötürü koparak başka yerlerde azınlık olarak yaşamalarıdır. Bir ulus için ana yurdunu terk etmek zorunda kalmak oldukça hüznün verici sebeplere neden olabilir.

Kutsal yerlere yönelik turizm etkinlikleri de “inanç turizmi” olarak tanımlanmaktadır. Her kent, kendine özgü bazı özellikler taşımaktadır. Bu özellikler bir bütün olarak o kent ile ilgili bir dışsal görünüm oluşturmaktadır. Mardin ili farklı şehir yapısıyla, görkemli evleriyle, lezzetli yöresel yemekleri ve yöresel giyimiyle turizm de ilgi odağı olmuştur.



Resim 2: Mardin'den bir kesit.

Mardin’de turizm gelişimi son yıllarda oldukça hız kazanmıştır. Bunun en önemli sebeplerinden birisi de Mardin, UNESCO Dünya Kültür Mirası Listesi’ ne aday olarak gösterilmesidir. Bu olumlu gelişme Mardin’in dünya çapında tanınmasına olanak sağlamış ve yabancı turistlerin gezi rotalarını bu eşsiz şehre çevirmelerine sebep olmuştur.

Tablo 2: Mardin’de Konaklayan Ziyaretçi İstatistikleri.

MARDİN’DE KONAKLAYAN ZİYARETÇİ İSTATİSTİKLERİ			
YIL	YERLİ	YABANCI	TOPLAM
2013	172.859	16.589	189.448
2014	202.907	18.323	221.230
2015	146.301	14.761	161.062
2016	107.956	5.603	113.559
2017	214.704	16.267	230.971
2018	291.846	25.536	317.382
2019	352.408	25.830	378.238
2020	154.308	8.359	162.667
2021	298.128	25.781	323.909
2022*	58.676	4.699	63.375

*2022 yılının ilk 3 ayını kapsamaktadır.

Kaynak: <https://mardin.ktb.gov.tr/TR-318882/yillara-gore-konaklayan-ziyaretci-istatistikleri.html> T.C KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI- Mardin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

Tablo 2 de son 10 yılda Mardin’de konaklayan ziyaretçi istatistikleri verilmiştir. Yıllara bakıldığında yerli ziyaretçilerin yabancı ziyaretçilere göre daha fazla olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra toplam ziyaretçi sayılarında yıllara göre düzenli bir artış veya bir azalışa rastlanmamaktadır. Toplamda en düşük ziyaretçi sayısı 2016 en yüksek ziyaretçi sayısı ise 2019 yılı olarak görülmektedir. 2020 yılındaki azalışı dünya çapında ortaya çıkan covid 19 salgınına bağlayabiliriz. 2021 yılındaki hızlı ziyaretçi sayısındaki artışı ise Mardin Midyat Çevresi (Tur Abdin) Geç Antik ve Ortaçağ Kilise-Manastırların Dünya Mirası Geçici Listesi’ne alınması olarak görebiliriz.

3.2. Araştırmanın Amacı

Turizm olgusu insanlar için ihtiyaç haline gelmiş bir etkinlik olarak ülke ekonomisine katkısı yadsınmaz. İnsanlar farklı yerleri ziyaret etmek, farklı kültürleri tanımak, zorlu şartlar altında çalışma hayatından biraz uzaklaşmak ve dinlenmek amacıyla başka yerleri görme arzusu içinde olmuşlardır. Bu bakımdan Mardin’ de turizm potansiyelinin önemi gündeme gelmiş ve turizm gelişmeye başlamıştır. Burada özellikle Süryani topluluğunun azınlık olarak yaşaması ve turizmi bu denli etkili bir şekilde etkilemeleri ilgi çekiciliğini arttırmıştır. En önemlisi ise Mardin ilinin farklı kültürel ve mimari yapısı ile tüm dünya üzerinde ilgi odağı olmuştur. Ancak bir bölgede turizmin getireceği ekonomik kalkınmanın istenilen düzeyde olması o bölgede yaşayan yerel halkın bu sektörü benimsemesi ve ekonomik faaliyetlerini turizm ile yerine getirmeleridir.

Bu çalışma ile amaçlanan Mardin’de yaşayan ve farklı kültür ve yaşamları ile ilgi odağı olan Süryanilerin turizm gelişimine yönelik algı ve tutumlarının neler olduğunu saptamaktır. Tez çalışması kapsamında genelde turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri boyutlar halinde irdelenmiş; Mardin’de yaşamlarını sürdüren Süryanilerin bu gelişimi nasıl algıladıkları araştırılmış ve turizmin olumlu ve olumsuz etkilerine ilişkin veriler elde edilmiştir. Çalışmada ayrıca turizmin, Mardin’de turizm gelişiminin Süryanileri nasıl etkilediği de incelenmiştir. Bu çalışmanın yerel halk üzerinde araştırma yapılacak başka çalışmalara fikir verebileceği düşünülmektedir.

3.3. Araştırmanın Problemi ve Hipotezleri

Turizm gelişiminin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerinin özel olarak Mardin’de yaşayan Süryani topluluğu tarafından nasıl algılandığı araştırmanın temel problemidir. Tezde aynı zamanda Süryanilerin, Mardin’de turizmin geliştirilmesine yönelik düşünceleri ve turizmin onları nasıl etkilediği de öğrenilmeye çalışılmıştır. Etnik ve dini açıdan zengin bir mirasa sahip bir il olan Mardin’de, önemli etnik topluluklardan biri olan “Süryaniler” üzerinden turizm gelişimine yönelik bakış açısı incelenmiştir.

- Mardin’in yerli halklarından olan Süryani topluluğunun gelir grupları, eğitim düzeyleri, cinsiyet vb. özellikleri itibari ile turizm sektörüne yaklaşımı nedir?
- Turizm sektörü ve Mardin Süryanileri arasında nasıl bir ilişki vardır?
- Mardin’de Süryanilerin turizme bakış açıları nasıldır?

- Mardin’de turizm sektörü Süryaniler üzerinde nasıl bir sosyo-ekonomik ve kültürel bir etki oluşturmaktadır? Bu etki olumlu mu; olumsuz mu?
- Turizmin olumsuz etkileri varsa nasıl bir çözüm yoluna gidilebilir?
- Mardin’deki turizm gelişiminin daha iyi olabilmesine yönelik çözüm önerileri neler olabilir?
- Süryaniler Mardin de yaşamaktan mutlu mudur?

Araştırmanın sorulan sorular ve kullanılan anket yardımı ile temel alınan başlıca varsayımları şunlardır:

- Mardin’de yaşayan Süryani topluluğunun turizm gelişiminin ekonomik etkilerine yönelik bakış açıları olumludur.
- Mardin’de yaşayan Süryani topluluğunun turizm gelişiminin sosyo-kültürel etkilerine yönelik bakış açıları olumludur.
- Mardin’de yaşayan Süryani topluluğunun turizm gelişiminin çevresel etkilerine yönelik bakış açıları olumludur.
- Süryani topluluğu Mardin ilindeki turizmden olumlu yönde etkilenmektedir.
- Süryaniler Mardin’de turizm gelişimini desteklemektedir.

3.4. Araştırmanın Önemi

Araştırma, Mardin Süryanileri bakımından daha önce benzer içerikte geniş kapsamlı bir çalışmanın yapılmamış olması nedeniyle önemlidir. Bu araştırmayı önemli kılan bir başka sebep ise Mardin’in farklı ve ilgi çeken ev mimarisi, farklı tarihi eserleri kendi içinde barındırması, bu ilin birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması ve üç semavi dinin bir arada sorunsuz bir şekilde yaşamasıdır. Ayrıca bu tez çalışmasının, önemli bir kültür turizmi merkezi olan Mardin’e gelen ziyaretçi sayısını arttırmak adına yerel halkının önemi benimsenmiş ve turizm adına varsa olumsuz etkilere çözüm bulunmaya çalışılmıştır. Bu sebeplerle, turizm olgusunun bin yıllardır aynı bölgede yaşayan etnik ve dini açıdan farklı bir topluluk üzerindeki etkilerinin neler olduğunu bilebilmek; böyle bir toplumun turizmi nasıl algıladığı ve ona nasıl yaklaştığını belirleyebilmek önemli görülmektedir.

3.5. Araştırmanın Sınırları

Tezin başlıca sınırlılıklar şunlardır; Araştırma yalnızca Mardin ili sınırları ile sınırlandırılmıştır. Mardin’de yerel halk olarak Arap, Kürt, Ermeni, Türk ve Müslüman, Hristiyan, Yezidi gibi farklı etnik ve dini topluluklar bulunmaktadır. Ancak araştırma sadece Süryani toplumunun turizme yaklaşımları ve turizmin onlar üzerindeki etkilerine odaklanmıştır.

Araştırmanın bir diğer kısıtlılığı ise katılımcı sayısına ulaşma konusunda hedeflenen süreden daha uzun bir sürede ulaşılmasıdır; Bunun temel sebebi ise katılımcıların araştırmaya dâhil olmak konusunda çekingen davranmalarıdır. Nitekim tarihsel süreç içerisinde yaşanmış pek çok olay, iletişimde isteksizlik, çekingenlik ve dışa kapalı olma gibi durumların yaşanmasına neden olmaktadır. Bu durum, genel olarak kanaat önderlerinin referansları ile aşılmıştır. Yaşanan bir diğer kısıtlılık ise dil güçlülüğü ve iletişim sorunu olmuştur. Birçok Süryani topluluğun Türkçe’yi iyi bilmemeleri anketi doldurma konusunda yanlarında bir rehber eşliğinde doldurmaları zorunluluğunu doğurmuştur.

3.6. Araştırmanın Yöntemi

Tez bir alan araştırması olup nicel ve nitel araştırma yöntemlerini birlikte kullanan karma bir yapıya dayanmaktadır. Alan araştırması için yüz yüze anket ve gözlem tekniği birlikte kullanılmıştır. Elde edilen anket verileri SPSS 24 İstatistik Paket Programında (Statistical Program for the Social Sciences) analiz edilmiş ve edinilen bulgular tablolastırılıp, yorumlanmıştır. Gözleme dair bulgularsa araştırmanın bütününe dâhil edilmiştir. Alan araştırmasının evrenini Mardin’de yaşayan Süryani toplumu oluşturmaktadır. Kesin sayı bilinmemekle birlikte Mardin’de hali hazırda tahminen 5 bin civarında Süryani yaşadığı tahmin edilmektedir. Araştırmanın ana kütlesinin tamamına ulaşmak mümkün olmadığından ana kütleyi temsil eden örnekleme metodu tercih edilmiştir. Örnekleme yöntemi olarak kartopu örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Cemaat önderleri, dini liderler ve Süryani toplumunu temsil eden vakıf ve dernek yetkililerinin verdiği bilgiler ve referanslarla diğer kişilere ulaşılmıştır. Veriler, anket formları aracılığıyla Mardin ilinde yaşayan toplam 412 Süryani’den, 2021-2022 yılları içerisinde elde edilmiştir. Katılımcılara uygulanan anket formu Ek-1’de Çalışkan, (2003:207-209)’ın çalışmasından alınmıştır. Turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerini ölçmeye yönelik üç boyutlu ankette ayrıca katılımcıların profillerini ve turizmle doğrudan bir iş içinde olup olmadıkları sorulmuştur. Anketin birinci

kısımında turizmin ekonomik etkileri ile alakalı 5 soru; sosyo-kültürel etkilerle ilgili 7 soru ve çevresel etkilerine odaklı algıları ölçmek amaçlı 7 soru sorulmuştur. Anketin ikinci kısmında Süryanilerin Mardin’de turizmin geliştirilmesine yönelik düşüncelerini ölçen 8 soru sorulmuştur. Anketin üçüncü kısmında Mardin’de yaşamak ve turizmin gelişiminden Süryanilerin nasıl etkilendiğine yönelik algılara ilişkin 8 soru sorulmuştur. Son bölümde ise; katılımcıların demografik özelliklerinin belirlenmesi amacıyla 7 soru sorulmuştur. Bu sorular; yaş, cinsiyet, medeni durumu, eğitim durumu, meslek-iş durumu, sürekli ikamet yeri ve işlerinin turizm ile doğrudan ilgili mi sorusu olarak hazırlanmıştır. Anket formunda katılımcıların değerlendirme düzeylerini daha detaylı belirlemek amacıyla 5’li Likert ölçeği kullanılmıştır. Likert ölçeği; katılımcıların belirli ifade biçimlerine ne ölçüde katılıp katılmadıklarını göstermek için eşit aralıklarla derecelendirilmiş bir ölçüm biçimidir (Kozak, 2015: 77). 5’li Likert ölçeğinin kullanıldığı ankette “1” “Kesinlikle Katılmıyorum”, “2” “Katılmıyorum”, “3” “ne katılıyorum ne katılmıyorum”, “4” “katılıyorum”, “5” “kesinlikle katılıyorum” biçiminde sınıflandırılmıştır.

3.7. Bulgular

Yüz yüze olarak gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda elde edilen anketlerden 412’sinin kullanılabilir düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Veriler SPSS 24 İstatistiksel Analiz Programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Mardin Süryanilerinin turizme bakışının tespit edilmesine yönelik olarak betimsel analizler (*sayı, yüzde ve aritmetik ortalama*) gerçekleştirilmiş ve elde edilen sonuçlar tablolar halinde sunulmuştur. Kullanılan 35 soruluk üç bölümlü ölçeğin SPSS programında yapılan güvenirlik analizinde Cronbach Alpha değeri 0,949 bulunmuş olup oldukça güvenilir olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca daha önce kullanılmış olan bir ölçeğin, güncel olan araştırmalarda kullanıldığında orijinal faktör yapısına uyup uymadığını, uyuyor ise ne derece uygun olduğunu denetlemek amacıyla “Doğrulamalı Faktör Analizi” (Suhr, D. D., 2006) yapılmış ve öncelikle KMO ve Barlett değerlerine bakılmıştır. KMO değerinin, 935 ve Barlett değerinin, 00 ile $p < .05$ olduğu; böylelikle örneklem büyüklüğünün faktör analizine uygun olduğu tespit edilmiştir. Açıklanan varyans oranının %67,827 olduğu görülmüştür.

3.7.1. Betimsel Analizler

Yapılan anket sonuçlarına göre aşağıda bazı istatistiksel verilere değinilmiştir. Bunlar: Demografik veriler ve yerel halkın turizm etkilerine yönelik algılarının istatistiksel dağılımlarıdır.

3.7.1.1. Demografik Veriler

Tablo 3: Örneklem Grubunun Sürekli (Resmi) İkamet Yerinin İstatistiksel Dağılımı

	F	(%)
Artuklu	62	15,0
Dargeçit	4	1,0
Derik	11	2,7
Kızıltepe	23	5,6
Mazıdağı	3	,7
Midyat	139	33,7
Nusaybin	8	1,9
Savur	5	1,2
Yeşilli	1	,2
Mardin	156	37,9
Toplam	412	100,0

Örneklem grubunun %37,9'u Mardin merkez, %33,7'si Midyat, %15'i Artuklu, %5,6'sı Kızıltepe, %2,7'si Derik, %1,9'u Nusaybin, %1,2'si Savur, %1'i Dargeçit, %0,7'si Mazıdağı ve %0,2'si ise Yeşilli'nin ikamet yeri olduğunu belirtmiştir.

Tablo 4: Örneklem Grubunun İşinin Doğrudan Turizmle İlgili Olma Durumunun İstatistiksel Dağılımı

	F	(%)
Evet	90	21,8
Hayır	322	78,2
Toplam	412	100,0

Örneklem grubunun %78,2'si işinin doğrudan turizmle ilgili olmadığını belirtirken, %21,8'i ise turizmle ilgili olduğu; turizm sektöründen doğrudan gelir elde ettiği belirlenmiştir.

Tablo 5: Örneklem Grubunun Yaş Durumunun İstatistiksel Dağılımı

	F	(%)
18-24	95	23,1
25-35	157	38,1
36-45	102	24,8
46-55	45	10,9
56-65	12	2,9
66-75	1	0,2
Toplam	412	100,0

Örneklem grubunun %38,1'i 25-35, %24,8'i 36-45, %23,1'i 18-24, %10,9'u 46-55, %2,9'u 56-65 ve %0,2'si ise 66-75 yaş aralığını oluşturmaktadır.

Tablo 6: Örneklem Grubunun Cinsiyet Durumunun İstatistiksel Dağılımı

	F	(%)
Erkek	217	52,7
Kadın	195	47,3
Toplam	412	100,0

Örneklem grubunun %52,7'si erkekleri oluştururken, %47,3'ü kadınları oluşturmaktadır.

Tablo 7: Örneklem Grubunun Medeni Durumunun İstatistiksel Dağılımı

	F	(%)
Bekâr	184	44,7
Evli	209	50,7
Boşanmış	10	2,4
Dul	5	1,2
Ayrı yaşıyor	4	1,0
Toplam	412	100,0

Örneklem grubunun %50,7'si evli, %44,7'si bekâr, %2,4'ü boşanmış, %1,2'si dul ve %1,0'ı ise ayrı yaşamaktadır.

Tablo 8: Örneklem Grubunun Eğitim Durumunun İstatistiksel Dağılımı

	F	(%)
Lise ve altı	170	41,3
Üniversite mezunu	205	49,8
Yüksek lisans mezunu	29	7,0
Doktora mezunu	8	1,9
Toplam	412	100,0

Örneklem grubunun %49,8'i üniversite mezunu, %41,3'ü lise ve altı derece diplomalı, %7'si yüksek lisanslı ve %1,9'u ise doktoralıdır.

Tablo 9: Örneklem Grubunun Meslek-İş Durumunun İstatistiksel Dağılımı

	F	(%)
Özel sektör	93	22,6
Kamu sektörü	142	34,5
Serbest meslek	38	9,2
Öğrenci	89	21,6
Emekli	6	1,5
İşsiz	24	5,8
Ev kadını	20	4,9
Toplam	412	100,0

Örneklem grubunun %34,5'i kamu sektörü, %22,6'sı özel sektör, %21,6'sı öğrenci, %9,2'si serbest meslek, %5,8'i işsiz, %4,9'u ev kadını ve %1,5'i ise emeklidir.

3.7.1.2. Yerel Halkın Turizmin Etkilerine Yönelik Algıları

Tablo 10: Örneklem Grubunun Turizmin Etkilerine Yönelik Algıları

TURİZMİN ETKİLERİ		Hiç Katılmıyorum		Katılmıyorum		Ne katılıyor ne katılmıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Ortalama
EKONOMİK		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	
1	Turizm bölgede daha çok iş alanı yaratmaktadır.	24	5,8	41	10,0	48	11,7	135	32,8	164	39,8	3,9078
2	Turizm bölgeye daha çok yatırım çekmektedir.	13	3,2	68	16,5	34	8,3	148	35,9	149	36,2	3,8544
3	Turizm yereldeki fiyatların artmasına neden olmaktadır.	16	3,9	61	14,8	40	9,7	137	33,3	158	38,3	3,8738
4	Turizm bölgesinde yaşamak yerel halkı ekonomik olarak zorlamaktadır.	38	9,2	116	28,2	46	11,2	104	25,2	108	26,2	3,3107
5	Turizm yereldeki gelirin artmasını sağlamıştır.	16	3,9	56	13,6	48	11,7	146	35,4	146	35,4	3,8495
Boyut Ortalama												3,75924
SOSYO-KÜLTÜREL												
1	Turistler bölge halkının yaşam tarzını kötü etkilemektedir.	89	21,6	134	32,5	60	14,6	69	16,7	60	14,6	2,7015
2	Turizm kültürel faaliyetlerin çeşitlenmesini olumlu etkilemektedir.	19	4,6	58	14,1	38	9,2	181	43,9	116	28,2	3,7694
3	Turizm suç oranını artırmaktadır.	105	25,5	146	35,4	51	12,4	66	16,0	44	10,7	2,5097
4	Turizm toplumdaki şiddeti artırmaktadır.	120	29,1	138	33,5	48	11,7	59	14,3	47	11,4	2,4539
5	Turizm fuhuşun artmasına yol açmaktadır.	94	22,8	109	26,5	55	13,3	76	18,4	78	18,9	2,8422
6	Turizm yerel kültürün korunması için olumlu olmaktadır.	27	6,6	69	16,7	60	14,6	139	33,7	117	28,4	3,6068
7	Turizm yerel kültürlerin (Süryani, Kürt, Arap vb. gibi) gelişmesine katkı sağlamaktadır.	15	3,6	66	16,0	43	10,4	157	38,1	131	31,8	3,7840
Boyut Ortalama												3,09535714
ÇEVRESEL												
1	Turizm gereğinden fazla kalabalık yaratmaktadır.	45	10,9	120	29,1	47	11,4	96	23,3	104	25,2	3,2282
2	Turizm parkların ve yeşil alanların artmasını sağlamaktadır.	36	8,7	92	22,3	63	15,3	116	28,2	105	25,5	3,3932
3	Turizm doğayı tahrip etmektedir.	108	26,2	127	30,8	52	12,6	67	16,3	58	14,1	2,6117
4	Turizm gürültü ve kirlilik yaratmaktadır.	98	23,8	115	27,9	46	11,2	82	19,9	71	17,2	2,7888
5	Turizm tarihi binaların restorasyonu için olumludur.	14	3,4	61	14,8	32	7,8	154	37,4	151	36,7	3,8908
6	Turizm trafik yoğunluğuna neden olmaktadır.	26	6,3	71	17,2	49	11,9	121	29,4	145	35,2	3,6990

7	Turizm yerel mimarinin korunmasını sağlamaktadır.	15	3,6	61	14,8	39	9,5	142	34,5	155	37,6	3,8762
Boyut Ortalama												3,35541429

Turizmin ekonomik etkilerine yönelik katılımcıların düşüncelerine bakıldığında örneklem grubunun;

- “*Turizm bölgede daha çok iş alanı yaratmaktadır*” ifadesine katıldıklarını ($x=3,9078$),
- “*Turizm bölgeye daha çok yatırım çekmektedir*” ifadesine katıldıklarını ($x=3,8544$),
- “*Turizm yereldeki fiyatların artmasına neden olmaktadır*” ifadesine katıldıklarını ($x=3,8738$),
- “*Turizm bölgesinde yaşamak yerel halkı ekonomik olarak zorlamaktadır*” ifadesine ne katıldıklarını ne de katılmadıklarını ($x=3,3107$),
- “*Turizm yereldeki gelirin artmasını sağlamıştır*” ifadesine katıldıklarını ($x=3,8495$) ifade etmişlerdir.

Turizmin sosyolojik etkilerine yönelik katılımcıların düşüncelerine bakıldığında örneklem grubunun;

- “*Turistler bölge halkının yaşam tarzını kötü etkilemektedir*” ifadesine ne katıldıklarını ne de katılmadıklarını ($x=2,7015$),
- “*Turizm kültürel faaliyetlerin çeşitlenmesini olumlu etkilemektedir*” ifadesine katıldıklarını ($x=3,7694$),
- “*Turizm suç oranını arttırmaktadır*” ifadesine ne katıldıklarını ne de katılmadıklarını ($x=2,5097$),
- “*Turizm toplumdaki şiddeti artırmaktadır*” ifadesine ne katıldıklarını ne de katılmadıklarını ($x=2,4539$),
- “*Turizm fuhuşun artmasına yol açmaktadır*” ifadesine ne katıldıklarını ne de katılmadıklarını ($x=2,8422$),
- “*Turizm yerel kültürün korunması için olumlu olmaktadır*” ifadesine katıldıklarını ($x=3,6068$),
- “*Turizm yerel kültürlerin (Süryani, Kürt, Arap vb. gibi) gelişmesine katkı sağlamaktadır*” ifadesine katıldıklarını ($x=3,7840$) belirtmişlerdir.

Turizmin çevresel etkilerine yönelik katılımcıların düşüncelerine bakıldığında örneklem grubunun;

- “*Turizm gereğinden fazla kalabalık yaratmaktadır*” ifadesine ne katıldıklarını ne de katılmadıklarını ($x=3,2282$),

- “*Turizm parkların ve yeşil alanların artmasını sağlamaktadır*” ifadesine ne katıldıklarını ne de katılmadıklarını ($x=3,3932$),
- “*Turizm doğayı tahrip etmektedir*” ifadesine ne katıldıklarını ne de katılmadıklarını ($x=2,6117$),
- “*Turizm gürültü ve kirlilik yaratmaktadır*” ifadesine ne katıldıklarını ne de katılmadıklarını ($x=2,7888$),
- “*Turizm tarihi binaların restorasyonu için olumludur*” ifadesine katıldıklarını ($x=3,8908$),
- “*Turizm trafik yoğunluğuna neden olmaktadır*” ifadesine katıldıklarını ($x=3,6990$),
- “*Turizm yerel mimarinin korunmasını sağlamaktadır*” ifadesine katıldıklarını ($x=3,8762$) ifade etmişlerdir.

Birinci bölümde en düşük ortalamaların sosyo-kültürel ve çevresel etkiler bağlamındaki özellikle turizmin negatif etkilerine yönelik ifadelerde olduğu görülmüştür. Süryani toplumuna göre turizmin olumsuz etkileri Mardin özelinde zayıftır ve özellikle bölgede daha çok iş alanı yaratmak olmak üzere olumlu ekonomik etkileri olduğunu düşünmektedir.

Tablo 11: Örneklem Grubunun Turizm Gelişimine Yönelik Düşünceleri

TURİZM GELİŞİMİ		Hiç Katılmıyorum		Katılmıyorum		Ne katılıyor ne de katılmıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Ortalama
		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	
1	Daha çok otel yapılmalıdır.	43	10,4	66	16,0	48	11,7	121	29,4	134	32,5	3,5752
2	Kültürel turizm daha da geliştirilmelidir.	6	1,5	54	13,1	27	6,6	163	39,6	162	39,3	4,0218
3	Restoran, lokanta, bar gibi tesislerin sayısı artırılmalıdır.	16	3,9	60	14,6	60	14,6	141	34,2	135	32,8	3,7743
4	Yerel hediyelik eşya üreten küçük işletmeler desteklenmelidir.	9	2,2	43	10,4	32	7,8	145	35,2	183	44,4	4,0922
5	Bölgenin turizm alanı olarak reklamı yapılmalıdır.	10	2,4	42	10,2	39	9,5	140	34,0	181	43,9	4,0680
6	Turistler için bilgi içeren harita ve rehber kitap vb. materyaller çıkarılmalıdır.	7	1,7	49	11,9	28	6,8	136	33,0	192	46,6	4,1092
7	Yerel kültürel festival ve etkinlikler geliştirilmelidir.	8	1,9	49	11,9	32	7,8	130	31,6	193	46,8	4,0947
8	Kültürel varlıklar (Kilise, Manastır, Medrese, Camii, vb. gibi) turizme kazandırılmalıdır.	11	2,7	50	12,1	24	5,8	129	31,3	198	48,1	4,0995

Turistik faaliyetlere yönelik katılımcıların düşüncelerine bakıldığında örneklem grubunun;

- “*Daha çok otel yapılmalıdır*” ifadesine katıldıklarını (x=3,5752),
- “*Kültürel turizm daha da geliştirilmelidir*” ifadesine katıldıklarını (x=4,0218),
- “*Restoran, lokanta, bar gibi tesislerin sayısı artırılmalıdır*” ifadesine katıldıklarını (x=3,7743),
- “*Yerel hediyelik eşya üreten küçük işletmeler desteklenmelidir*” ifadesine katıldıklarını (x=4,0922),
- “*Bölgenin turizm alanı olarak reklamı yapılmalıdır*” ifadesine katıldıklarını (x=4,0680),
- “*Turistler için bilgi içeren harita ve rehber kitap vb. materyaller çıkarılmalıdır*” ifadesine katıldıklarını (x=4,1092),
- “*Yerel kültürel festival ve etkinlikler geliştirilmelidir*” ifadesine katıldıklarını (x=4,0947),
- “*Kültürel varlıklar (Kilise, Manastır, Medrese, Camii, vb. gibi) turizme kazandırılmalıdır*” ifadesine katıldıklarını (x=4,0995) ifade etmişlerdir.

Bu bölümde en yüksek ortalama “*Turistler için bilgi içeren harita ve rehber kitap vb. materyaller çıkarılmalıdır.*” ifadesindedir. Bu sonuçtan yola çıkarak bölgede böyle bir eksiklik olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Ayrıca yerel ve kültürel etkinliklerin artırılması ya da geliştirilmesi gerektiği de güçlü bir biçimde vurgulanmaktadır.

Tablo 12: Örneklem Grubunun Mardin’e ve Turizme Yönelik Algıları

MARDİN’İN EKONOMİK VE SOSYAL DURUMU		Hiç Katılmıyorum		Katılmıyorum		Ne katılıyor ne de katılmıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Ortalama
		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	
1	Burada ekonominin durumu kötüdür.	36	8,7	75	18,2	76	18,4	135	32,8	90	21,8	3,4078
2	Özel sektör burada daha çok iş alanı üretmelidir.	15	3,6	51	12,4	48	11,7	153	37,1	145	35,2	3,8786
3	Devlet burada daha çok iş alanı üretmelidir.	23	5,6	43	10,4	40	9,7	136	33,0	170	41,3	3,9393
4	Burada yaşamaktan memnunuz.	39	9,5	51	12,4	58	14,1	154	37,4	110	26,7	3,5947
5	Diğer yerler yapmak istediğim şeyler açısından burayla yarışamaz.	40	9,7	10	2,5	88	21,4	108	26,2	68	16,5	3,1359
6	Burası bana huzur ve mutluluk vermektedir.	26	6,3	62	15,0	54	13,1	149	36,2	121	29,4	3,6723
7	Burada yaşayan insanlarla birlikte kendimi evimde hissediyorum.	25	6,1	58	14,1	61	14,8	146	35,4	122	29,6	3,6845

8	Süryani halkının Mardin'de turizmin gelişmesinden olumlu etkilendiğini düşünüyorum.	21	5,1	59	14,3	58	14,1	116	28,2	158	38,3	3,8034
---	---	----	-----	----	------	----	------	-----	------	-----	------	--------

Mardin'in ekonomik ve sosyal durumuna yönelik katılımcıların düşüncelerine bakıldığında örneklem grubunun;

- "*Burada ekonominin durumu kötüdür*" ifadesine ne katıldıklarını ne de katılmadıklarını (x=3,4078),
- "*Özel sektör burada daha çok iş alanı üretmelidir*" ifadesine katıldıklarını (x=3,8786),
- "*Devlet burada daha çok iş alanı üretmelidir*" ifadesine katıldıklarını (x=3,9393),
- "*Burada yaşamaktan memnunum*" ifadesine katıldıklarını (x=3,5947),
- "*Diğer yerler yapmak istediğim şeyler açısından burayla yarışamaz*" ifadesine ne katıldıklarını ne de katılmadıklarını (x=3,1359),
- "*Burası bana huzur ve mutluluk vermektedir*" ifadesine katıldıklarını (x=3,6723),
- "*Burada yaşayan insanlarla birlikte kendimi evimde hissediyorum*" ifadesine katıldıklarını (x=3,6845),
- "*Süryani halkının Mardin'de turizmin gelişmesinden olumlu etkilendiğini düşünüyorum*" ifadesine katıldıklarını (x=3,8034) ifadesine katıldıklarını ifade etmişlerdir.

Turizmin ekonomik etkilerine yönelik katılımcıların düşüncelerine bakıldığında örneklem grubunun; "*Turizm bölgede daha çok iş alanı yarattığı, bölgeye daha çok yatırım çektiği, yereldeki fiyatların artmasına neden olduğu, yereldeki gelirin artmasını sağladığı*" ifadelerine katıldıklarını ancak, "*Turizm bölgesinde yaşamak yerel halkı ekonomik olarak zorlamaktadır*" ifadesine ne katıldıklarını ne de katılmadıklarını ifade etmişlerdir.

Turizmin sosyolojik etkilerine yönelik katılımcıların düşüncelerine bakıldığında örneklem grubunun; "*Turizm kültürel faaliyetlerin çeşitlenmesini olumlu etkilediği, yerel kültürün korunması için olumlu oluğu, yerel kültürlerin (Süryani, Kürt, Arap vb. gibi) gelişmesine katkı sağladığı*" ifadelerine katıldıklarını ancak, "*Turistler bölge halkının yaşam tarzını kötü etkiledikleri, suç oranını arttırdığı, toplumdaki şiddeti artırdığı, fuhuşun artmasına yol açmaktadır*" ifadelerine ne katıldıklarını ne de katılmadıklarını ifade etmişlerdir.

Turizmin çevresel etkilerine yönelik katılımcıların düşüncelerine bakıldığında örneklem grubunun; "*Turizm tarihi binaların restorasyonu için olumlu olduğu, trafik yoğunluğuna neden olduğu, yerel mimarinin korunmasını sağladığı*" ifadelerine katıldıklarını ancak, "*Turizm gereğinden fazla kalabalık yarattığı, parkların ve yeşil alanların artmasını sağladığı, doğayı tahrip ettiği, gürültü ve kirlilik yarattığı*" ifadelerine ne katıldıklarını ne de

katılmadıklarını ifade etmişlerdir. Süryani toplumu, devletin Mardin'e daha fazla yatırım yapması gerektiğini düşünmektedir. Ayrıca Süryaniler, Mardin'de turizm gelişiminden kendi toplumlarının olumlu yönde etkilendiklerini düşünmektedir.

Bu çalışmada elde edilen sonuçlar üzerinden, geliştirilmesi gereken, dikkat edilmesi gereken bazı hususlar olmuştur. Söz konusu hususlar aşağıda maddeler halinde sunulmuştur:

- Mardin'in yerli halklarından olan Süryani topluluğunun gelir grupları, eğitim düzeyleri, cinsiyet vb. özellikleri itibari ile turizm sektörüne yaklaşımı genel itibari ile olumlu olarak görülmüştür.
- Turizm sektörünü ve turizm gelişimini desteklemektedirler.
- Mardin Süryanileri turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerine yönelik algıları büyük oranlarda olumludur.
- Genel olarak ekonomik boyuta ilişkin algılar sosyo-kültürel ve çevresel ilişkin etkilerin algılarından daha olumludur.
- Süryaniler Mardin'de yaşamaktan ve Mardin'de turizmin gelişmesinden hoşnuttur.

3.8. Turizmin Mardin Süryani Topluluğuna Etkileri

Araştırmanın bu bölümü yüz yüze görüşmeler sırasında ve doğrudan gözlemlere dayalı edinilen bilgilere dayanmaktadır. Süryani kültüründe bağcılık ve şarapçılık son derece önemli bir yere sahiptir. Bu durum sadece yaşadıkları bölgenin bağcılığa elverişli olmasından kaynaklanmıyor, dini inanışlarında da şarabı kullanmaktadırlar. Süryanilere göre, Şarap İsa'nın kanını sembolize eder. Kullandıkları şarabın çoğunu da kendileri yetiştirmektedirler. Son dönemlerde şaraba olan ilginin artması ile birlikte Mardin'e gelen turistlerin Süryani şaraplarına yönelmeleri turizm açısından önemli kılmıştır. Mardin de turizmi olumlu yönde etkileyen bir diğer unsur da Süryani yerel halkın kuyumculukta kendilerine özgü yapmış oldukları telkâri işçiliğidir. Telkâri tel ile yapılan bir sanattır. Telkâri ustası kullanacağı telleri kendi atölyesinde ham maddeden elde etmektedir. Bu özel işçilikle yapılan takılar ve süs eşyaları turistler için ilgi odağı olmuştur.

Son dönemlerde Mardin turizminde adını oldukça fazla duyulan bir diğer unsur da, bölgenin her kesiminden hatta yurt dışından bile gelen turistlerin dikkatini çeken bir pizzacı. Bu işletme Mardin turizminde önemli bir yere sahip. Mekân Mardin Midyat'a bağlı Kafro-Elbeğendi köyünde bulunmaktadır. Bu pizzaları yapan ise bir Süryani ve pizzaların tadına bakmak için her yerden turist gelmektedir. Bunun yanında turistlerin ilgisini çeken bir diğer unsur da Mardin Süryani kahvesidir. Bu lezzet Türk kahvesinin Mardin Süryani sunumuyla

birleşmesinden oluşur. Bu Süryani kahvesinin Türk kahvesinden farkı, yoğun tadı ve pişirilme süresinin uzun olması ayrıca içinde barındırdığı Mardin’e has kakule aromasıdır. Bu Süryani kahvesi kahve severler için oldukça tercih edilmekte ve turizme katkısı yadsınamaz derecede önemlidir.

Araştırmadaki yüz yüze görüşmelerde katılımcıların bir kısmı hem kamuda çalıştığını hem de özellikle akşam ve hafta sonları geleneksel el sanatları ve meslekleri devam ettiren işler yaptıklarını belirtmişlerdir. Örneğin bir katılımcı “Mardin Belediyesi’nde kamu görevlisi olarak çalıştığını fakat boş zamanlarında ve özellikle hafta sonları babadan kalma gümüş dükkânında gümüşçülük işi ile ilgilendiğini dile getirmiş ve babadan kalma mesleğini sürdürerek turizmden gelir elde ettiğini belirtmiştir (K1, 5 Mayıs 2022). Bir diğer katılımcı “mesleğinin şarapçılık olduğunu dile getirmiş ve bu şarap yapımında kendi yetiştirdiği üzümlerini kullandığını ifade etmiştir (K2, 30 Nisan 2022). Yine bir başka katılımcı “Süryani şarabının turistler tarafından oldukça tercih edildiğini ifade ederek mesleğinin turizm gelişimine katkısı olduğunu vurgulamış ve turizm sayesinde de ekonomik olarak gelir elde ettiğini ifade etmiştir” (K3, 6 Mayıs, 2022). Bir başka katılımcı da “kafe işletmeciliği ile ilgilendiğini, kendi damak lezzetleri olan Süryani kahvesinin turistler tarafından oldukça sevildiğini belirterek kendi mesleğinden memnun olduğunu ve turizmden ekonomik olarak yarar sağladığını ifade etmiştir”(K4, 30 Nisan 2022).

Gönüllü rehberlik de yapan bir katılımcı, Mardin de yaşayan Süryanilerin geleneksel mesleklerinin özellikle turizm gelişiminde önemli olduğunu dile getirmiş; turizmin gelişmesiyle bu mesleklerin yeniden popüler hale geldiğini vurgulanmış ve ekonomik açıdan önemli bir fayda sağladıklarını belirtmişlerdir (K5, 5 Mayıs, 2022). Ayrıca K6 (5 Mayıs, 2022) turizm hareketliliğinin içinde Süryaniler ve turistler arasında karşılıklı bir ilişki gerçekleştiğini ve bu ilişki sonucunda kültür alışverişi olgusunun ortaya çıktığını; iki kültürün birbirini tanıma fırsatı yakaladığını dile getirmiştir.

Mardin’de turizm gelişiminin özellikle Süryanilerin yoğun olarak yürüttüğü geleneksel zanaatlar ve meslekleri canlandırdığı; bunlara bağlı esnafılık vb. ticari hareketliliğin de geliştiği görülmüştür. Süryaniler açısından turizm gelişiminin önemli bir ekonomik gelir olanağı yarattığı tespit edilmektedir. Kente gelen ziyaretçilerin özellikle Süryanilere atfedilen mesleklerden olan telkâri ve gümüş işçiliğine ilgi gösterdikleri; bu dükkânlardan alışveriş yaptıkları gözlemlenmiştir. Bunun yanında Mardin’de şarap, Süryani Şarabı ile bir marka haline gelmiştir ve her yerde böyle satılmaktadır. Birçok dükkân ve şarap servis edilen işletmelerde Süryani Şarapları satılmakta ya da servis edilmektedir. Turizmin gelişmesi ile birlikte önceleri Süryani olmayanların (hali hazırda büyük çoğunluğu böyle) şarap işine

girdiklerini ve Süryani şarabı adı altında tezgâh altı üretimle şarap üretip sattıkları ancak son zamanlarda Süryani'lerin de kendi şaraplarını üretip satmaya başladıklarını dile getirilmiştir (K1-K3, 5-6 Mayıs 2022). Bu sürecin özellikle alışverişle ilgili boyutunda ziyaretçiler ile Süryaniler arasında kültürel etkileşim ve birbirini tanımaya yönelik etkileşimler de olduğu görülmektedir. Bu durumun sadece kentin kültürel dokusunun tanınmasına değil, aynı zamanda unutulmaya yüz tutmuş kadim bir kültürün farklı kültürlerden insanlar tarafından bilinmesine de olanak sağladığı düşünülmektedir. Turizm gelişimi kültürel alışveriş ve tanınmayı da teşvik etmektedir.

4. TARTIŞMA

Yapılan çalışmada yerel halkın özelde Süryani topluluğunun turizme karşı kuvvetli bir desteğe sahip olduğu ortaya konmuştur. Aynı şekilde çalışma, Özer ve Ataman (2020) Mardin ilinde yapmış oldukları araştırma sonuçlarına göre; turizmin Mardin bölge halkını ekonomik ve çevresel olarak olumlu etkilerken; sosyo-kültürel olarak olumsuz etkilediği tespitine yakın paralellikte olduğu tespit edilmiştir.

Süryani toplumuna göre turizmin olumsuz etkileri Mardin özelinde zayıftır ve özellikle bölgede daha çok iş alanı yaratmak olmak üzere olumlu ekonomik etkileri olduğunu düşünmektedir. Aynı şekilde Sun Hee Choi (2013) Güney Kore, Gangwon eyaletinde yapmış olduğu çalışmada; turizmin ekonomik etkilerinin sosyo-kültürel açıdan fayda gören yerel halk tarafından olumlu bir şekilde algılandığını gösterdiğini ancak bu algının çevre söz konusu olduğunda ise olumsuz bir etkiye sahip olduğunu ifade etmiştir. Yine Kuşadası'nda yapmış olduğu çalışmada Çalışkan (2003); turizm getirilerinin halkının büyük bir bölümü tarafından bölüşülmediği, bazı kesimlere gittiğini buna rağmen halkın turizme olumlu yaklaştığı, ekonomik beklentilerini turizm sayesinde karşılayabileceklerini düşündüklerini söylemiştir. Dilek ve ark. (2017) paralel olarak Batman Hasankeyf ilçesinde yapmış oldukları araştırma sonucuna göre; Yerel halkın, turizmin sosyo-kültürel ve ekonomik olumlu etkilerinin farkında olarak Hasankeyf'te turizmin gelişimini destekledikleri dile getirilmiştir. Çolak ve Çalışkan (2018) da yerel halkın turizmin ekonomik, kültürel ve çevresel etkilerine olan bakışları ile turizm olgusuna verdikleri destek arasında bağlantı olduğunu bulmuşlardır. Gürbüz'ün (2002) Safranbolu'da turizmi sadece bir ekonomik gelir kaynağı olarak gören yöre halkının turizmin diğer fayda ve zararlarını da göz önünde bulundurarak eğitime önem vermek gerektiği sonucuna varmıştır.

Tezin elde ettiği bulguları destekler boyutta olan fakat zamanla aksini gösteren bir çalışma ile Tezde örneklem grubunun %78,2'si işinin doğrudan turizmle ilgili olmadığını belirtirken, %21,8'i ise turizmle ilgili olduğu; turizm sektöründen doğrudan gelir elde ettiği belirlenmiştir. Bu açıklamaya bakıldığında; turizm sadece turizm ile ilgilenen yerel halkı değil bir bütün olarak insanları etkilemektedir sonucuna varılabilir; örneğin; Marzuki (2012) PuketAdası'nda yaptığı bir çalışmada, turizm gelişiminin ve sürekliliğin yerel halk için maliyetlerden daha çok yarar sağladığı sonucuna ulaşmış; yerel halkın kendi içinde turizm etkinliklerinden herhangi bir fayda sağladıklarında turizm gelişimini desteklediklerini, hatta çoğu turizm ile bağlantısı olmayan halkın bile turizm etkinliklerinden yarar sağladıkları için turizmin gelişimine olumlu bir bakış açısına sahip olduklarını tespit etmiştir. Öztürk ve ark. (2015)

turizmin yerel halkın mutluluğunu da etkilediğini ifade etmiş; olumlu ekonomik, sosyo-kültürel ve fiziksel etkilerinin bölge halkının mutluluğunu oldukça fazla etkilediğini ancak olumsuz ekonomik etkilerinin ise yerel halkın mutluluğuna etki ettiğini fakat bu etkinin az olduğunu dile getirmiştir.

Çavuş ve Tanrısevdi (2003) grup turizminin yoğun bir şekilde gerçekleştiği Kuşadası'nda yapılan araştırmalarda turizmin en yoğun olduğu zamanlarda yoğunluk, gürültü, aşırı kalabalıklaşma, trafik sıkışıklığı, enerji sıkıntısı gibi ortaya çıkan olumsuz etkiler sebebiyle yerel halkın günlük işlerinde bir aksaklığa neden olduğunu tespit etmişlerdir.

Süryani toplumu, devletin Mardin'e daha fazla yatırım yapması gerektiğini düşünmektedir. Ayrıca Süryaniler, Mardin'de turizm gelişiminden kendi toplumlarının olumlu yönde etkilendiklerini düşünmektedir. Aynı şekilde; Tayfun ve Kılıçlar (2004) Antalya'nın Alanya ve Gazipaşa ilçelerinde yapmış oldukları çalışmada bölge halkın; kendi bölgelerinde gereğinden daha fazla yatırımın yapılması, sosyal faaliyet hizmetlerin arttırılması ve iş olanaklarının oluşturulması gibi olumlu etkilerinin olduğunu ancak bununla birlikte turizmin gürültü (ses) kirliliği, çevre kirliliği, park ve sahil kenarları gibi yerlerin kalabalıklaştığı, ürün ve hizmet fiyatlarının artmasına, örf ve adetlerin, gelenek ve göreneklerin bozulmasına sebep olması gibi olumsuz etkilerinin olduğunu da ifade etmişlerdir.

Şimdiye kadar yapılan genel turizm çalışmaları incelendiğinde, yerel halkın kişisel özellikleri ile turizm faaliyetlerini algılamaları arasında ilişki olduğu konusunda görüş birliği vardır. Bu durum araştırma yapılan alanların ekonomik, sosyolojik sosyo-kültürel ve yapıları ile bağlantılıdır. Ancak mekân ve zaman ve diğer farklılıklar bazen farklı sonuçlar verebilmektedir. Bu farklılıklara bağlı olarak, bazen genel beklentilerin tersi yönünde sonuçlar da elde edilebilmektedir. Bu yapılan çalışmada da benzer ve farklı sonuçlar saptanmıştır. Örneğin; tezde turizmin sosyolojik ve çevresel etkilerine yönelik katılımcıların düşüncelerine bakıldığında örneklem grubunun daha mesafeli davrandıkları; görüş olarak ne katılıp ne katılmadıkları görülmektedir. Fakat Sun Hee Choi (2013) Güney Kore, Gangwon eyaletinde yapmış olduğu çalışmada; turizmin çevre söz konusu olduğunda olumsuz bir etkiye sahip olduğunu ifade etmiştir ek olarak; Özgürel (2020) Marmaris'te yapmış olduğu çalışmada; yerleşik yabancı-yerel halk ilişkisinin olumlu, kaliteli, samimi bir biçimde gerçekleştiğini ancak kültürel farklılıklardan dolayı turistlerin destinasyonda yerel halkla uyumsuzluk ve anlaşmazlıklar yaşadığı sonucuna varmıştır.

Genel olarak yapılan çalışmaların çoğunda turizm yerel halk üzerinde ekonomik olarak olumlu etki yaratmakta fakat sosyo-kültürel ve çevresel olarak sadece olumlu etkisi değil olumsuz etkilerinin de söz konusu olduğu görülmektedir. Turizmin olumsuz etkilerini en aza

indirgemek için ekonomik destek sunulmalı ve turizm paydaşların yeteri kadar bilinçlendirmesi sağlanmalıdır. Turizmin sürekliliği ve sürdürülebilirliği sağlanmalıdır. Özellikle sosyo-kültürel ve çevresel açıdan uygun stratejiler yürürlüğe konulmalıdır. Ek olarak o bölge ile ilgili yapılan araştırma anketleri dikkate alınmalı ve çözüm yollarına gidilmelidir; çünkü yapılan anket çalışmaları bireysel olarak kişinin görüşlerini ifade etmekte ve bir öngörü olarak önemli rol alabilmektedir.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışma Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan Mardin ili ve çevresinde yaşayan Süryani topluluğun üzerindeki turizm etkisinin neler olduğu elde edilen verilerle kanıtlanmış; ayrıca çalışmanın alt konusu Mardin ilinin turizm özellikleri ve potansiyelinin neler olduğu araştırılmıştır. Süryaniler, Mardin'de turizm gelişiminden genel olarak memnun olduklarını dile getirmekte ve kendi toplumlarını olumlu yönde etkilediklerini düşünmektedir. Turizmin sürekliliği ve sürdürülebilirliği açısından Mardin'de yerel toplum olarak Süryanileri konu alması yapılan bu çalışmayı özel kılmaktadır. Yerel toplum bağlamında birçok sayıda araştırma yapılmıştır; fakat Süryani nüfusunun azlığı ve yaşam alanlarının sınırlı yerler olması açısından bu çalışmayı daha önemli kılmaktadır.

Katılımcılarla yapılan görüşmelerin çoğunda katılımcılar Mardin de yaşamaktan memnun olduklarını ve burada gerçekleşen turizm hareketliliğinin içinde bizzat bulunup turizmden ekonomik olarak olumlu etkilendiklerini dile getirmişlerdir. Bu kapsamda turizm sektörü ve Mardin Süryanileri arasında olumlu bir ilişki ve etkileşim görülmüştür demek yanlış olmaz. Turizm gelişiminin Mardin'de Süryanileri de olumlu yönde özellikle ekonomik bağlamda, istihdam, iş ve gelir artışı olarak desteklediği görülmüştür.

Yapılan araştırma, şimdiden tespit edilen sıkıntıların giderilmesi açısından turizm paydaşlarına müthiş veri sağlamaktadır. Ayrıca bu araştırma sadece Süryani toplumu ile sınırlı kaldığından bütünsel olmayabilir. Yani bu araştırma tüm Mardin halkını konu etse belki daha geniş çaplı ve bütünsel olabilirdi. Dolayısıyla bu çalışma ileride olabilecek çalışmalara örnek olabilir ve fayda sağlayabilir. Bundan sonra yapılabilecek çalışmalara öncü olabilecek nitelikte bir çalışma olmuştur.

Tezden yola çıkarak Mardin'deki turizm gelişiminin daha iyi olabilmesine yönelik çözüm önerileri;

- Turizm sektörüne bağlı bölgede daha çok iş alanı yaratılmalıdır.
- Ziyaretçiler için bilgi içeren harita ve rehber kitap vb. materyaller çıkarılmalıdır.
- Kültürel varlıklar (Kilise, Manastır, Medrese, Camii, vb. gibi) turizme etkin olarak kazandırılmalıdır.
- Süryani toplumu iş alanı olarak daha çok şarapçılık ve kuyumculuk işi ile ilgilendiği için bu alanlarda devlet desteği sağlanmalı ve ilave iş imkânları oluşturulmalıdır.

- Süryani toplumunda şarapçılığın önemi büyüktür bu nedenle şarap yapımı için kullanılan üzümün ve bağcılığın desteklenmesi önemlidir.
- Bir marka haline gelmiş olan Süryani Şarabı'nın aslına uygun yapımı ve üretilmesinin denetlenmesi gerekir.
- Süryani toplumun diğer toplumlarla kaynaşması adına festivaller, anma günleri gibi farklı etkinlikler yapılmalıdır.
- Süryanilerin somut ve somut olmayan miras değerlerinin korunması bölgedeki turizmin gelişmesine olumlu katkı sağlayacağından bunun yönelik plan ve uygulamalar geliştirilmelidir.
- Süryanileri tanıtabilecek kültürel etkileşimler ve olanakların önü açılmalıdır.

Süryaniler, Arap, Kürt, Türk, Ermeni gibi farklı etnik topluluklar ile bölgede birlik ve beraberlik içerisinde yaşamaktan mutluluk duyduklarını dile getirmiştir. Süryani toplumunun turizm gelişimine adapte oldukları; geleneksel el sanatları ve gastronomik ürünlerle turizmin içinde doğrudan yer aldıkları ve turizmden gelir elde ettikleri görülmüştür. Bir bölgedeki kültürel çeşitliliğin turizm gelişiminin unsurlarından bir olduğu; uyumlu bir gelişme koşulunda farklılıkların turizmi desteklediği söylenebilir. Süryani toplumu ve bölgedeki etnik, dini ve kültürel çeşitliliğin barış içinde bir arada yaşama deneyiminin ziyaretçileri için de bir turistik çekicilik taşıdığı da düşünülebilir. Bunun korunması ve geliştirilmesinin sadece yerel toplulukların yaşam kalitesini artırmakla kalmayıp kenti ziyaret edenler için de önemli bir faktör olduğu değerlendirilebilir.

Tez sadece Mardin'de yaşayan ikamet etmekte olan Süryani toplumunun turizm gelişiminden nasıl etkilendiği ve turizme yönelik algılarına odaklanmıştır. Elde edilen bulguların ve yapılan değerlendirmelerin gelecekte yapılacak çalışmalarla desteklenmesi ve genişletilmesi gerekmektedir. Ayrıca farklı etnik ya da dini çeşitliliğe sahip toplulukların da turizm gelişimini nasıl algıladıkları, ondan nasıl etkilendikleri ve sürece nasıl adapte olduklarına ilişkin araştırmalar önemli görülmektedir. Bu açıdan tezin gelecekte yapılacak çalışmalara ışık tutması arzulanmıştır.

KAYNAKÇA

- Akova, O., 2006, *Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma*, Akademik İncelemeler Dergisi, C.2, S.1.
- Akyüz, G., 1998, *Mardin İli'nin Merkezinde, Civar Köylerinde ve İlçelerinde Bulunan Kiliselerin ve Manastırların Tarihi*, Resim Matbaacılık, İstanbul.
- Akyüz, G., 2005, *Tüm Yönleriyle Süryaniler*, Mardin, Anadolu Ofset, İstanbul.
- Albayrak, K., 1997, *Keldaniler ve Nasturiler*, Ankara.
- Aslan, Z., ve Aktaş, G., 1994, *Turizm Açısından Çevre Sorunlarına Genel Bir Yaklaşım*. Çevre Dergisi, 11, 43-45.
- Avcıkurt, C., 2003, *Turizm Sosyolojisi*, Detay Yayıncılık, Balıkesir.
- Aydın, M., 2005, *Ansiklopedik Dinler Sözlüğü*, Konya.
- Aydın, S., Emiroğlu, K., ve Özel, O., 2000, Mardin: Asiret, Cemaat, Devlet.
- Ayduşlu, İ., 2005, *Cumhuriyet Döneminde Mardin ve Çevresinde Süryaniler*, Yüksek Lisans Tezi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim Dalı, Manisa.
- Barutçugil, İ. S., 1984, Büyük Ölçekli Yatırım Projelerinin Yönetimi. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 155-168
- Bilge, Y., 1990, *Süryanilerin Kökeni ve Türkiyeli Süryaniler*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bilge, Y., 1991, *Süryanilerin Kökeni ve Türkiyeli Süryaniler*, Zafer Matbaası.
- Bilge, Y., 1996, *Süryaniler: Anadolu'nun Solan Rengi*, Yeryüzü Yayınları, İstanbul.
- Bilge, Y., 1997, Süryanilerin Yeni Hayatı Sürgünlük, *Varlık*, S. 1075, 26-27.
- Bilge, Y., 2001, *Geçmişten Günümüze Süryaniler*, İstanbul: Zvi-Geyin.
- Boyacıoğlu, E. Z., 2002, *Turizm Sektörünün Edirne İline Sosyo-Ekonomik Katkısı Ve Yerel Halkın Turizme Yaklaşımı*, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tez, Edirne.
- Brunt, P., ve Courtney, P., 1999, *Host Perceptions Of Sociocultural Impacts*, *Annals of tourism Research*, 26(3), 493-515.
- Butler, R. W., 1980, *The Concept Of A Tourist Area Cycle Of Evolution: Implications For Management Of Resources*. *Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.

- Cengiz, E., ve Kırkibir, F., 2007, *Yerel Halk Tarafından Algılanan Toplam Turizm Etkisi İle Turizm Desteği Arasındaki İlişkiye Yönelik Yapısal Bir Model Önerisi*, Sosyal Bilimler Dergisi 2007(1).
- Choi, S. H., 2013, *The Impacts Of Tourism And Local Residents' Support On Tourism Development: A Case Study Of The Rural Community Of Jeongseon, Gangwon Province, South Korea*. AU-GSB e-journal, 6(1).
- Cooper, C., 2011, *Tourism Area Life Cycle*, Butler R.W. Emeritus Professor Strathclyde Business School, University of Strathclyde. Contemporary Tourism Reviews, Goodfellow Publishers Limited, Woodeaton, Oxford.
- Çalışkan, U., 2003, *Turizmin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri Ve Kuşadası İlçesi Uygulaması*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 207-209.
- Çallı, D. S., 2015, *Turizm Yazınında Teorik Çerçeve ve Yaşanan Tartışmalar ve Turizmoloji Üzerine Nitel Bir Değerlendirme*, Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7(1), 135-142.
- Çavuş, Ş., ve Tanrısevdi, A., 2003, *Residents Attitudes Toward Tourism Development: A Case Study In Kuşadası, Turkey*, Tourism Analysis, 7(3/4), 259-269.
- Çelebi, E., 1986, *Seyahatname* (Haz. Mümin Çevik), Üçdal Neşriyat, İstanbul.
- Çelik, M., 1996, *Süryani Tarihi*, C. I, Ayraç Yayınları, Ankara.
- Çelikkat, N., 2015, *Yerel Halkın Turizm Bakış Açısı: Bodrum İlçesi Örneği*, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Doctoral dissertation), Gaziantep.
- Celiloğlu, F. K., 2014, *Yeşil Pazarlamanın Turizmde Satın Alma Davranışlarına Etkisinin İncelenmesine Yönelik Organik Oteller Üzerine Bir Uygulama*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Çetinkaya, G., ve Dedemen, O., 2013, *Golf Turizmine Yönelik Yerel Halkın Algılarının Belirlenmesi: Antalya/Belek Örneği*, Turar Turizm ve Araştırma Dergisi, 2(1), 24-45.
- Çımat, A., ve Bahar, O., 2003, *Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri Ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme*.
- Çolak Yıldız, E., ve Çalışkan, U., 2018, *Turizm Yakın Ama Turizmden Uzak Yerel Halkın Turizm Bakışı: Muğla Menteşe İlçesi Örneği*, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 20(2), 223-243.
- Denk, E., 2018, *Genel turizm, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Erzurum Meslek Yüksekokulu*.
- Dilek, S. E., Çoban, Ö., ve Harman, S., 2017, *Hasankeyf Halkının Turizmin Gelişimine Yönelik Tutumu, Hasankeyf Residents' Attitudes Towards Tourism Development*, Turar Turizm ve Araştırma Dergisi, 6(2), 59-72.

- Doğan, M. ve Gümüş, M. 2015, Sürdürülebilir Destinasyon Yönetimi, Sürdürülebilir Bozcaada: Bir Model Önerisi, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11 (3), Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/soid/issue/11390/136043>.
- Doğan, H. Z., ve Temelleri, T. S. K., 2004, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Dolapönü, H., 1972, *Tarihte Mardin*, Hikmet Matbaası, İstanbul.
- Doxey, G., 1975, "A Causation Theory Of Visitor-Residents Irritants: Methodology And Research Inferences." *The Impact Of Tourism, Sixth Annual Conference Proceedings Of The Travel Research Association*, San Diego, 195-198.
- Durak, N., 2000, *Süryani Ortodoks Kilisesinde İbadet*, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Durak, N., 2005, "Süryani Ortodoks Kilisesi", *Süryaniler ve Süryanilik I*,
- Erdoğan , E. ve Dilaver , Z., 2006, "Kültürlerin Buluştuğu Kent; MARDİN", *I. Uluslararası Mardin Tarihi Sempozyumu Bildirileri*, İstanbul, 269-274.
- Emen, M. (2019). *Turizm Pazarlama Stratejileri Bağlamında İstanbula Gelen Yabancı Turist Profili Ve Seyahat Motiflerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*, Master's Thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ete, M. R., 2010, *Mardin Süryanilerinin Halk Kültürü Üzerine Monografik Bir İnceleme*, Doctoral Dissertation, Yüksek Lisans Tezi, Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Diyarbakır.
- Faulkner, B., ve Tideswell, C., 1997, A Framework For Monitoring Community Impacts Of Tourism. *Journal Of Sustainable Tourism*, 5(1), 3-28.
- Göktaş, L. S, Yıldız, S., Habil, T., ve İstanbullu Dinçer, F. F., 2019, Turizm Meslek Lisesi Öğrencilerinin Demografik Değişkenlerine Göre Mesleki Bağlılık Düzeylerinin İncelenmesi, *Journal of Turkish Tourism Research*.
- Göyünç, N., 1991, 16. yy da Mardin Sancağı, *TTK Yay.*, Ankara.
- Günaltay, Ş., 1987, *Yakın Şark III*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara.
- Günel, A., 1970, *Türk Süryaniler Tarihi*, Diyarbakır.
- Gürbüz, A., 2002, Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi Üzerine Bir Araştırma, *Teknoloji dergisi*, (1-2), 49-59.
- Gürkan, M. İ., 1996, Turizmin Sosyal Yapı Üzerindeki Etkileri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 112-119.
- Gürsoy, D. ve Rutherford, D.G., 2004, *Host Attitudes Toward Tourism: An Improved Structural Model*, *Annals of Tourism Research*. C.31, S.3, 495- 516.
- Gürsoy, D., Jurowski, C. ve Uysal, M., 2002, Resident Attitudes: A Structural Modeling Approach, *Annals of Tourism Research*. S.29, 79-105.

- Harrill, R., 2004, "Residents' Attitudes toward Tourism Development: a Literature Review with Implications for Tourism Planning" *Journal of Planning Literature* 18, 251-266.
- Inskeep, E., 1991, *Tourism Planning: An Integrated And Sustainable Development Approach*, John Wiley & Sons.
- İlmen, V. (Çev.), 2005, Müjdeci-Havari Kilisesi, Doğu Hristiyanlığı Tarihi. *Milel ve Nihal*, İstanbul: Yaba.
- İpar, M. S., 2011, *Turizmde Destinasyon Markalaşması Ve İstanbul Üzerine Bir Uygulama*, Master's Thesis, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- İris, M., 2003, *Bütün Yönleriyle Süryaniler*, Ekol Yayıncılık, İstanbul.
- Karacaoğlu, S., 2017, *Yerel Halkın Toplum Temelli Turizm Gelişimine İlişkin Algı, Tutum ve Desteği: Misi Köyü Örneği*, Doktora Tezi, *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Mersin.
- Katar, M., 2001, "Hristiyan Bayramları Üzerine Bir Araştırma", *Dini Araştırmalar Dergisi*, Ankara.
- Kaya, S., Yıldırım, H., Karsavuran, S., ve Özer, Ö., 2013, *Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu 2013*. Pozitif Matbaa, Ankara.
- Keog, B., 1990, *Public Participation in Community Tourism Planning*, *Annals of Tourism Research*, C.17, S.3, 449-465.
- Keser, E., 2002, *Tur Abdin: Süryani Ortodoks Dini Mimarisi*. Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, İstanbul.
- Keske, M., 2010, *Mardin'de Süryaniler: Nüfus Hareketlilikleri Ve Nedenleri*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı*, Van.
- Keskin, E., ve Çontu, M., 2011, Mustafapaşa (Sinassos) Kasabasında Yaşayan Halkın Turizme Bakış Açısını Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması, *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(2), 37-55.
- Kızılgöl, A. G. Ö., ve Erbaykal, E., 2008, Türkiye'de Turizm Gelirleri İle Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2), 351-360.
- Koluman, A., 2001, *Ortadoğu'da Süryanilik: Dini-Sosyal-Kültürel Hayat*, ASAM, Avrasya Stratejik Araştırmalar Merkezi yayınları, Ankara.
- Kozak, M. A., 2012, *Genel turizm bilgisi*, Anadolu Üniversitesi.
- Kozak, M., 2014, *Bilimsel Araştırma, Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*, Detay Yayıncılık, Ankara.

- Kozak, N., Akoğlan, M., ve Kozak, M., 1997, Genel Turizm, *Anatolia Yayınları, Ankara.*
- Kozak, N. Kozak. M.A, Kozak, M. 2018, Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar, *Ankara, Detay Yayıncılık, 2.*
- Kozak, N., Kozak Akoğlan, M. ve Kozak, M., 2015, *Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar* (Yenilenmiş 18. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M.A. ve Kozak, H., 2018, *Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kozak, N., Kozak, M.A., Kozak, M., 2014, *Genel Turizm*, Detay Yayıncılık, 16. Basım, Ankara.
- Kozak, M. A., Evren, S., ve Çakır, O., 2013, Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7-22.
- Küçük, Z. G., 2008, *Mardin ve Çevresinde Süryaniler*, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Lin, Y. S., ve Huang, J. Y., 2006, Internet Blogs As A Tourism Marketing Medium: A Case Study. *Journal of business research*, 59(10-11), 1201-1205.
- Lim, W. M., Yap, S. F., ve Makkar, M., 2021, Home Sharing In Marketing And Tourism At A Tipping Point: What Do We Know, How Do We Know, And Where Should We Be Heading?. *Journal Of Business Research*, 122, 534-566.
- Malik, G. D., 2012, *Süryanilerin Tarihi*, İlk Hristiyanlıktan Kadim Doğu Süryanilik. *Milel ve Nihal*,
- Mansuroğlu, S., 2006, Turizm Gelişmelerine Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Akseki/Antalya Örneği, *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 19(1), 35-46.
- Marzuki, A., 2012, Local Residents' Perceptions Towards Economic Impacts Of Tourism Development In Phuket. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 60(2), 199-212.
- Mathieson, A., and Wall, G., 1982, *Tourism, Economic, Physical And Social Impacts*, Longman.
- Noyan, S., 2005, *Yıldızlara Yakın Şehir: Mardin*. Dizgi Baskı, Ankara.
- Ozturk, A. B., Ozer, O., ve Çaliskan, U., 2015, The Relationship Between Local Residents' Perceptions Of Tourism And Their Happiness: A Case Of Kusadasi, Turkey. *Tourism Review*. 70(3), 232-242.
- Özcoşar, İ., 2008, *Bir Yüzyıl Bir Sancak Bir Cemaat 19.Yüzyılda Mardin Süryanileri*, Beyan Yayınları, İstanbul.
- Özcoşar, İ., 2006, *19. Yüzyılda Mardin Süryanileri*, Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.

- Özdemir, M. A., ve Kervankıran, İ., 2012, *Afyonkarahisar İlinin Turizm Gelişimi ve Çekicilikleri*, *Afyon Kocatepe University Journal of Social Sciences*, 14(1).
- Özel, Ç. H., 2014, Turizmin Sosyo-Kültürel Boyutta Ortaya Çıkardığı Etkilerin İncelenmesi: Marmaris Örneği. *Dumlupınar University Journal of Social Science/Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (42), 56-68.
- Özer, Ö., ve Ataman, D., 2020, Turizmin Yerel Halkın Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi: Mardin Örneği, *Journal of New Tourism Trends*, 1(1), 55-63.
- Özgüç, N., 2007, *Turizm Coğrafyası (Özellikler ve Bölgeler)*, 5. Baskı, İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Özgürel, G., 2020, *Turizm Destinasyonlarında Yerleşik Yabancı-Yerel Halk Etkileşimi Üzerine Bir İnceleme*, Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Öztemiz, M., 2012, *Süryaniler*, İdea-Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Pekpak, H., 2012, *Kıyı Alanlarında Turizm Odaklı Mekânsal Gelişim*, TC Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Peter, K., 2000, *The Catholic Source Book*, *Harcourt Religion Publishers*, 88-89 ISBN 0-15-950653-0.
- Richardson, S.L., 1991, *Colorado Community Tourism Action Guide*, University Of Colorado, Boudler
- Sarı, E. ,2010, *Kültür, Kimlik ve Politika: Mardin'de Kültürlerarasılık*, İletişim Yayınları,38.
- Sarı, Z., 1996, *Turizm Pazarlaması ve Malatya'daki Turistik Belgeli Konaklama İşletmelerindeki Turizm Pazarlaması Uygulamaları*, Master's Thesis, İnönü Üniversitesi.
- Semenderoğlu, A. ve Çakıcıoğlu, R. O., 2007, Şirince'de Kültürel Turizmin Gelişimi, *Cultural Tourism: A case study from Şirince village, Western Anatolia*, *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22, 174-184. *Sosyolojisi*) Anabilim Dalı, Elazığ.
- Soykan, F., 2003, Kırsal Turizm Ve Türkiye Turizmi İçin Önemi, *Ege Coğrafya Dergisi*, 12(1).
- Sönmez, Ö. A, Solmaz, S. A., Erdoğan, Ç., 2014, Sosyal Dışlanma ve Turizm İlişkisi: Türkiye'de Pasif Dış Turizm Bağlamında Bir İnceleme. *Akademik Turizm ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 95-104.
- Şentürk, B., 2019, *Edremit İlçesi Yerel Halkının Turizm Gelişimine Yönelik Algısı*, Yüksek Lisans Tezi, *Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Aydın.
- Şeşen, R.,1993,. "Cezire", DİA, VII, Ankara,559.
- Şimşek, M., 2003, *Süryaniler ve Diyarbakır*, Çivi Yazıları Yayınevi, İstanbul.

- Şimşek, M., 2006, *Süryaniler ve Diyarbakır*, Kent Yayınları, İstanbul.
- Tahincioğlu, Y., 2011, *Tarihleri, Kültürleri ve İnançlarıyla Süryaniler*, İstanbul: Butik.
- Taşdemir, M., 1993, "Mardin", DİA, C. XXVIII, Ankara, 43.
- Taşkın, A., Tanrıverdi, E., ve Seyfeli, C., 2005, *Süryaniler ve Süryanilik*, Birinci basım, *Orient Yayınları*, Ankara.
- Tayfun, A., ve Kılıçlar, A., 2004, Turizmin Sosyal Etkileri ve Yerli Halkın Turiste Bakışı, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 1-17.
- Tezokur, M. H., 2005, "Süryanilerde Namaz", *Süryaniler ve Süryanilik* C.1, Orient Yayınları, Ankara.
- Toskay, T., 1989, *Turizm*, Der yayınları.
- Turgut, R., 2016, Bir Halkın Göç Hikâyesi: Süryanilerin XX. yüzyılda Türkiye'den Avrupa'ya Göç Süreci, *Mukaddime*, 7(2), 275-294.
- Tunçalp, O., ve İrge, N. T., 2018, Turizm Pazarlamasında Çevrimiçi Sitelerindeki Müşteri Yorumları ve Puanlama Sisteminin Otel Satış Fiyat Tercihlerine Etkisi. *Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi*, 2(2), 28-40.
- Türker, N., Selçuk, Ş., ve Özyıldırım, A., 2016, Turizmin Yerel Halkın Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi: Safranbolu Örneği, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 1-13.
- Uygur, H. K., 2015, Kültürel Doku İçinde Mardin Süryanilerinin Kutsal Mekân Efsaneleri, Doktora Tezi, *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Ankara, 28.
- Uysal, K., 2018, *Kültürel Mirasın Turizm Amaçlı Kullanılmasında Yerel Halkın Algı Ve Tutumlarının Belirlenmesi: İznik Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Balıkesir.
- Uzan, H. A., 2018, *Yerel Halkın Sakin Şehir (Cittaslow) Bağlamında Erzurum/Uzundere'yi Turizm, Ekonomi, Sosyo-Kültürel Ve Çevresel Açidan Değerlendirmesi*, Doktora Tezi, *Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Erzurum.
- Ürek, M., 2013, Süryaniler'in Tarihi ve Sosyolojik Yapısı, *Milel ve Nihal*, 10 (2), 95-112.
- Yarullina Yıldırım, R., 2015, Fırat'tan Volga'ya Medeniyetler Köprüsü, *Adıyaman Üniversitesi Yayınları*, no:13.
- Yinanç, M. H., 1997, "Akkoyunlular", İA, C.I, İstanbul.
- Yüksek, G., Cavcar, M., Rota, Y., Çubuk, M., Koçak, İ. H., Sarılgan, A. E., ve Durmaz, V., 2012, *Turizm Ulaştırması*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.

Zafer, C., 2012, *Mardin Yöresindeki Süryanilerin Dini Ve Sosyal Hayatı*, Yüksek Lisans Tezi, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe Ve Din Bilimleri*.

Anonim, https://tr.wikipedia.org/wiki/Tur_Abdin, Erişim tarihi: 8 Temmuz 2016

Anonim, www.hristiyanhaber.net, Erişim tarihi:09 Haziran 2019

Anonim, www.gazetesabro.org, Erişim tarihi:19 Nisan 2020

Anonim, www.gazetesabro.org, Erişim tarihi:15 Ağustos 2020

Anonim, Tuik.gov.tr, Erişim tarihi: 2021

Anonim "[Güncel Nüfus Değerleri](http://Tuik.gov.tr)". tuik.gov.tr. 17 Ağustos 2018, Erişim tarihi: 4 Şubat 2021

Anonim, [https://tr.wikipedia.org/wiki/Epifani_\(bayram\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Epifani_(bayram)), Erişim tarihi: 26 Şubat 2021

Anonim, www.tdk.gov.tr, Erişim tarihi:06 Mart 2021

Anonim, www.turkcebilgi.com, Erişim tarihi: 17 Mart 2021

Anonim, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Süryaniler> , Erişim tarihi: 03 Mayıs 2021

Anonim, <https://artukluyemen.com/>, Erişim tarihi: 2022

EKLER

EK-1 Anket

"MARDİN ve YEREL HALKIN TURİZME BAKIŞI" ANKET FORMU

Sayın katılımcı,

Bu çalışma Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından, turizm faaliyetlerinin yerel halk üzerindeki etkilerini araştırmak amacıyla düzenlenmiş tez çalışması kapsamında olup elde edilecek bilgiler turizmde sürekli bir gelişmenin sağlanmasına yönelik olarak kullanılacaktır; kişisel bilgileriniz kesinlikle paylaşılmayacaktır. Katılım ve desteğiniz için teşekkür ederiz.

Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Doç. Dr. Mustafa DOĞAN / Gülten ÖZHAN ÖZTÜRK

Aşağıdaki turizmin Mardin'e etkileri ile ilgili ifadelere hangi düzeyde katılıp katılmadığınızı (1:Kesinlikle Katılmıyorum; 5:Tamamen Katılıyorum) belirtiniz.

TURİZMİN ETKİLERİ	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyor ne de	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
-------------------	---------------------	--------------	-----------------------	-------------	---------------------------

EKONOMİK

1. Turizm bölgede daha çok iş alanı yaratmaktadır.					
2. Turizm bölgeye daha çok yatırım çekmektedir.					
3. Turizm yereldeki fiyatların artmasına neden olmaktadır.					
4. Turizm bölgesinde yaşamak yerel halkı ekonomik olarak zorlamaktadır.					
5. Turizm yereldeki gelirin artmasını sağlamıştır.					

SOSYOLOJİK

1. Turistler bölge halkının yaşam tarzını kötü etkilemektedir.					
2. Turizm kültürel faaliyetlerin çeşitlenmesini olumlu etkilemektedir.					
3. Turizm suç oranını arttırmaktadır.					
4. Turizm toplumdaki şiddeti artırmaktadır.					
5. Turizm fuhuşun artmasına yol açmaktadır.					
6. Turizm yerel kültürün korunması için olumlu olmaktadır.					
7. Turizm yerel kültürlerin (Süryani, Kürt, Arap vb. gibi) gelişmesine katkı sağlamaktadır.					

ÇEVRESEL

1. Turizm gereğinden fazla kalabalık yaratmaktadır.					
2. Turizm parkların ve yeşil alanların artmasını sağlamaktadır.					
3. Turizm doğayı tahrip etmektedir.					

4.Turizm gürültü ve kirlilik yaratmaktadır.					
5.Turizm tarihi binaların restorasyonu için olumludur.					
6. Turizm trafik yoğunluğuna neden olmaktadır.					
7.Turizm yerel mimarinin korunmasını sağlamaktadır.					

Aşağıdaki turizmin Mardin'e etkileri ile ilgili ifadelere hangi düzeyde katılıp katılmadığınızı (1:Kesinlikle Katılmıyorum; 5:Tamamen Katılıyorum) belirtiniz.

TURİSTİK FAALİYETLER ve İSTEKLER	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyor ne de	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Daha çok otel yapılmalıdır.					
2. Kültürel turizm daha da geliştirilmelidir.					
3. Restoran, lokanta, bar gibi tesislerin sayısı artırılmalıdır.					
4. Yerel hediyelik eşya üreten küçük işletmeler desteklenmelidir.					
5. Bölgenin turizm alanı olarak reklamı yapılmalıdır.					
6. Turistler için bilgi içeren harita ve rehber kitap vb. materyaller çıkarılmalıdır.					
7.Yerel kültürel festival ve etkinlikler geliştirilmelidir.					
8.Kültürel varlıklar (Kilise, Manastır, Medrese, Camii, vb. gibi) turizme kazandırılmalıdır.					

Aşağıdaki turizmin etkileri ile ilgili ifadelere hangi düzeyde katılıp katılmadığınızı (1: Kesinlikle Katılmıyorum; 5: Tamamen Katılıyorum) belirtiniz.

MARDİN'İN EKONOMİK ve SOSYAL DURUMU	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyor ne de	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Burada ekonominin durumu kötüdür.					
2. Özel sektör burada daha çok iş alanı üretmelidir.					
3. Devlet burada daha çok iş alanı üretmelidir.					
4. Burada yaşamaktan memnunum.					
5. Diğer yerler yapmak istediğim şeyler açısından burayla yarışamaz.					
6. Burası bana huzur ve mutluluk vermektedir.					
7. Burada yaşayan insanlarla birlikte kendimi evimde hissediyorum.					
8.Süryani halkının Mardin'de turizmin gelişmesinden olumlu etkilendiğini düşünüyorum.					

DEMOGRAFİK SORULAR**Sürekli (resmi) İkamet yeriniz:****İşiniz doğrudan turizmle ilgili mi?** Evet ☐ Hayır ☐**Yaş** : 18-24 ☐ 25-35 ☐ 36-45 ☐ 46-55 ☐ 56-65 ☐ 66-75 ☐ 75 ve üzeri ☐**Cinsiyet** : Erkek ☐ Kadın ☐**Medeni Durum** : Bekar ☐ Evli ☐ Boşanmış ☐ Dul ☐ Ayrı Yaşıyor ☐**Eğitim Durumu** : Lise ve altı ☐ Üniversite ☐ Yüksek Lisans ☐ Doktora ☐**Meslek-İş Durumu** : Özel sektör ☐ Kamu Sektörü ☐ Serbest Meslek ☐ Öğrenci ☐
Emekli ☐ İşsiz ☐ Ev Kadını ☐

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Gülten ÖZHAN ÖZTÜRK
Uyruğu : T.C

EĞİTİM

Derece	Adı, İlçe, İl	Bitirme Yılı
Üniversite	: Bursa Uludağ Üniversitesi, Turizm Rehberliği, İznik, Bursa (3,82000))	26/08/2009
	Atatürk Üniversitesi, İngiliz Dili ve Edebiyatı, Merkez, Erzurum (2,69000)	03/07/2013

İŞ DENEYİMLERİ

Yıl	Kurum	Görevi
2006	Tourism Information(Bursa Belediyesi)	Turist Rehberliği
2006	Çamlık Motel ve Restorant	Receptionist
2011	Dünya Üniversiteler Kış Oyunları (Atatürk Üniversitesi)	Turist Rehberliği
2011	Avrupa Gençlik Olimpik Oyunları (Emniyet Genel Müdürlüğü)	Turist Rehberliği

2011	Anadolu'nun Zirvesinde Uluslararası Tanıtım ve İşbirliği Buluşması (AZUTİP-2)	Çevirmen
2016	Milli Eğitim Bakanlığı	Öğretmen (Halen)

UZMANLIK ALANI

Öğretmen, Çevirmen, Turist Rehberliği

YABANCI DİLLER

	Okuma – Yazma – Dinleme		
İngilizce	İyi	İyi	İyi
Rusça	Orta	İyi	Zayıf
Fransızca	Orta	İyi	Zayıf