

T.C.  
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

KÜLTÜREL MİRAS TURİZM POTANSİYELİNİN  
BÖLGESEL GELİŞMEYE KATKISINDA ALGI  
ARAŞTIRMASI: GAZİANTEP ÖRNEĞİ

BÜNYAMİN ÖZLÜ

DOKTORA TEZİ

DANIŞMAN  
Doç. Dr. ABDURRAHMAN DİNÇ

KONYA-2024

 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	 NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ KONYA SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
--	---	---

### BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Öğrencinin	Adı Soyadı	Bünyamin ÖZLÜ		
	Numarası	17811201048		
	Ana Bilim /BilimDalı	Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans		
		Doktora		X
Tezin Adı	Kültürel Miras Turizm Potansiyelinin Bölgesel Gelişmeye Katkısında Algı Araştırması: Gaziantep Örneği			

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

21/02/2024  
Bünyamin ÖZLÜ

 <b>KONYA</b>	<b>T.C.</b> <b>NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ</b> <b>Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü</b>	 <b>SOSYAL BİLİMLER</b> <b>ENSTİTÜSÜ</b>
---	--	---

## ÖZET

<b>Öğrencinin</b>	Adı Soyadı	Bünyamin ÖZLÜ		
	Numarası	17811201048		
	Ana Bilim /BilimDalı	Turizm İşletmeciliği ABD		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans		
		Doktora	X	
	TezDanışmanı	Doç. Dr. Abdurrahman DİNÇ		
Tezin Adı	Kültürel Miras Turizm Potansiyelinin Bölgesel Gelişmeye Katkısında Algı Araştırması: Gaziantep Örneği			

İnsanlık, tarihin derinliklerinden bu yana çevresini şekillendirme arzusu içerisinde olmuştur. Bu duygunun bir ürünü olarak ortaya çıkan kültürel miras eserlerinden bazıları zaman içerisinde varlığını sürdürerek günümüze ulaşabilmeyi başarmış ve kültürel miras turizmi içerisinde değerlendirilir hale gelmiştir. Bununla birlikte küreselleşen dünyada mesafelerin kapanması ve uluslararası etkileşimin artması, insanları otantik deneyim arayışına yönlendirmiştir; bu durum ise kültürel miras turizminin gelişmesine neden olmuştur. Bu bağlamda gelişen kültürel miras turizmi, gerçekleştiği destinasyonların ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda gelişmesine katkı sağlayarak bu alanlara hareketlilik kazandırmıştır. Yüksek düzeyde kültürel miras turizm potansiyeline sahip olan ve Mezopotamya'nın zengin tarihine tanıklık eden Gaziantep bölgesi, kültürel miras turizmi alanında öne çıkan destinasyonlar arasında yer almaktadır. Bu noktadan hareketle, bu araştırmanın temel amacı, Gaziantep bölgesinin kültürel miras turizm potansiyelinin, bölgenin genel gelişimine olan katkısını paydaş görüşlerine göre incelemektir. Nitel araştırma yöntemlerinden yararlanarak, yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile 40 katılımcıyla yüz yüze derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş ve elde edilen veriler, tematik analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. Yapılan analiz sonucunda, Gaziantep'teki kültürel miras değerlerinden bazılarının öne çıktığı ve talep gördüğü, ancak önemli bir kısmının geri planda kaldığı belirlenmiştir. Bu değerlerin kapsamlı bir master planı ve etkili tanıtımlarla ön plana çıkarılması durumunda Gaziantep'in kültürel miras turizmi açısından daha fazla ilgi çekeceği ve bölgesel gelişime olumlu yönde katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler: Kültürel Miras Turizmi, Bölgesel Gelişme, Gaziantep**

 <b>KONYA</b>	<b>T.C.</b> <b>NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ</b> <b>Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü</b>	 <b>SOSYAL BİLİMLER</b> <b>ENSTİTÜSÜ</b>
---	--	---

### ABSTRACT

<b>Author's</b>	Name and Surname	Bünyamin ÖZLÜ		
	Student Number	17811201048		
	Department	Tourism Management		
	Study Programme	Master's Degree (M.A.)		
		Doctoral Degree (Ph.D.)		X
	Supervisor	Doç. Dr. Abdurrahman DİNÇ		
Title of the Thesis/Dissertation	Perception Research on the Contribution of Cultural Heritage Tourism Potential to Regional Development: The Case of Gaziantep			

Humanity has had the desire to shape its environment since the depths of history. Some of the cultural heritage works that emerged as a product of this feeling have survived over time and have survived to the present day and have become evaluated within the scope of cultural heritage tourism. Together with this, in the globalizing world, the closing of distances and the increase in international interaction have led people to seek authentic experiences; This situation has led to the development of cultural heritage tourism. In this respect, developing cultural heritage tourism has contributed to the economic, social and cultural development of the destinations where it takes place and brought dynamism to these areas. Gaziantep region, which has a high level of cultural heritage tourism potential and witnesses the rich history of Mesopotamia, is among the prominent destinations in the field of cultural heritage tourism. Starting from this point, the main purpose of this research is to examine the contribution of the cultural heritage tourism potential of the Gaziantep region to the general development of the region according to partners' opinions. With the help of qualitative research methods, face-to-face in-depth interviews were conducted with 40 participants using the semi-structured interview technique, and the data obtained were evaluated using the thematic analysis method. As a result of the analysis, it was determined that some of the cultural heritage values in Gaziantep stand out and are in demand, but a significant part of them remains in the background. It is thought that if these values are brought to the fore with a comprehensive master plan and effective promotions, Gaziantep will attract more attention in terms of cultural heritage tourism and will contribute to its regional development positively.

**Keywords:** Cultural Heritage Tourism, Regional Development, Gaziantep

## İÇİNDEKİLER

<b>BİLİMSEL ETİK SAYFASI.....</b>	<b>İ</b>
<b>ÖZET .....</b>	<b>İİ</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>İİİ</b>
<b>İÇİNDEKİLER .....</b>	<b>İV</b>
<b>TABLolar LİSTESİ .....</b>	<b>Vİİ</b>
<b>ŞEKİLLER LİSTESİ .....</b>	<b>Vİİİ</b>
<b>KISALTMALAR LİSTESİ.....</b>	<b>X</b>
<b>ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR.....</b>	<b>Xİ</b>
<b>GİRİŞ.....</b>	<b>1</b>

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### TURİZM VE KÜLTÜREL MİRAS KAVRAMI

1.1.Turizm Kavramı ve Turizmin Özellikleri .....	7
1.2.Turizmin Tarihsel Gelişim Süreci .....	12
1.3.Turistik Ürün Kavramı .....	17
1.4.Kültür ve Miras Kavramları.....	26
1.5.Mirasın Sınıflandırılması .....	29
1.5.1.Doğal Miras .....	30
1.5.2.Kültürel Miras.....	31
1.5.2.1.Somut Kültürel Miras .....	34
1.5.2.2.Somut Olmayan Kültürel Miras .....	35
1.6.Kültürel Miras ve Turizm İlişkisi.....	36
1.7.Kültürel Miras Turizmi .....	46
1.8.Kültürel Miras Turizminin Önemi ve Özellikleri .....	47
1.9. Kültürel Mirasın Sürdürülebilirliği.....	52
1.10. Kültürel Miras Yönetimi.....	58
1.11.Kültürel Miras Turizminin Pazarlanması.....	67
1.12.Kültürel Miras Turizmi ve Turizm Paydaşları .....	73
1.13.Kültürel Miras Turizmine İlişkin Çalışmalar .....	80

### İKİNCİ BÖLÜM

#### KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİNİN BÖLGESEL GELİŞMEYE KATKISI

2.1.Bölge ve Bölgesel Gelişmeyle İlgili Temel Kavramlar.....	84
2.2.Bölge Türleri .....	88
2.2.1.Ekonomik Yapı Açısına Göre Bölgeler .....	88
2.2.1.1.Homojen Bölge.....	88
2.2.1.2.Polarize Bölge.....	88
2.2.1.3.Plan Bölge.....	89
2.2.2.Ekonomik Gelişme Düzeyine Göre Bölgeler.....	90
2.2.2.1.Az Gelişmiş Bölge.....	90
2.2.2.2.Gelişmiş Bölge.....	91
2.3.Bölgesel Gelişmeye Yönelik Stratejiler.....	91
2.4.Bölgesel Gelişmişlik Farklarının Giderilmesinde Öne Çıkan Faktörler .....	93
2.5.Turizm Sektörünün Bölgesel Gelişmişlik Farklılıklarının Giderilmesine Etkisi .	96

2.6.Kültürel Miras Turizminin Bölgesel Gelişmeye Etkisi .....	101
2.6.1.Ekonomik Etkiler .....	106
2.6.1.1.İstihdam Olanakları .....	108
2.6.1.2.Bölgesel Gelir Artışı .....	109
2.6.1.3.Yerel İşletmelerin Gelişimi .....	109
2.6.2.Sosyal Etkiler .....	110
2.6.2.1. Kültürel Değişim ve Gelişim .....	112
2.6.2.2. Toplumsal Farkındalık ve Kimlik Oluşturma .....	112
2.6.2.3. Sosyal Uyum ve Barışçıl Ortam .....	113
2.6.3. Çevresel Etkiler .....	114
2.6.3.1. Sürdürülebilirlik ve Doğal Kaynak Kullanımı .....	116
2.6.3.2. Çevresel Bilincin Artırılmasına Etki .....	117
2.7.Kültürel Miras Turizmi ve Bölgesel Gelişmeye Etkisiyle İlgili Çalışmalar .....	117

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

#### GAZİANTEP'İN KÜLTÜREL MİRAS TURİZM POTANSİYELİ

3.1. Gaziantep Hakkında Genel Bilgi .....	119
3.2. Gaziantep'in Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Durumu .....	121
3.3. Gaziantep'in Turizm Potansiyeli .....	130
3.3.1. Gaziantep Kültürel Miras Turizmi .....	147
3.3.1.1. Somut Kültürel Miras Değerleri .....	151
3.3.1.2. Somut Olmayan Kültürel Miras Değerleri .....	158
3.4. Gaziantep örnekleme üzerinden turizm alanında yapılmış çalışmalar .....	165

### DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

#### KÜLTÜREL MİRAS TURİZM POTANSİYELİNİN BÖLGESEL GELİŞMEYE KATKISINDA ALGI ARAŞTIRMASI: GAZİANTEP ÖRNEĞİ

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi .....	168
4.2. Araştırmanın Problemi .....	172
4.3. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları .....	173
4.4. Araştırma Yaklaşımı ve Araştırma Deseni .....	175
4.5. Araştırma Metodolojisi .....	179
4.6. Geçerlilik ve Güvenirlilik .....	182
4.7. Verilerin Toplanması .....	185
4.7.1. Veri Toplama Aracı .....	185
4.7.2. Veri Toplama Süreci ve Katılımcılar .....	186
4.8. Verilerin Analizi .....	191
4.9. Araştırmanın Bulguları ve Yorumlama .....	193
4.9.1. Kültürel Miras Değerlerinin Kullanımına İlişkin Bulgular .....	195
4.9.1.1. Turistik Çekicilik Unsuruna Yönelik Bulgular .....	195
4.9.1.2. Kültürel Mirasın Zayıflıkları ve Bölgesel Tehditlere Yönelik Bulgular .....	206
4.9.1.3. Kültürel Miras Değerlerinin Sürdürülebilirliğine Yönelik Bulgular .....	225
4.9.1.4. Turist Profiline Yönelik Bulgular .....	243
4.9.1.5. Suriye Göçünün Olumsuz Etkisine Yönelik Bulgular .....	246
4.9.1.6. Kültürel Miras Değerlerine Ulaşılabilirliğe Yönelik Bulgular .....	251
4.9.1.7. Kültürel Miras Değerlerinin Kullanımına Yönelik Tek-Vaka Modeli .....	257
4.9.2. Bölgesel Gelişime Etkisine Yönelik Faktörler Teması .....	258
4.9.2.1. Harcama Yapılan Kültürel Miras Değerleri .....	259
4.9.2.2. Turizmin Canlanmasına Etkisine Yönelik Bulgular .....	265
4.9.2.3. İmaja Yönelik Bulgular .....	272

4.9.2.5.Sosyal Etkilere Yönelik Bulgular .....	288
4.9.2.6. Çevresel Etkilere Yönelik Bulgular .....	291
4.9.2.7. Bölgesel Gelişme Etkisine Yönelik Tek-Vaka Modeli .....	295
4.9.3. Kültürel Miras Turizm Potansiyelinin Bölgesel Gelişmeye Katkısında İlişki Haritası .....	296
4.9.4 Kelime Bulutu.....	297
4.9.5. Kelime Kombinasyon Bulutu.....	299
4.9.6. Kod Kombinasyon Bulutu .....	301
4.9.7. Kod Birlikte Oluşma Modeli.....	303
<b>5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>305</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>323</b>



### Tablolar Listesi

Tablo 1.1: Kültürel Miras Turizmine İlişkin Çalışmalar .....	81
Tablo 1.1'in Devamı .....	82
Tablo 1.1'in Devamı .....	83
Tablo 2.1: Kültürel Miras Turizmi ve Bölgesel Gelişmeye Etkisiyle İlgili Çalışmalar.....	117
Tablo 2.1'in Devamı .....	118
Tablo 3.1: Gaziantep, GSYH, İthalat ve İhracat Oranları (2013-2021).....	125
Tablo 3.2: Gaziantep İktisadi Faaliyet Kollarına Göre Cari Fiyatlarla Gayrisafi Yurtiçi Hâsıla Değişim Oranı.....	127
Tablo 3.3: TRC-1 Bölgesi Kapsamında İktisadi Faaliyet Kollarına Göre İstihdam Edilenler (2009-2021).....	128
Tablo 3.4: Gaziantep Özelinde Taşınmaz Kültür Varlıkları ve Sit Alanları	148
Tablo 3.5: Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müzelerdeki Eserlerin Yıllık Mevcut Sayıları.....	149
Tablo 3.6: Gaziantep'te Bulunan Müzelerin Genel Durumu .....	150
Tablo 3.7: Gaziantep örneklemini üzerinden turizm alanında yapılmış çalışmalar.....	165
Tablo 4.1. Katılımcılara Yönelik Bilgiler .....	190

## Şekiller Listesi

Şekil 1.1. Turizmin Kavramsal Çerçevesi.....	10
Şekil 1.2. Kültür Kavramının Alt Temaları.....	29
Şekil 1.3. Turizmin Sebep-Sonuç Kapsamında Kültürel Miras Üzerine Etki Analizi .....	41
Şekil 1.4. Sürdürülebilir Turizm Paydaşları.....	57
Şekil 1.5. ANZECC Yönetim Modeli .....	60
Şekil 1.6. AHC Yönetim Modeli .....	62
Şekil 1.7. Miras Alanı Kalkınma Modeli Diyagramı.....	64
Şekil 2.1. Potansiyel Kültürel Miras Alanlarının Sosyo-Ekonomik Kalkınma Üzerindeki Etkisi .....	103
Şekil 3.1. Kişi Başı GSYH Oranı .....	129
Şekil 3.2. Gaziantep Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Konaklayan Sayısı .....	137
Şekil 3.3. Gaziantep Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Geceleme Sayısı.....	139
Şekil 4.4. Gaziantep Belediye İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Konaklayan Sayısı .....	140
Şekil 3.5. Gaziantep Belediye İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Geceleme Sayısı.....	141
Şekil 3.6. Gaziantep Bölgesine Ulaşım Yolunun Türüne Göre Giriş Yapan Yerli ve Yabancı Ziyaretçilerin Durumu .....	142
Şekil 3.7. Gaziantep Bölgesine Ulaşım Yolunun Türüne Göre Giriş Yapan Yerli ve Yabancı Ziyaretçilerin Durumu .....	143
Şekil 3.8. Gaziantep Bölgesine Ulaşım Yolunun Türüne Göre Çıkış Yapan Yerli ve Yabancı Ziyaretçilerin Durumu .....	144
Şekil 3.9. Gaziantep Bölgesine Ulaşım Yolunun Türüne Göre Çıkış Yapan Yerli ve Yabancı Ziyaretçilerin Durumu .....	145
Şekil 3.10. Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müze Ziyaretçi Sayısı .....	147
Şekil 4.1. Araştırmanın Metodolojisi.....	180
Şekil 4.2. Araştırmanın Teorik Modeli .....	181
Şekil 4.3. Nitel Araştırmalarda Geçerlilik ve Güvenirlilik Durumu.....	183
Şekil 4.4. Görüşme Soruları .....	187
Şekil 4.5. Ana Temaların Gösterimi .....	194
Şekil 4.6. Kültürel Miras Değerlerinin Turistik Çekicilik Unsurları .....	196

Şekil 4.7. Kültürel Mirasın Zayıflıkları ve Tehdit Unsurları .....	206
Şekil 4.8. Kültürel Miras Değerlerinin Sürdürülebilirliğine Etki Eden Unsurlar .....	226
Şekil 4.9. Kültürel Miras Değerleri Kapsamında Turist profili.....	243
Şekil 4.10. Kültürel Miras Değerleri Kapsamında Suriye Göçünün Olumsuz Etkisi .....	247
Şekil 4.11. Kültürel Miras Değerlerine Ulaşılabilirlik.....	252
Şekil 4.12. Kültürel Miras Değerlerinin Kullanımına Yönelik Faktörler- Tek-Vaka Modeli .....	258
Şekil 4.13. Bölgesel Gelişmeye Katkısına Yönelik Harcama Yapılan Kültürel Miras Değerleri.....	259
Şekil 4.14. Bölgesel Gelişmeye Katkısına Yönelik Turizmin Canlanmasına Etki.....	265
Şekil 4.15. Bölgesel Gelişime katkısına Yönelik İmaj Kategorisi .....	272
Şekil 4.16. Bölgesel Gelişmeye Katkısına Yönelik Ekonomik Etkiler Kategorisi .....	280
Şekil 4.17. Bölgesel Gelişmeye Katkısına Yönelik Sosyal Etkiler Kategorisi ..	288
Şekil 4.18. Bölgesel Gelişmeye katkısına Yönelik Çevresel Etkiler Kategorisi ..	292
Şekil 4.19. Bölgesel Gelişme Etkisine Yönelik Faktörler- Tek-Vaka Modeli .....	296
Şekil 4.20. İlişki Haritası.....	297
Şekil 4.21. Kelime Bulutu .....	299
Şekil 4.22. Kelime Kombinasyon Bulutu.....	301
Şekil 4.23. Kod Kombinasyon Bulutu .....	303
Şekil 4.24. Kod Birlikte Oluşma Modeli .....	304

## Kısaltmalar Listesi

<b>AHC:</b>	Avustralya Miras Komisyonu
<b>ICOMOS:</b>	Anıtlar ve Sitler Konseyi
<b>KMT:</b>	Kültürel Miras Turizmi
<b>KMY:</b>	Kültürel Miras Yönetimi
<b>KUDEB:</b>	Koruma Uygulama ve Denetim Büroları
<b>SKM:</b>	Somut Kültürel Miras
<b>SOKM:</b>	Somut Olmayan Kültürel Miras
<b>STK:</b>	Sivil Toplum Kuruluşları
<b>TDK:</b>	Türk Dil Kurumu
<b>UNESCO:</b>	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
<b>UNWTO:</b>	Dünya Turizm Örgütü

## Önsöz ve Teşekkür

Bu tez, Gaziantep ve çevresinin kültürel miras turizm potansiyeli ile bölgesel gelişmeye katkısını paydaş algısı üzerinden incelemeyi amaçlamaktadır. Türkiye'nin güneydoğusundaki Gaziantep, sadece tarihi ve kültürel zenginlikleriyle değil, aynı zamanda gastronomisi, el sanatları ve mimarisıyla de öne çıkan Anadolu'nun kadim bir şehridir. Çalışma, bölgenin kültürel turistik potansiyelini belirlemeyi, kültürel miras değerlerinden öne çıkan ve geri planda kalan değerlerin ortaya konularak bölgesel gelişmeye olan katkılarını analiz etmeyi amaçlamaktadır. Nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak 40 katılımcıyla gerçekleştirilen yüzyüze derinlemesine görüşmelerden elde edilen veriler MaxQDA 20 analiz programında analiz edilmiştir. Öte yandan bu araştırma, Gaziantep ve çevresinin kültürel miras turizmi açısından potansiyelini ve bu potansiyelin bölgesel gelişmeye olan etkisini anlamak isteyen okuyuculara katkıda bulunmayı amaçlamakta, aynı zamanda turizm yöneticileri, planlamacılar ve yerel halka yönelik önemli bilgiler sunmayı hedeflemektedir.

Doktora öğrenimim ve tez çalışmamın her aşamasında bana yol gösteren, beni yönlendiren, değerli vaktini ayıran, bilgi ve tecrübelerini benimle paylaşan danışmanım Doç. Dr. Abdurrahman DİNÇ'e, tez izleme komitesi üyeleri Prof. Dr. Ceyhun Can ÖZCAN'a ve Prof. Dr. Mete SEZGİN'e, saygılarımı sunar katkılarından dolayı teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca tez süreci boyunca yardımlarını esirgemeyen ve tez savunmamda bulunarak değerli görüşleriyle tezime katkı sağlayan değerli hocam Prof. Dr. Yasin BİLİM'e ve Doç. Dr Mahmut BARAKAZI'ya saygı ve teşekkürlerimi iletirim.

Araştırma verilerini toplama sürecinde yardımlarını esirgemeyen Gaziantep Üniversitesinden Öğretim Görevlisi Eyüp ATILGAN hocama ve görüşleriyle tezime katkı sağlayan değerli katılımcılara şükranlarımı sunuyorum. Araştırma sürecinde bir an olsun desteklerini esirgemeyen değerli arkadaşlarım Dr. Melik Onur Güzel'e, Dr. Eşref AY'a ve Dr. Selim ALAN'a desteklerinden dolayı teşekkür ederim.

Dualarıyla her zaman yanımda olan anne ve babama, fikirleriyle bana katkı sağlayan ve motivasyonumu artıran değerli ağabilerime ve ablama minnet ve teşekkürlerimi sunarım.

**Bünyamin ÖZLÜ**

**KONYA**

## GİRİŞ

Modern anlamda on yedinci yüzyılda Grand Tour faaliyetleri sırasında ortaya çıkan ve Sanayi Devrimi sonrasında yaygınlaşan turizm faaliyetleri, özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısıyla birlikte ekonomik açıdan daha fazla ön plana çıkarak dünyanın önde gelen sektörlerinden birisi haline gelmiştir. Sanayi Devrimi'nin etkisiyle çalışma koşullarının iyileştirilmesi, ücretli tatil hakkı, sosyal güvenlik, seyahat özgürlüğü, boş zaman kavramının insan yaşamına girmesi, 20. yüzyıl başlarında teknolojinin gelişmeye başlaması ve ulaşım araçlarının hız ve konfor açısından iyileşmesi gibi unsurlar turizmin bir sektör haline gelmesinde etkili olan unsurlardır. Ayrıca bu gelişimde turizm sektörünün gelir getirici özelliğinin olması, istihdam sağlaması, ödemeler dengesine olan katkısı, bölgesel kalkınma ve gelişmeye olan etkisi gibi faktörler de turizmin bir sektör haline gelmesinde etkin rol oynayan faktörler arasında yer almaktadır (Jafari 2000; Jayawardena ve Ramajeessingh, 2003; Su ve Lin, 2014; Ursache, 2015; Noonan ve Rizzo, 2017).

Turizmin gelişimine önemli bir katkı sağlayan Sanayi Devrimi aynı zamanda turizmin kitlesel bir harekete dönüşme sürecinin de başlangıcı olmuştur. Bu dönemde özellikle İngiltere'de, sanayileşmenin plansız bir şekilde gelişmesi sonucu yüksek nüfuslu kentlerin ortaya çıkması, bu kentlerde altyapı eksikliklerinin yaşanması ve çevresel sorunların artması gibi etkenlere yoğun çalışma koşullarının da eklenmesi insan sağlığını ciddi şekilde tehdit eder hale gelmiştir (Swarbrooke ve Horner, 2007). Ortaya çıkan sağlık sorunlarıyla başa çıkmak adına insanlar arasında deniz suyunun iyileştirici özelliği üzerine yaygın bir inanış ortaya çıkmış ve bu durum insanların deniz kenarındaki destinasyonlara yönelmesine yol açmıştır (Akoğlan Kozak vd., 2013). Öte yandan zaman içerisinde tatil algısının gelişmesi ve deniz, güneş, kum turizmine olan ilginin artmasıyla birlikte bu turizm türü kitlesel bir turizm hareketine dönüşmüştür. Ancak, 1980'li yıllarda kitle turizminin doğal kaynakları aşırı tüketmesi ve çevresel sorunlara yol açması (Hooke ve Duque, 2022), turistlerin tatil tercihlerinde değişikliğe gitmesine neden olmuş, kitle turizminden bireysel turizme yönelmelere yol açmıştır. Ayrıca doğaya ve çevreye duyarlı, alternatif turizm türlerinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Akoğlan Kozak ve Kızılırmak, 2006).

Ortaya çıkan alternatif turizm türleri, doğaya daha duyarlı turist profilini kendisine çekmiştir. Turist talebindeki bu değişiklik, ülkeleri çeşitli değerlerini turistik ürünlere dönüştürerek insanlara sunmaya yöneltmiştir. Turizm sektörü, sadece ekonomik açıdan değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel açıdan da zenginliklere odaklanan bu yeni trendlere adapte olmuş ve çeşitli destinasyonları daha çekici hale getirerek gelir sağlanan alanlara dönüştürmüştür (Şahin vd., 2021: 10). Bu bağlamda, turizm sadece ekonomik büyümeyi değil, aynı zamanda kalkınmayı ve bölgesel gelişmeyi teşvik eden önemli bir faaliyet alanı olarak kabul görmeye başlanmıştır (Strauss ve Lord, 2001; Bahar ve Kozak, 2005; Kızılgöl ve Erbaykal, 2008). Dünya genelinde turist sayısındaki sürekli artış ve Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) 2030 yılı için öngördüğü 1,8 milyar turist beklentisi (Özcan, 2015: 204), ülkeleri alternatif turistik ürünlerini öne çıkarma ve rekabet avantajlarını artırma konusunda daha fazla çaba sarf etmeye yönlendiren bir diğer etken olmuştur.

Dünya genelinde turizmde yaşanan büyüme, sadece uluslararası turizm akışını değil, aynı zamanda iç turizm hareketlerini de etkilemiştir. Bu kapsamda iç turizm hareketlilikleri ve bu harekete katılan bireylerin harcamalarının göz önüne alınması, turizmin ekonomik açıdan ne kadar önemli bir sektör olduğunu daha net bir şekilde ortaya koymuştur (Bahar ve Kozak, 2018). Bu noktadan hareketle ülkeler, yalnızca yabancı turistleri değil, aynı zamanda kendi vatandaşlarını da iç turizme katılmaya teşvik ederek bu alandaki potansiyelden maksimum düzeyde fayda sağlamayı arzular hale gelmişlerdir. Bu durum, turizmi ülkelerin ekonomik dinamiklerini çeşitlendirmek ve sürdürülebilir kalkınma yolunda ilerlemek adına önemli bir strateji haline getirmiştir.

Alternatif turizm türlerinin yükselişi içerisinde kültürel miras turizmi öne çıkarak bu kategoride belirgin bir yer edinmiştir. Bu turizm türü, farklı kültürleri keşfetmeye meraklı turistleri cezbetmenin yanı sıra, içinde bulunduğumuz bilgi çağının etkisiyle kültürel farkındalığı artırmak isteyen turistlere de hitap etmektedir. Bu bağlamda, kültürel miras turizmi, klasik turizm modellerinin dışına çıkarak destinasyon alanlarında benzersiz deneyimler sunmaktadır. Bölgelere özgü otantik değerleri turistik ürün olarak sunan bu alternatif turizm türü, destinasyon merkezine gelen turistlere, yerel halkın gelenek-görenekleri, alışkanlıkları, yöreye özgü mutfak

kültürünü, el sanatlarını, mimari ve dini yapılar ile çeşitli inançlara yönelik özellikler vb. kültürel unsurları deneyimleme fırsatı sunmaktadır (Patuelli vd., 2012; Vietze, 2012; Şahin vd., 2021). Öte yandan bu eğilim, destinasyon bölgelerinin sürdürülebilir gelişmesine yönelik bir perspektif sunarken aynı zamanda kültürel miras değerlerinin korunmasına ve yaşatılmasına katkıda bulunmakta ve yerel halka ekonomik yönden çeşitli kazanımlar sunmaktadır (Herbert, 2001; Yang vd., 2010; Cerisola, 2019).

Bölgesel gelişme, bir ülkenin kalkınma politikasının temel bir unsuru olup bölgesel ve yerel düzeyde çeşitli paydaşların katılımını teşvik etmektedir. Bu politika, bölge kaynaklarını ortak bir kalkınma hedefi doğrultusunda birleştirerek rekabet gücünü artırmayı ve bölgeler arasındaki gelişmişlik farklarını azaltmayı amaçlayan yapısal bir yaklaşımı içermektedir ([www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr](http://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr), Erişim Tarihi, 06.06.2023). Öte yandan bölge kavramının geçmişi kesin olarak bilinmemekle birlikte, çiftçilerin eski zamanlardan beri benzer toprak, topografya ve iklim özelliklerine sahip olan yerleri aynı isimle adlandırarak bir mekânı diğerinden ayırt etmelerinde kullanıldığı bilinmektedir (Eraydın, 2004; Kılıçarslan, 2009). Bununla birlikte bu kavram, zamanla evrim geçirmiş, ticaret, din, sosyalleşme ve yönetim gibi etkinliklerin artmasıyla sadece coğrafi bir mekân parçası olmaktan çıkarak üzerinde kurulan ilişkilerle nitelendirilen bir kavram haline gelmiştir (Taştekin, 2018).

Öte yandan bölgelerarası gelişmişlik farklılıkları, günümüz dünyasında gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ortak sorunu arasında yer almaktadır. Bir ülkede, bölgelerin gelişmiş veya az gelişmiş olarak nitelendirilmesinde ana kriter genellikle ülkelerin ortalama gelir seviyesinden kaynaklanmaktadır. Gerek gelir seviyesi gerekse gelir artış hızı açısından ülke ortalamasının altında olan bölgeler az gelişmiş bölge olarak nitelendirilirken, ülke ortalamasına eşit veya aşan bölgeler gelişmiş veya gelişmekte olan bölge olarak kabul görmektedir. Bu bağlamda, sahip olduğu her bölgesinde eşit refah seviyesine ulaşma hedefiyle, gelir seviyelerini artırarak bölgelerarası dengesizlikleri gidermek, bir ülke için ulaşılmaması istenilen önemli hedeflerden birisidir.

Bu kapsamda turizm sektörü endüstriyel gelişmeye uygun olmayan bölgelerde gelir seviyelerini artırmak ve bölgelerarası dengesizlikleri azaltmak açısından önemli bir ekonomik faaliyet alanı olarak dikkat çekmektedir. Özellikle endüstriyel gelişmeye uygun olmayan ancak doğal ve kültürel kaynaklara sahip olan bölgeler, turizm sektörü aracılığıyla ekonomik gelir elde etme açısından çeşitlilik sağlayabilmektedir. Kültürel miras turizmi insanın var olduğu her alanda görülebilen bir etkinlik olarak bölgenin tarihini, folklorunu, gelenek-görenek ve kültürünü gelir getiren bir turistik ürün haline dönüştürebilmektedir. Bu özelliği ile turizm sektörü içinde hızla yükselen bu trend (Karapınar ve Barakazı, 2017; Nedelea vd, 2008), bölgesel gelişmeye önemli düzeyde katkı sağlamaktadır.

Güneydoğu Anadolu bölgesinde bulunan ve aynı zamanda Yukarı Mezopotamya olarak nitelendirilen sınırlar içerisinde yer alan Gaziantep sahip olduğu coğrafi konumu nedeniyle tarihsel süreç içerisinde birçok medeniyete ev sahipliği yapmış ve bu medeniyetlerin izlerini taşıyan çeşitli kültürel miras değerlerini koruyarak günümüze ulaştırmıştır. Bu özelliğiyle Gaziantep, kültürel miras turizmi kapsamında ön plana çıkan destinasyonlar arasında yer almaktadır. Bu kapsamda, "Zeugma Arkeolojik Alanı" 2012 yılında UNESCO geçici listesine girerek geçmişin izlerini günümüze taşıyan ve turistik ürün olarak önemli bir zenginliği temsil etmektedir. Ayrıca, aynı yıl içerisinde UNESCO geçici listesine dahil edilen "Yesemek Taş Ocağı ve Heykel Atölyesi" ile 2018 yılında UNESO geçici listesine eklenen "Gaziantep Yeraltı Suyu Yapıları: Livas ve Kasteller," kentin somut kültürel mirasını temsil eden önemli değerler arasında yer almaktadır.

Gaziantep, sadece somut kültürel miras (SKM) değerleriyle değil aynı zamanda zengin mutfak kültürü ve el sanatları gibi somut olmayan kültürel miras değerleriyle de dikkat çeken bir destinasyondur. UNESCO yaratıcı şehirler ağına 2015 yılında dahil olan Gaziantep gastronomisi bu alanda yaratıcı şehirler ağına dahil olan ülkenin kenti olma unvanını da elinde bulundurmaktadır. Ayrıca, bakırcılık, yemenicilik, kutnu kumaşı, sedef kakma gibi coğrafi işaretli el sanatları, kentin otantik değerlerini oluşturan önemli çekicilik unsurlarıdır. Öte yandan Gaziantep zengin kültürel miras değerleriyle 2023 Türkiye Turizm Stratejisi çerçevesinde ülkenin kültürel açıdan geliştirilmesi planlanan kentleri arasında yer almaktadır. Bu

durum, Gaziantep'in sadece sanayi kenti olarak değil, aynı zamanda turizm sektöründe de dikkat çeken bir destinasyon haline gelmesine olanak tanımaktadır. Bu bağlamda kültürel miras değerlerinin turizm faaliyetleri kapsamında tanıtılarak kullanılması, küreselleşen dünyada Gaziantep bölgesinin gelişmesine önemli düzeyde katkı sağlayacaktır.

Gerçekleştirilen bu araştırma kapsamında yapılan yazın taraması sonucunda; kültürel miras değerlerinin, *sürdürülebilirliğine* (Giudici vd., 2013; Karapınar ve Barakazı, 2017; Pekerşen vd., 2019; Weng vd., 2019; Zhang vd., 2020), *yönetimine* (Yıldız, 2011; Jurėnienė ve Radzevičius, 2014; Carbone, 2016; Varol, 2020) *pazarlanmasına* (Hausmann, 2007; Chhabra, 2010; Collison ve Spears, 2010; Hasan ve Jobaid, 2014) ve *çekiciliğine* yönelik (Seyhan, 2014; Van Loon vd., 2014; Graziano ve Privitera, 2020; Pelit ve Türkoğlu, 2020; Castillo-Manzano vd., 2021) alan yazında yapılmış çalışmaların oldukça yer tutmakta olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, Gaziantep örneklemini üzerinden kültürel miras turizmi kapsamında yapılmış *el sanatları* (Akın, 2017; Karademir ve Topcu, 2021), *gastronomi* (Suna ve Alvarez, 2019; Karataş vd., 2023), *müzeler* (Ateş ve Üzüm, 2021; Gülsoy ve Olcay, 2021), ve *arkeolojik değerlere* yönelik (Bulut ve Şimşek, 2014) çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Ancak, Gaziantep'in kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye katkısıyla ilgili alan yazında gerçekleştirilmiş kapsamlı bir bilimsel çalışmaya rastlanmamıştır. Ayrıca literatürde, kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye katkısıyla ilgili yapılmış çalışmalar da sınırlı düzeydedir.

Bu kapsamda gerçekleştirilen araştırmada Gaziantep kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye katkısında paydaş görüşlerine dayalı bir değerlendirme yapılması amaçlanmaktadır. Nitel araştırma desenlerinden fenomenoloji çalışması kapsamında tasarlanan bu araştırmanın Gaziantep üzerinden yürütülmesi, Gaziantep kültürel miras turizmi potansiyelinin belirlenmesi ve Gaziantep'in gelişmesinde mevcut etkisinin ortaya konulması ve alan yazına yönelik katkı sunması açısından önemlidir. Ayrıca kültürel miras turizmine ilgi duyan yerli ve yabancı turistlere, Gaziantep'in kültürel çeşitliliğini ve zenginliğini tanıtarak bölgeye yönelik talebe katkı sağlayacaktır.

Bu çalışma kapsamında Gaziantep bölgesinin kültürel miras turizm potansiyeli kapsamında bölgesel gelişmeye katkısı dört bölümde açıklanmaya çalışılmıştır. Birinci bölümde turizm olgusunun tarihsel gelişim süreci, turistik ürün kavramı ile kültürel miras değerlerinin turizm ile ilişkisinden hareketle kültürel miras turizmi kavramsal bir çerçeve altında ele alınmıştır. İkinci bölümde kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye etkisine yönelik ifadeler yer verilirken üçüncü bölümde Gaziantep ve çevresinin kültürel miras turizm potansiyeli ikincil verilerden yararlanılarak ortaya konulmaya çalışılmıştır. Dördüncü bölümde ise araştırmanın metodolojik bölümü ile ilgili bilgilere yer verilirken araştırma kapsamında elde edilen veriler bu bölümde derinlemesine analiz edilerek ve raporlaştırılarak sunulmuş olup sonuç ve öneriler ile çalışma sonlandırılmıştır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### TURİZM ve KÜLTÜREL MİRAS KAVRAMI

Bu bölümde Turizm kavramı ve turizmin özellikleri, turizmin tarihsel gelişimi, turistik ürün kavramı, kültür ve miras kavramları, mirasın sınıflandırılması, kültürel miras ve turizm ilişkisi, kültürel miras turizmi konuları ele alınmıştır. Ayrıca bu bölüm içerisinde kültürel miras turizminin önemi ve özellikleri, kültürel mirasın sürdürülebilirliği, yönetimi, pazarlanması, kültürel miras turizmi ve turizm paydaşları ele alınarak açıklanan diğer konulardır. Bölüm içerisinde ele alınan son konu ise kültürel miras turizmine ilişkin çalışmalar şeklindedir.

#### 1.1. Turizm Kavramı ve Turizmin Özellikleri

Gerek pazar büyüklüğü gerek sahip olduğu ekonomik potansiyeliyle dünyanın en büyük endüstrilerinden birisi olarak kabul edilen turizm (Crouch ve Ritchie, 1999; Akoğlan Kozak vd., 2013), kavramı, Latince “tornus” sözcüğünden türemiş olup bir nokta etrafında dönmek, hareket etmek anlamlarına gelmektedir. İngilizcede zevk için yapılan eğitsel ve kültürel özellik gösteren seyahatleri ifade etmek için kullanılan “touring” (Nelson, 2021) sözcüğü ile dairesel bir hareketi veya iş ve eğlence amaçlı yer değiştirme hareketlerini kapsayan “tour” deyimleri de bu sözcükten türemiştir (Duman vd., 2021). Bununla birlikte turizm kavramı ifade edilirken göz önünde bulundurulması gereken unsur, hareket ve geri dönüş olayıdır (Ünlüönen vd., 2018: 20). Farklı kültürler hakkında bilgi sahibi olmak, sunulan sağlık hizmetlerinden yararlanmak, dinlenmek veya eğlenmek gibi amaçlara hizmet eden (Emekli, 2006), İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra ekonomik özellikleriyle uluslararası arenada bir sektör haline dönüşen (Theobald, 2004: 5; Çoşkun, 2020: 362) ve birçok ülkenin kalkınma politikaları arasında yer alan (Bahar ve Bozkurt, 2010; Chou, 2013), turizm kavramının üzerinde fikir birliğine varılmış genel bir tanım bulunmamaktadır. Bu durum turizm endüstrisinin dinamik, gelişen ve sürekli değişen karmaşık bir özelliğinin olmasından kaynaklanmaktadır (Page, 2019: 48).

Öte yandan modern anlamda ilk kez 17. yüzyılda İngilizler tarafından gerçekleştirilen Grand Tour faaliyetleri kapsamında kullanılmış bir kavram olan turizm, Türkçeye Fransızcadan geçmiş olup "seyahat" kelimesine karşılık

gelmektedir (Bulut, 2000: 72). Seyehat kelimesi ise Latince "travail" kelimesinden türemiş olup insanların, bulunduğu yerden başka bir yöne doğru yer değiştirmelerini ifade etmek için ilk çağlardan bu yana kullanılan bir kavramdır (Sarı Çallı, 2015). İnsanlığın var olduğu ilk andan itibaren hayatın her anında var olan ve tarihsel süreç içerisinde çeşitli nedenlere bağlı olarak gerçekleştirilen seyahat olayında (Kurtaran Çelik vd., 2020; Tellioglu ve Tekin, 2016) dikkat edilmesi gereken husus, her seyahat faaliyetinin bir turizm aktivitesi olarak değerlendirilemeyeceği (Su vd., 2021), bu kapsamda insanların seyahate katılma amaçlarının da önem arz ettiği (Bulgan, 2017) şeklindedir. Bu varsayım çeşitli araştırmacılar tarafından yapılan turizm tanımlarında kendisini açıkça göstermektedir.

Alanyazında bilinen ilk turizm tanımı, Guyer-Feuler tarafından 1905 yılında yapılmıştır. Guyer-Feuler'in (1905) tanımına göre, turizm; insanların kendi yaşadıkları ortamdan uzaklaşarak doğa ve sanatın besleyici güzelliklerini keşfetme arzusu ve dinlenme isteğinden kaynaklanan özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ile ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmesinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerini tanımalarına ve kültürel alışverişlerine olanak veren "modern" çağa özgü bir olay olaydır (Kozak vd., 2022; 1-2).

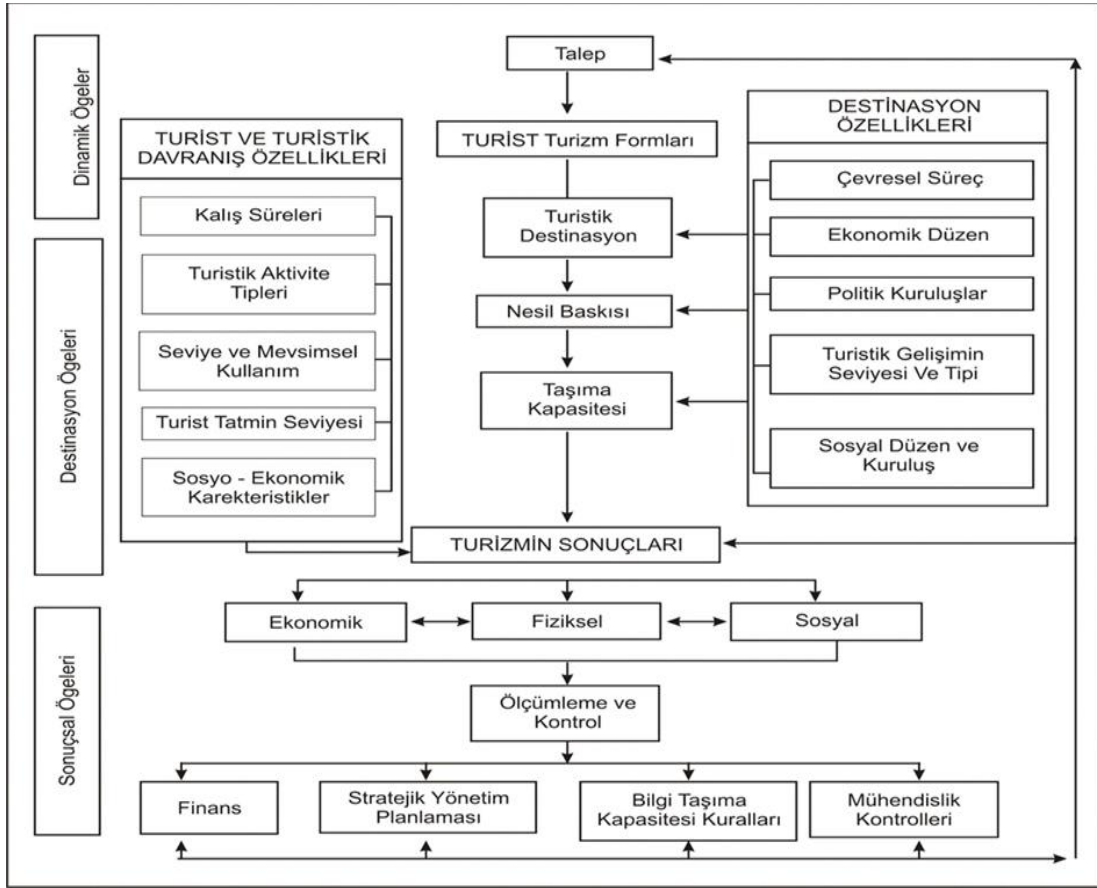
Bir diğer tanımda ise turizm: İnsanların sürekli olarak yaşadıkları yerden geçici olarak başka bir yere seyahat ederek, tatil, dinlenme, eğlence, kültür vb. gereksinimlerini karşılamak amacıyla konaklama, yeme-içme, ulaşım, eğlence gibi hizmetlerden yararlandıkları bir olgudur (Bahar ve Kozak, 2018: 27) şeklindedir. Başka bir tanımda turizm: Sürekli yaşanılan yer dışına, ticari kazanç dışı amaçlarla gerçekleştirilen ve yirmi dört saati aşan veya en az bir gece konaklamayı içeren geçici seyahat ve konaklamaların yol açtığı ekonomik ve sosyal nitelikli tüketim olayları ve ilişkilerin bütünüdür (Usta, 2020: 7) şeklindedir. Albayrak ise turizmi, sürekli ikamet edilen yerden başka bir yere çeşitli nedenler kapsamında gerçekleştirilen, 24 saatten uzun, bir yıldan az süreli olan ve kişilerin para kazanma amacı taşımaksızın çeşitli motivasyonlarla gerçekleştirdikleri seyahatler (Albayrak, 2013: 31) şeklinde ifade etmiştir. 1942 yılında Berne Üniversitesinden Hunziker ve Krapf'ın, insanların ikamet ettikleri yerler dışına daimî konaklama amacı taşımaksızın gerçekleştirdikleri seyahatler ve bu seyahatler sırasında konaklama

işletmelerinin sunmuş olduğu hizmetlerden yararlanmaları (Holloway vd., 2009:7) şeklindeki ifadeleri, Albayrak'ın turizm tanımıyla benzerlik göstermektedir. Bununla birlikte turizm, tatil, eğlence, sağlık, din, spor gibi çeşitli nedenlerle ve sürekli yerleşmeye dönüşmemek kaydıyla seyahat eden insanların, burada geçirdikleri zaman süresince ihtiyaç duydukları mal ve hizmetleri satın almalarıyla ilgili olayların ve ilişkilerin tümüdür (Kurtaran Çelik vd., 2020: 2).

19. yüzyılda İngilizlerin Avrupa'ya gerçekleştirdikleri seyahatleri tanımlamak üzere kullanılan bir kavram olan turizm, Alman filozof Arthur Bormann ve Hubert Golden tarafından, turizmin temel unsuru olan ulaştırma faktörüne odaklanılarak 1930 yılında bireylerin buldukları yerden geçici olarak ayrılmaları ve başka bir yere ulaşmaları süreci olarak tanımlanmıştır (Pehlivan, 2010). Bununla birlikte, eski dönemlerden beri gelir düzeyi yüksek ve serbest zamanları fazla olan bireylerin yaptıkları geziler ve bu geziler sırasında ulaşım olanaklarından yararlanmaları, turizmin gün geçtikçe gelişmesine ve yaygınlaşmasına katkı sağlayan unsurlar arasında yer almıştır (Duman vd., 2021).

Turizm tanımlarının bir çoğunda ortaya konulan genel vurgu, ikamet edilen yer dışındaki turistik destinasyonlara gerçekleştirilen seyahat faaliyetleri, bu seyahatler sırasında turizm işletmelerinin sunmuş olduğu hizmetlerden yararlanılması, seyahati gerçekleştiren kişilerin para kazanma amacı taşımaması ve devamlı kalış şekline dönüşmeyen çok yönlü bir olgu olduğu şeklindedir. Bununla birlikte Şekil 1.1.'de Wall ve Mathieson (2006) tarafından oluşturulan turizmin kavramsal bir çerçevesine yer verilmiştir. Bu çerçevede turizmin, 3 temel unsurdan oluştuğu görülmektedir:

- Bir destinasyona seyahat etme kararını etkileyen ekonomik, sosyal, kültürel ve kurumsal faktörün etkili olduğu dinamik bir unsur,
- Tercih edilen destinasyonda konaklamayı içeren statik unsur,
- Bu iki unsura bağlı olarak dolaylı veya doğrudan ortaya çıkan ekonomik, sosyal, kültürel ve fiziksel etki olarak sonuç unsuru.



Şekil 1.1. Turizmin Kavramsal Çerçevesi

**Kaynak:** Wall, G. ve Mathieson, A. (2006), *Tourism: Change, Impacts and Opportunities* England: Pearson Prentice Hall, P. 20

İlgili şekilde görüldüğü üzere turizm; bir talep doğrultusunda oluşan, destinasyon merkezlerinin özelliklerine göre şekillenen, turistlerin kalış süresi, katıldıkları aktiviteler ve tatmin düzeyleri gibi faktörlerin sonuçlarına bağlı olarak destinasyon merkezlerinde ekonomik, fiziksel ve sosyal etkileşimlerin meydana gelebileceği bir faaliyetler bütünüdür. Ayrıca ilgili kişiler tarafından bu sonuçların ölçülmesi ve kontrol edilmesi, değerlendirilmesi sonucu gerekli stratejik yönetim planlarının oluşturulması, mühendislik kontrollerinin yapılması ve finansal açıdan desteklenmesi turizm şekillenmesiyle doğrudan ilişkili olan unsurlar arasındadır.

Turizmin tanımı, çeşitli disiplinler ve yaklaşımlar tarafından farklı şekillerde yapılmış olsa da temel özellikleri üzerinde bir fikir birliğinin olduğu görülmektedir. Bu kapsamda turizm tanımları ve kavramsal çerçevesi incelendiğinde, turizmin temel

özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Yeşiltaş, 2016: 4-6; Stewart vd., 2016; Usta, 2020: 7-8):

- Turizm dinamik ve statik olmak üzere iki unsurdan oluşmaktadır. Statik unsur, turizm hizmetleri kapsamında yapılan tesislerden yararlanmayı ifade ederken dinamik unsur seyahat olayını ve buna hizmet veren ulaşım araçlarından yararlanılmasını kapsamaktadır. Bu kapsamda turizm faaliyetinin gerçekleşebilmesi, kişilerin kendi konaklama yerlerinin dışına çıkarak turistik destinasyon alanına gitmesi ve burada belirli bir süre kaldıktan sonra tekrar sürekli kaldığı konuta dönüş amacı taşımasına bağlıdır.
- Turizm olayının merak, kültür, eğlence, dinlenme, spor, sağlık, inanç gibi kişisel bir ihtiyaca yönelik olması ve tüketim özelliği taşıması gerekmektedir.
- Turizm ekonomik yönü olan bir faaliyet alanıdır, turizm olayının üretim ve tüketim ilişkileri şeklinde oluşması, seyahat edilen destinasyon merkezinde yapılan harcamalar, döviz hareketliliği gibi unsurlar turizmin ekonomik yönünü ortaya koymaktadır.
- Turizm endüstri çok yönlü bir olaydır. Turizm faaliyetleri kapsamında emek, sermaye, girişimci, doğa, kültür gibi faktörlerin bir araya getirilerek turistik ürüne dönüştürülmesi, üretim yapılarak tüketicilere sunulması turizmin endüstriyel yönünü ortaya koymaktadır. Öte yandan ulaşım, konaklama, eğlence, güvenlik ve diğer tesislerin turizm faaliyetleri kapsamında iş birliği içerisinde ve uyumlu bir şekilde çalışma zorunluluğunun olması, turizmin bütünleşik endüstri özelliğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte turizmin endüstri olması kapsamında bir diğer özelliği hizmet endüstrisi yönüyle ortaya çıkmaktadır. Bir ulaşım aracında koltuğun satılması, konaklama tesisindeki odanın veya tarihi alanlar, antik kentler, deniz, plaj ya da doğal yerlerdeki hizmetlerin satışı, turizmin hizmet endüstrisi olarak nitelendirilmesini sağlamaktadır. Ayrıca turistlerin gerçekleştirdikleri turistik faaliyetler sırasında yararlanacağı alt ve üstyapı gibi donanımların oluşturulması, tamamlayıcı nitelikteki turistik yatırımların sağlanması, turizm faaliyetlerinin ağır endüstri niteliğine sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

- Turizm sosyal bir olaydır. Bu kapsamda turizme sosyal bir olay niteliği kazandıran özellikleri odak noktasının insan olması, toplum içerisinde gerçekleşen bir faaliyet olmasından dolayı toplumsal etkileşimde etkin rol oynaması ve rakamlarla ifade edilebilen, ölçülebilen bir olay olmasıdır.

Dinamik ve statik unsurların iç içe geçtiği bir süreç olarak turizm, bireylerin meraklarından, kültür ihtiyaçlarından, eğlence arzularından, dinlenme taleplerinden, spor tutkularından, sağlık hedeflerinden ve inançsal beklentilerinden doğan kişisel ihtiyaçları karşılama amacı taşımaktadır. Bu bağlamda, turizm sadece bir seyahat eylemi olmayıp aynı zamanda bir tüketim özelliği taşıyan deneyim sunma çabasıdır. Öte yandan ekonomik boyutuyla turizm, bir endüstri olarak faaliyet gösterirken aynı zamanda bir bölge için ekonomik kalkınma sağlama potansiyeline sahiptir. Ancak turizm, sadece ekonomik bir olgu olmanın ötesinde sosyal bir etkileşim ve kültürel bir paylaşım alanı olarak da değerlendirilmelidir. İnsanların birbirleriyle etkileşim içerisinde olduğu, farklı kültürleri keşfettiği ve sosyal bağlar kurduğu bir süreç olarak toplumları zenginleştiren sosyal bir olaydır. Bu temel özellikleriyle turizm, dinamik bir sektör olmasının yanı sıra, kültürler arası etkileşimi destekleyen ve bölgesel gelişmeyi teşvik eden önemli bir araçtır.

## 1.2. Turizmin Tarihsel Gelişim Süreci

Tarihsel süreç içerisinde insanların farklı kültürleri keşfederek deneyim kazanmak, inançları kapsamında kutsal kabul edilen yerleri ziyaret etmek, sağlık sorunlarıyla ilgili kaplıcalara gitmek, eğlenmek, dinlenmek veya merak gibi amaçlar kapsamında gerçekleştirdikleri seyahatleri içeren turizm endüstrinin tarihsel gelişim süreci, literatürde genelde Sanayi Devrimi öncesi ve Sanayi Devrimi sonrası şeklinde ele alınmaktadır (Usta, 2020; Kozak vd., 2022).

Turizm sektörünün dinamik boyutunu oluşturan seyahat faaliyetleri insanlığın var olduğu tarih öncesi dönemlere kadar uanmaktadır. Bu dönemde insanlar genellikle gıda temin etmek, zorlu coğrafi şartlar altında daha güvenli ve yaşanabilir yerler bulmak ve bilinmeyenleri görüp öğrenmek gibi amaçlar kapsamında ve o zamanki imkanlar dahilinde kısa mesafeli seyahatler gerçekleştirmişlerdir (Bhatia, 2002: 3-4). Bu süreci takiben gerek Sümerler tarafından M.Ö. 4000’li yılların sonuna

doğru ekonomik ve yönetsel gereksinimlerinin bir sonucu olarak kil üstüne konulan işaretlerle önce yazının bulunması, daha sonra tekerleğin ve paranın icadı (Gvenol vd., 2021), keşif tarihi tam olarak belgelenemesede M.. 3.000’li yıllarda Mısır’da ortaya çıktığı tahmin edilen yelkenli gemilerin deniz yolu taşımacılığında kullanılır hale gelmesi, insanlara uzun mesafeli yolculuklarda büyük kolaylıklar sağlamış ve seyahat faaliyetini farklı bir boyuta taşımıştır (Yeoman, 2008: 11-12; Chadwick, 2005).

Yerleşik hayata geçen insanların yaşamında tarım ve ticaretin yaygınlaşmaya başlaması insanları, ellerindeki ürünü elden çıkartmak veya takas yöntemiyle ihtiyaç duydukları mal ve ürünleri temin edebilmek adına buldukları yerden başka yerlere geçici seyahatlere yönelmiştir (Aytan, 2021). Öte yandan insanların yerleşik hayata geçtiği tarih öncesi dönemlerde insanlar sadece besin tedariki veya ellerindeki ürünü takas yöntemiyle elden çıkarma anlayışı içerisinde olmamış, nüfus artışının da etkisiyle daha güvenilir yaşam yerleri, yeni üretim araç ve yöntemleri ile manevi duygular vb. gibi nedenler kapsamında da farklı alan ve kültürlere yönelik seyahatler gerçekleştirmişlerdir (Sarı allı, 2015: 4).

Romalılar tarafından tedavi kapsamında kaplıca ve imelerin keşfedilmesi ve buralara gerçekleştirilen seyahatler ile yine Romalılar tarafından; Yunanistan ve Anadolu’daki tapınaklarda bulunan heykel ve sanat eserlerine, Mısır’da yapılmış olan piramit ve tapınakları görmeye yönelik gerçekleştirilen kültürel amaçlı seyahatler, turizm faaliyetleri kapsamında kültür turizmine yönelik gerçekleştirilen ilk seyahatler olmuştur (Demir, 2017: 32). Ayrıca Romalılar tarafından yolların geliştirilmesi ve yollar boyunca insanların konaklama gereksinimlerini karşılayacak han ve tavernaların hizmete sunulması ile Babil Kralı Shulgi’nin seyyahlar için yolları güvence altında tutması (Avcıkurt ve Yıldız, 2016), insanları daha fazla seyahat faaliyetine katılmaya teşvik ederken bu durum seyahatlerin yaygınlaşmasında etkin rol oynamıştır.

Orta ağ döneminde hâkim olan Katolik kilisesinin baskın tutumu, insanları çalışma ve ibadete teşvik ederken eğlenceden uzak durmaya zorlamıştır (Usta, 2020). Bu dönemde insanlar genellikle dini amaçlara yönelik seyahat faaliyetlerine katılmışlardır (Brodskey-Porges, 1981). Bu seyahatler sırasında, insanların

yararlandıkları konaklama tesisleri batıda han, doğuda kervansaray olarak isimlendirilmiş olan ve sınırlı düzeyde konaklama olanağı sunan tesisler şeklinde ortaya çıkmıştır (Erdem, 2002). Bu tesisleri birbirlerinden farklı kılan yönleri ise hanların şahıs işletmeleri olması ve belirli bir ücret karşılığında hizmet sunması, kervansarayların ise vakıflar tarafından kurulup işletilmesi ve yerli veya yabancı herkese üç güne kadar ücretsiz hizmet sunmasıdır (Demir, 2017).

Hanların belirli bir ücret karşılığında hizmet sunuyor olması, kervansaraylara göre daha donanımlı ve konforlu tesisler olmasında etkin rol oynamıştır. Kuruluş yeri olarak da bazı farklılıkların söz konusu olduğu bu tesislerde kervansaraylar genelde ticaret yolları üzerinde kurulurken hanlar ticaret yolları üzerinin yanısıra şehir merkezlerinde de hizmet sunmaktadır. Hanların sahip olduğu bu ticari işletme özelliği günümüzde modern anlamda hizmet sunan otel işletmelerinin de temelini oluşturduğu genel kabul gören bir durumdur (Brodskey-Porges, 1981).

Orta Çağ boyunca genellikle dini motivasyonla gerçekleştirilen seyahatlerin, zamanla kitlelere yayılması, bölgedeki altyapının yeniden inşa edilmesine de beraberinde getirmiştir. Öte yandan bu süreç, Orta Çağ'dan Yeni Çağ'a geçişi simgelemektedir. Yeni Çağ'da, yol ağlarının yeniden inşası bununla birlikte hizmet sağlayan kurumların faaliyete geçmesi, yeni ticaret yollarının keşfi, farklı mezheplerin ortaya çıkması ve Amerika kıtasının keşfi gibi faktörler, Avrupa kıtasındaki refah düzeyinin artmasına katkıda bulunmaktadır. Yaşanan bu gelişmeler, seyahat motivasyonlarında çeşitlenmeye ve dini amaçla seyahatin ötesine geçen alternatif seyahat motivasyonların ortaya çıkmasında etkin rol oynamıştır (Ünlüönen ve Özekici, 2021).

15 yüzyılın başlarından itibaren, Rönesans dönemiyle birlikte kilisenin baskın hâkimiyetinin azalması, insanların yeniden sanat ve eğlenceye ilgi duymasını sağlamış ve bu tür etkinliklerin gerçekleştiği yerlere ilgi göstermelerine yol açmıştır. Özellikle 16. ve 17. yüzyıllarda, Rönesans'ın etkisiyle eğitim, kültür ve merak amacıyla yapılan seyahatlerin artması, İtalya'nın ekonomi, kültür ve sanat açısından merkezi haline gelmesine katkıda bulunmuştur (Brodskey-Porges, 1981). Bu bağlamda, I. Elizabeth döneminde İngiliz aristokratların, kültürel amaçlı bilgi edinme ve gezip görmek amacıyla gerçekleştirdikleri İtalya seyahatleri, turizmin canlanması

açısından önemli bir role sahiptir (Nelson, 2021). Ayrıca, 1700'lü yıllarda İngiliz soylu çocukların eğitim faaliyetleri kapsamında Avrupa'ya gerçekleştirdikleri "Grand Tour" olarak nitelendirilen seyahatler sırasında (Seyfi vd., 2019) merak duygusuyla kültürel özellikleriyle ön plana çıkan yerleri de gezip-görmeleri, farklı kültürler hakkında bilgi sahibi olmaları ve eğlence olanaklarından yararlanmaları (Goeldner ve Ritchie, 2012) günümüzde özellikle kültür turizmi çerçevesinde gerçekleştirilen faaliyetlerin temel özelliklerini taşımaktadır. 18. yüzyıl sonlarında İngiltere'de başlayan endüstri alanındaki devrim, turizm olgusunun modern anlamda bir sektör haline dönüşmeye başlamasında oldukça etkin rol oynamıştır (Şengel, 2021). Özellikle ekonomik, toplumsal ve teknolojik alanda yaşanan gelişmeler, turizmin de kavramsal olarak algılanmasına ve şekillenmesine zemin oluşturmuştur (Güvenol vd., 2021).

İş olanaklarının daha fazla olduğu kentlerde, bireylere tanınan çeşitli hak ve özgürlükler, sosyal sınıfın gelişmesini etkilerken, 19. yüzyıl boyunca ulaşım sektöründe yaşanan gelişmeler, turizm sektörünün dinamik unsuru olan seyahat faaliyetlerinin artış göstermesini doğrudan etkilemiştir. Bu kapsamda, buharlı gemilerin yanı sıra 1830'lu yıllarda buharlı trenlerin de ulaşım faaliyetleri kapsamında hizmet sunar hale gelmesi, seyahat aktivitelerini oldukça kolaylaştırmıştır. Bu durum, modern anlamda turizm faaliyetlerinin başlangıcı olarak kabul edilen 1841 yılında, Thomas Cook tarafından Leicester-Loughborough arasında demiryolu kullanılarak gerçekleştirilen ilk toplu seyahatin (Major, 2012) daha sonraki süreçte planlı bir şekilde yapılır hale gelmesini oldukça kolaylaştırmıştır. Öte yandan, 1845 yılında yine Thomas Cook tarafından kurulan ilk seyahat acentası ve bu dönem içinde turizm faaliyetleri kapsamında ilk deniz aşırı seyahatlerin gerçekleştirilmiş olması, turizmin gelişiminde ve uluslararası düzeyde tercih edilir olmasında önemli bir rol oynamıştır (Solmaz, 2019).

20. yüzyılın başından itibaren kitlesel bir olgu haline dönüşmeye başlayan turizm faaliyetleri, I. ve II. Dünya Savaşları'nın neden olduğu yıkım tarafından büyük bir sekteye uğramıştır (Al-Ansi vd., 2021). Ancak, II. Dünya Savaşı'nın sona ermesiyle birlikte turizm tekrar büyük bir gelişme evresine girmiştir (Vietze, 2012; Türker ve Çelik, 2012). Ulaşım faaliyetlerinde deniz ve demiryolu hizmetlerinin yanı

sıra özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesiyle hava yolu taşımacılığı da ulaşım sektöründe önemli bir yer edinir hale gelmiştir (Nelson, 2021). Ayrıca, iletişim alanındaki ilerlemeler, savaş sonrası yıkılan kentlerin planlı bir şekilde yeniden inşası, bu inşaatların yanı sıra, yeni oteller, dinlenme tesisleri, sergi ve fuar alanlarının kurulması, turizmin gelişimine ve postmodern dönemde bir endüstri haline gelmesine önemli düzeyde katkı sağlamıştır (Claveria vd., 2015).

Türkiye'de ise 1960'lara kadar durgun bir dönem geçiren turizm, bu yıllardan sonra turizm sektöründe yaşanan gelişmelerle kısa sürede bir ivme kazanmıştır. Özellikle 1960'lı yıllarla birlikte ilgili kurum ve kuruluşlar tarafından turizm faaliyetleri daha bilinçli ve planlı bir şekilde ele alınmaya başlanmıştır (Ünlüöner ve Özekici, 2021). Bu dönem içerisinde turizmin hizmet sektörüne dâhil edilerek kalkınma planları içerisinde yer alması, bu alanda yaşanan önemli bir gelişme olarak öne çıkmıştır. Ayrıca, ülke çapında turizm faaliyetlerinin gelişimiyle eğitim alanında da ilerlemeler kaydedilmiş ve turizm örgün eğitim kurumlarında yer almaya başlamıştır (Yıldız, 2011). 1963 yılında Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nın kurulması da bu alanda atılan önemli adımlardan birisidir. Bu gelişmelere rağmen, 1980'lere kadar inişli çıkışlı bir dönem geçiren ülke turizmi, istenilen düzeye bir türlü gelememiştir. Bu durumun oluşmasındaki nedenlerden biri, ülkede farklı zamanlarda yaşanan siyasi konjonktürdür (Bulut, 2000). Öte yandan, askeri ihtilaller sonucu oluşan güvensizlik ortamı ve turizmin bu durumdan yapısı gereği olumsuz şekilde etkilenmesi ve tanıtım eksikliği, öne çıkan diğer nedenler arasında yer almaktadır.

1982 yılında çıkarılan "2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu", "1618 sayılı Seyahat Acentaları Birliği" ve "Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği" gibi yasal düzenlemeler, ülke turizminde hızlı bir gelişim süreci başlatmıştır. Bu süreçte 1983 yılında özelleştirme faaliyetlerine hız verilmesi, turistik alanlarda altyapı yatırımlarının öne çıkması, Avrupa'nın kitle turizmi kapsamında yeni destinasyon arayışına girmesi, Turizmi Geliştirme Vakfı, Türkiye Otelciler Birliği, Turizm Yatırımcıları Derneği gibi birlik ve derneklerin etkisi, ülke turizminin uluslararası arenada tercih edilirliliğini artırmış ve özellikle kitle turizminde talep edilen bir destinasyon haline getirmiştir (Yıldız, 2011).

Öte yandan, insan odaklı ve sürekli gelişen turizm sektöründe, özellikle 1980'lerden sonra turist profiliyle birlikte meydana gelen değişimler (Acuner, 2006), alternatif turizm türlerinin ön plana çıkmasına yol açmıştır (Butler, 2015). Bu değişimler, insanların alternatif turizm türlerine olan taleplerini artırmıştır (Karapınar ve Barakazı, 2017). Ayrıca, ortaya çıkan alternatif turizm türlerinin gelişmesinde etkili olan bir diğer faktör, ülkelerin çeşitli turistik ürünlerini insanların hizmetine sunarak turizmden daha fazla pay alma politikalarıdır (Mihajlović ve Koncul, 2016). Bu durum, alternatif turizm türlerinin gelişmesini kaçınılmaz kılmış ve turizm çeşitlendirilmesi sonucunda turistlerin değişen beklenti ve isteklerine uygun ürünlerin üretilmesini ve turist memnuniyetinin sağlanmasını zorunlu hale getirmiştir (Albayrak, 2013).

Gelişen teknoloji, değişen ekonomik koşullar ve kültürel evrimle birlikte, turizm sektörü de sürekli bir dönüşüm içinde bulunmaktadır. Türkiye'nin turizm tarihindeki evrim, özellikle 80'li yıllardan itibaren turist profili ve turist beklentilerinde meydana gelen değişimlerle birlikte belirginleşmiştir. Bu dönemde, alternatif turizm türleri giderek daha fazla önem kazanmış ve turistler arasında bu turizm türlerine olan talep artmıştır. Alan yazında, bu eğilimin arkasında, turistik ürünlerin sunulma şekillerindeki değişiklikler ve ülkeler arasında turizm payının artırılması amacıyla geliştirilen politikaların etkili olduğunu vurgulamaktadır (Akgöz vd., 2016; Yıldırım ve Keleş, 2022). Ayrıca bu gelişme turizmin çeşitlenmesini ve alternatif turizm türlerinin gelişmesini kaçınılmaz kılmıştır. Öte yandan, bu değişim turizm sektörü için bir zorunluluk yaratmış; turistlerin değişen beklenti ve isteklerine uygun hizmetler sunma ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Bu noktada, turizm sektörünün, çeşitlenme ve yeniliklere hızla adapte olma kapasitesi, sektörün gelecekteki başarı ve sürdürülebilirliği açısından belirleyici bir faktör olarak ön planda yer almıştır.

### **1.3. Turistik Ürün Kavramı**

Ürün, talep edenlerin istek veya ihtiyacını karşılamak için ilgili işletmeler tarafından üretilen ve insanların kullanımına sunulan mal ve hizmetlerin tamamı (Özmen, 2019) olarak ifade edilmektedir. Bu durum tüketiciler açısından değerlendirildiğinde, işletmelerin ürettiği mal ve hizmetler arasından kendilerine fayda sağlayacak veya ihtiyaçlarını giderecek olanların belirli bir ücret karşılığında

satın alınan şeylerin tümü (Zhang, 2011) şeklinde tanımlanmaktadır. Öte yandan ürün kavramının turizm sektörü içerisinde karşılığı olan turistik ürün kavramı ise bir turistin seyahatinin başlangıç anından bitimine kadar geçen süre içerisinde ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla sunulan ve turizm arzını oluşturan unsurlar tarafından servis yapılan nesnel ve öznel değerlerin tümü (Albayrak, 2013: 9) şeklinde tanımlanmaktadır. Bir diğer ifadeyle, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarına cevap verebilecek nitelikte bir araya getirilen ürün ve hizmetlerin bütünüdür (Kızılırmak vd., 2015). Bu kapsamda turistik ürün, doğal, sosyal ve kültürel özelliklerin, tüketim isteği uyandıran hizmet ve faaliyetlerle birleştirilmesi sonucunda oluşan karma bir bütündür (Usta, 2020). Turistlerin seyahat tercihlerine göre farklılık gösterebilecek olan turistik ürünler genel hatlarıyla konaklama, yeme-içme, ulaşım, gezi turları, kültürel etkinlikler ve müzeler ile gastronomi veya kutsal kabul edilen mekanlara gerçekleştirilen ziyaretler gibi bir dizi seyahat deneyimlerini içermektedir (Akgöz vd., 2016).

Turistik ürün geliştirme, turizm sektöründe turistik ürün çeşitliliği sağlayarak sektörün rekabet edebilme gücünü artıran ve turist memnuniyetini sağlayan önemli bir süreçtir (Benur ve Bramwell, 2015). Ancak birçok ülkede, turistik ürün geliştirme süreci yeterince uygulanmamakta ya da turistik ürünler talep odaklı şekillenmektedir (Koutoulas, 2015; Xu, 2010). Bu durum, somut ve somut olmayan kültürel miras unsurlarının korunması ve değerlendirilmesi açısından ciddi sorunlara neden olabilmektedir. Günümüzde turistik ürün olarak kullanılan somut ve somut olmayan kültürel miras unsurları, yanlış pazarlama stratejileri nedeniyle yozlaşma, orijinalliğini kaybetme, gerçek değerinin fark edilememesi gibi pek çok sorunla karşı karşıya kalmaktadır (Türker ve Çelik, 2012).

Özellikle turistleri destinasyon merkezlerine çekerek bu merkezler için ekonomik değer yaratan ve aynı zamanda sürdürülebilir kalkınmaya destek olurken turistlere de kültürel bir deneyim sunan somut olmayan kültürel miras değerleri, kaybolma riski taşıyan ve koruma altına alınması gereken değerler arasında öne çıkmaktadır (Zhang vd., 2020). Bu sorunların çözümü için planlı ve sistematik bir yaklaşımın varlığı kaçınılmazdır (Du Cros, 2001). Bu kapsamda planlı ve sistematik bir yaklaşım, turistik ürün geliştirme sürecinin tüm aşamalarında etkin bir pazarlama

araştırması yapılmasını, tüketici ihtiyaç ve beklentilerine uygun alternatiflerin belirlenmesini ve bu alternatiflerin uygulanabilirliğinin test edilmesini, turist memnuniyetinin ölçülmesi ve ürünün iyileştirilmesi için gerekli düzenlemelerin yapılmasını içermektedir (Türker ve Çelik, 2012). Bu kapsamda diğer ürünlerden çeşitli yönleriyle ayrılan turistik ürünlerin en önemli özelliği, bütünlük bir şekilde sunulması ve bu ürünlerin birbirini tamamlayan ve birinden ayrılmayan ürünler olmasıdır. Bununla birlikte turizm ürünlerinin öne çıkan özelliklerinden bazıları şu şekilde ifade edilebilir (Albayrak, 2013: 13-14; Kızılırmak vd., 2015; Bahar ve Kozak, 2018: 39-40; İpar, 2019: 164-166):

- Turizm ürünlerinin üretimi ve tüketimi aynı yerde ve aynı anda gerçekleşmektedir. Bu kapsamda turistik üründen yararlanmak isteyen kişilerin turistik ürününün üretildiği ve sunumunun gerçekleştirildiği destinasyon merkezine gitmesi gerekmektedir.
- Turistik ürünler genel olarak soyut karakteristik özellik taşıyan ürünlerdir. Bir turistik destinasyonun kullanımı sırasında, ortamın atmosferi, iç ve dış mekân özellikleri, destinasyonda bulunan diğer turistlerin profili, turistik ürünü sunan personelin bilgi, beceri ve deneyim düzeyi, tüketiciler tarafından turistik ürünün değerlendirilmesini etkilemektedir.
- Ulaştırma, konaklama, yeme-içme ve eğlence gibi birçok unsurun birleşimden meydana gelen turizm ürününün otomasyona elverişli olmamasından dolayı hizmetlerin sunumu insanlar tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu durum ise turizm ürünlerinin tek düzeyde ve klasik şekilde sunumunu imkânsızlaştırmakta ve turizm ürünlerin standartlaştırılmasını ortadan kaldırmaktadır. Bir diğer ifadeyle turizm ürünü homojen olmayıp heterojen bir yapı ve özelliğe sahiptir.
- Turistik ürünün üretiminde ve tüketicilere sunumu sırasında, turizm eğitimi almış ve alanında uzman olan nitelikli personellerin görev alması turist memnuniyeti açısından önemli bir unsur arz etmektedir.
- Marka bağımlılığın az olduğu turistik ürünlerde imaj kavramı daha fazla ön plana çıkmaktadır.

- Bununla birlikte turistik ürünlerde ikame olanakları oldukça yüksektir. Bu durum turistik ürünlerin lüks tüketim grubuna girmesi ve kişilerin temel ihtiyaçları arasında yer alan ürünlerden olmamasından kaynaklanmaktadır. Bu kapsamda bireyler ani gelişen bir temel ihtiyaç nedeniyle turistik ürünlerin satın alınmasını erteleyebilir veya benzer bir turistik ürünü satın alarak deneyimleyebilir.
- Turistik ürünlerde arz olanakları sınırlıdır. Bu kapsamda doğal ya da tarihi çekiciliğe sahip olan bir turistik destinasyonun veya belirli bir sayıda odası bulunan bir konaklama işletmesinin kapasitesini kısa süre içerisinde arttırması mümkün değildir.
- Turistik ürünlere yönelik talep oldukça esnek yapıda olup kısa zaman içerisinde değişim gösterebilmektedir. Çekicilik, fayda ve kolay ulaşılabilirlik gibi unsurların etkili olduğu turistik ürüne olan talep de çoğu zaman bireylerin yeterli düzeyde boş zamana sahip olma durumları, gelir durumları, eğitim düzeyleri ve kültürel seviyeleri de turistik ürünün talep edilmesinde oldukça etkin rol oynamaktadır.
- Turistik ürünün bir diğer özelliği stoklanamamasıdır, bu durum ise turistik destinasyonda bulunan bir turistik ürünün zamanında satılması zorunluluğunu ortaya çıkartmaktadır. Çünkü zamanında satılamayan turistik ürünler, işletmeler açısından zarar kalemi olarak nitelendirilmektedir.

Kültür turizmi, tarihsel ve güncel, maddi ve manevi kültürel mekanları ziyaret etmek veya kültürel olaylara katılmak için yer değiştiren yeni bilgi ve deneyim kazanmak, kültürel farklılıkları öğrenmek ve anlamak, kültür seviyesini artırmak, yerel kültür ve değerlere saygılı, entelektüel ve nitelikli bir etkinlik biçimidir (Beeho ve Prentice, 1997; Ryan, 2002; Genç, 2020). Bu kapsamda kültür turizmi, turistlere farklı kültürel geleneklerin ve etnik kökenlerin zenginliğini sunarak deneyimsel bir tatmin sağlamaktadır (Du Cros ve McKercher, 2020). Bununla birlikte yerel kültürün korunmasına ve tanıtılmasına katkıda bulunan kültürel değerler, turistlerin tüketebileceği ürünlere dönüşmediği sürece kültürel turizm ürünü olarak değerlendirilemeyecektir. Öte yandan hem somut hem de somut olmayan kültürel

miras unsurlarından oluşan kültürel turizm ürünleri, farklı kriterlere göre sınıflandırılabilir (Zhang, 2011).

<i>Kategori</i>	<i>Kültürel Unsur</i>
Tarihi kültürel turizm ürünü	Kültürel Miras Kalıntıları
Sanatsal kültürel turizm ürünü	Halk sanatı, halk müziği, performans sanatı ve mimari sanatı
Bölgesel kültür turizmi ürünü	Yerel geleneksel kültür, yerel mutfak kültürü, yerel festival ve antik mimariyi kapsayan
Dini kültürel turizm ürünü	Dini yerleri ve etkinlikleri de içerir
Eğlence kültürel turizm ürünü	Lunapark, tema park, botanik bahçe ve hayvanat bahçesi
Bilimsel kültürel turizm ürünü	Müze, endüstriyel turizm, tarımsal turizm, askeri turizm, macera turizmi ve bilimsel keşifler

Kültürel turizm ürünü, farklı kültürel mirasları tanıtmak ve yaşatmak için tasarlanan bir alternatif turizm ürün çeşitidir. Bununla birlikte kültür turizmi ürünlerini geliştirmek isteyenler pazarı iyi analiz etmeli ve pazara yeni veya yenilikçi ürünler sunmalıdır (Yan vd., 2023; Csapó, 2012). Bu kapsamda ürün geliştirme iki yönlü ele alınabilmektedir; mevcut ürünleri yeniden tasarlamak veya yeni ürünler oluşturmak (Zhang, 2011). Yeniden tasarlama, mevcut ürünlerin işlevini değerlendirerek turistlerin ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde değiştirmeyi içerirken bu süreçte ürünlerden fazla değer çıkarılarak çekirdek değer eklenir ve ek özellikler sağlanır. Yeni ürün oluşturmada ise turistlerin ihtiyaç ve taleplerindeki değişime uyum sağlamayı gerektirmektedir. Bu süreçte turizm pazarlamacıları turist tatminini kolaylaştıran yeni kültürel turizm ürünlerini ortaya koyarlar, bu tür ürünlerin bazı ortak özellikleri ise şu şekilde ifade edilmektedir (Mckercher ve du Cros 2002; Er ve Bardakoğlu, 2016):

- Kültürel turizm ürünleri için hikâye anlatımı önemli bir stratejidir. Kültürel miras turizm yerleri, kendilerine özgü bir hikayesi olan destinasyonlar olarak tanımlanırken kültür turizmi, bir hikâye anlatma süreci olarak tanımlanmaktadır. Bu kapsamda, turistlere bir hikâye anlatmak yerel tarih ve kültür hakkında daha fazla bilgi verirken o hikâyeyi, turistlerin yaşamlarıyla ilişkilendirerek onların daha fazla ilgisini çekecektir. Ayrıca turistik destinasyona yeni bir anlam

katarken aynı zamanda turistlere kültürel turizm ürünlerini nasıl algılayacaklarına dahil ipuçları verecektir.

- Kültür turizmi ürünlerinin canlandırılması, hikâye anlatma, görsel-işitsel efektler, interaktiflik, katılımcılık gibi yöntemlerle ürünlerin turistlere keyifli ve öğretici bir deneyim sunması stratejisidir. Bu stratejiyle, tatmin edici bir deneyime sahip olan turistler destinasyon alanında daha uzun süre zaman geçirebilecek ve kültürel ürünleri daha yoğun bir şekilde tüketmeye istekli olacaklardır.
- Kültürel turizm ürünlerini katılımcılar için bir deneyim haline dönüştürmek, turistlerin kültürel mekanları ve olayları sadece görmekle kalmayıp onlara dokunmak, onları hissetmek, öğrenmek ve katkıda bulunmak için fırsatlar sunduğu bir strateji olacaktır. Bu strateji kapsamında; kültürel etkinlikler, festivaller ve diğer kültürel çekicilikler, turistlerin katılımını teşvik edecek fırsatlar haline dönüşecektir. Bu stratejiyle turistlerin, kültürel mirasla daha derin bir bağ kurması ve böylece de kültürel turizmin sürdürülebilirliği sağlanacaktır.
- Kültür turizmi ürünlerinin turistlere uygun olması için ürünlerin vermek istediği mesajın turistin bilgi düzeyi, ilgi alanları, beklentileri ve motivasyonlarıyla uyumlu hale getirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda ürünün vermek istediği mesajın turistin aldığı mesajla uyumlu olmasının sağlanması gereklidir. Bu nedenle kültürel turizm ürünlerinin hedef kitle analizi yapılarak iletişim kanallarının seçilmesi, katılımcılık düzeyi belirlenerek ve katılımcılık yöntemleri uygulanarak istenilen turist tipine hitap edecek şekilde sunulması gerekmektedir.
- Kültürel turizm ürünlerinde kaliteye ve özgünlüğe odaklanmak, bu ürünleri tüketen turistlerin iyi eğitilmiş, bilgili olduğu ve kültürel açıdan çok daha bilinçli olduğu varsayımından hareketle kültürel değerlerin korunması, sunumun yaratıcılığı, içeriğin güncelliği, bilginin doğruluğu gibi kriterlere göre değerlendirilmesi gerekmektedir. Böylece eğitim düzeyi yüksek ve bilgili olan kültür turistleri, yoğun rekabette en iyi değere sahip, kaliteli ve uygun fiyatlı ürün seçeneği seçeceklerdir. Kültür turizmi ürünlerinin kalitesi ve özgünlüğü, onları çekmede ve tatmin etmede belirleyici bir faktör olacaktır.

Globalleşen dünyada turistik ürünlerin geliştirilmesi veya farklılaştırılması, turistlerin deneyimlerini artırırken bu durum, turizmin gelişmesine de katkıda bulunarak yerel halkın yaşam şeklini olumlu yönde etkileyecektir. Bu kapsamda destinasyon merkezinde bulunan kültürel miras değerlerinin turizm faaliyetleri ile değer kazanması, bölge ekonomisine ve gelişimine önemli bir katkı sağlayacaktır. Ayrıca kültürel miras turizmi (KMT) kapsamında turizm sezonu yıl boyu sürdürülebilir olacak ve yeni istihdam olanakları oluşturulabilecektir (Liu vd., 2022). Bölge halkının geliri artabilecek ve destinasyon uluslararası alanda tanınırlık kazanacaktır (Loulanski ve Loulanski, 2011; Li ve Hunter, 2015). Bununla birlikte bir ürünün turistik ürün olarak nitelendirilebilmesi için birtakım unsurlara sahip olması gerekmektedir. Bu unsurlar literatürde genellikle beş farklı boyut altında ele alınarak değerlendirilmektedir. Bunlar; "çekicilik", "etkinlik", "ulaşılabilirlik", "imaj" ve "turizm işletmeleri" (Kozak vd., 2019: 70-75; Akgündüz ve Yüksek, 2021: 161-162) şeklindedir:

**Çekicilik:** İnsanları turizm faaliyetine katılmaya yönelten ve bir turistik destinasyonun başka bir destinasyona tercih edilmesini sağlayan unsurların başında turistik ürünün çekicilik özelliği gelmektedir. Bu kapsamda bir destinasyonun sahip olduğu çekicilik unsuru turistlerin istek ve beklentilerine ne kadar hitap ediyorsa tercih edilme oranında o denli yüksek olmaktadır. Bununla birlikte bir destinasyonun çekiciliğini etkileyen faktörleri; doğal unsurlar, sosyo-kültürel unsurlar, ekonomik unsurlar ve psikolojik unsurlar olmak üzere dört grupta sınıflamak mümkündür (Maviş, 2002: 41; Akgündüz vd., 2021: 79);

*Doğal unsurlar*, coğrafi konum, doğal güzellikler, temiz su kaynakları, ortalama güneşli gün sayısı, yağın karın yerde kalma süresi ve kar kalınlığı, deniz suyunun sıcaklığı ve temizlik oranı, sahillerin genel durumu, kaplıca ve şifalı sular, hayvan türleri, bitki örtüsü vb. unsurlar olarak sıralanabilir.

*Sosyo-kültürel unsurlar*, gelenek ve görenekler, kültürel değerler ve varlıklar, siyasal yapı, kentleşme düzeyi, eğitim durumu vb. gibi unsurlardır.

*Ekonomik unsurlar*, genel ekonomik durum, paranın satın alma değeri, turistik ürünün fiyatı, turizm sektörünün genel durumu, altyapı olanakları vb. gibi unsurlardır

*Psikolojik unsurlar*, ülkeler arasındaki tarihsel, kültürel ve dini bağlantılar ile toplumların gelenekleri, görenekleri ve yaşam biçimleri, snobizm, moda, alışkanlık, sempati veya antipati vb. gibi unsurlardır.

**Etkinlik:** Katılımcıları belirli bir turistik destinasyona çeken önemli unsurlardan bir diğeri de etkinliklerdir (Bıçkin ve İdikut Şahin, 2021). Bu kapsamda bir bölgede düzenlenen festivaller, fuarlar, spor karşılaşmaları ya da şenlikler gibi etkinlikler, turizm ürünü olarak değerlendirilebilecek unsurlardan bazılarıdır. Bu kapsamda turizm talebi oluşturması açısından önemli bir unsur olan etkinliklere, dört yılda bir düzenlenen Dünya Kupası turnuvası örnek olarak verilebilir. Uluslararası düzeyde bir etkinlik olan bu sportif faaliyeti izlemek için milyonlarca insan ikamet ettiği yerden turnuvanın gerçekleşeceği ülkeye veya bölgeye seyahatler gerçekleştirilmektedir.

**Ulaşılabilirlik:** Globalleşen dünyada turistik bir destinasyonun kolay ve hızlı bir şekilde ulaşılabilir olma özelliğine sahip olması tercih edilmesi açısından oldukça önem arz eden bir unsurdur (Tóth ve Dávid, 2010). İnsanların kısıtlı olan zamanlarını daha etkin ve iyi bir şekilde değerlendirmek istemelerinden dolayı herhangi bir bölgede bulunan bir turistik ürünün çekicilik düzeyi ne kadar yüksek olursa veya lüks konaklama işletmeleri hizmet verse bile eğer bir turistik ürünün bulunduğu destinasyon merkezine ulaşım yolları veya ulaşım araçları yetersiz ise ya da bu bölgeye ulaşmak maliyetli ve zaman alıyorsa turistler tarafından fazla talep görmemektedir.

**İmaj:** Turistik ürün kapsamında imaj, turistik bir destinasyonun, insan zihninde şekillenmiş halidir. Bu kapsamda bir destinasyonda turistik ürünler kaliteli bir şekilde sunuluyorsa ve çevresel açıdan herhangi bir olumsuzluk durumu söz konusu değilse bununla birlikte destinasyon merkezinde güvenlik açısından herhangi bir zafiyet durumu söz konusu değilse, bölge turistler açısından turizm faaliyetleri kapsamında değerlendirilmeye, gidilmeye ve görülmeye değer bulunacaktır (Akgöz vd., 2016). Aksi bir durum söz konusu olduğunda, ekonomik ve siyasi krizlerin yaşandığı, insanların can ve mal güvenliğinin bulunmadığı veya kültürel miras değerlerinin talan edildiği bir turistik destinasyon ne kadar çekici olursa olsun veya ulaşım imkânı ne kadar gelişmiş olursa olsun tercih edilmeyecektir. Bu açıdan

rekabet unsurlarının oldukça yüksek orandan gerçekleştiği turizm sektöründe destinasyon merkezlerince sahip olunan imaj, tercih edilmeleri açısından oldukça önem taşımaktadır.

**Turizm işletmeleri:** Turizm işletmeleri, geçici bir süreliğine yer değiştirme ihtiyacından kaynaklanan seyahat ve konaklama talepleri ile bunlara bağlı diğer ihtiyaçları karşılamak amacıyla mal ve hizmet üreten ve pazarlayan ekonomik birimler olarak tanımlanmaktadır (Batman, 2008; Akbaba, 2012). Turizm faaliyeti kapsamında turistik destinasyonun olduğu yere seyahat eden insanlar, ulaşım, konaklama, yeme-içme gibi gereksinimlerinin karşılanmasına ihtiyaç duyarlar. Bu ihtiyaçlarını ise turizm işletmeleri içerisinde yer alan, otel işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, seyahat acenteleri ve tur operatörleri gibi turistik hizmet sunan yerlerden temin ederler. Bunun yanı sıra turizm işletmeleri içerisinde hediyelik ürün satan işletmeler ile rekreasyonel aktiviteler sunan işletmeler de bulunmaktadır. Bu tür yerler turistlere ziyaretleri sırasında alışveriş yapma hizmetinin yanında dinlenme ve eğlence olanakları sunmaktadır.

Öte yandan son yıllarda, turistlerin tatil anlayışlarında meydana gelen değişiklikler, kitle turizminden daha çok bireysel turizme yönelmelerine neden olmuştur (Tosun ve Bilim, 2004). Bu değişikliklere bağlı olarak, turistlerin doğal çevreye duyarlılıkları artmış ve aynı zamanda gittikleri destinasyonun yerel kültürünü, mutfağını, gelenek-göreneklerini ve günlük yaşantısını tanımak istekleri ön plana çıkmıştır (Akoğlan Kozak ve Kızılırmak, 2006; Çeken vd., 2012). Bu eğilimlerin bir sonucu olarak, alternatif turizm türleri, turistlere destinasyonun kültürünü daha derinlemesine keşfetme fırsatı sunan bir öneme sahip olmuştur. Bu kapsamda alternatif turizm türleri içerisinde son zamanlarda turistlerin yoğun talep gösterdiği KMT'de yer almaktadır (Csapó, 2012). KMT, tarihi, kültürel ve sanatsal değerlere sahip yerleri ziyaret eden katılımcılara geçmiş dönemde ortaya çıkmış olan ve aynı zamanda günümüzde halen varlığını sürdüren somut veya somut olmayan değerleri turistik ürün haline getiren önemli bir alternatif turizm türüdür (Şahin vd., 2021). Bu bağlamda alternatif turizm türleri içerisinde ön plana çıkan kültürel miras turizminin temel iki unsuru olan *kültür* ve *miras* kavramları bir sonraki başlıkta detaylı şekilde ele alınacaktır.

#### 1.4. Kültür ve Miras Kavramları

Türkçeye Fransızcadan geçmiş bir kavram olan kültür, Latince kökenli bir terim olup "bakmak" veya "yetiştirmek" anlamına gelen "cultura" (Uygur ve Baykan, 2007) ile "ikamet etmek" ve "korumak" anlamına gelen "colera" fiilinden türemiştir (Zeyrek, 2021). Bununla birlikte geçmişi insanlık tarihinin ortaya çıktığı ilk zamanlara dayanan ve o zamandan bu yana süregelen zaman dilimi içerisinde sanat, tarih, dil, din, mimari yapı, yaşam tarzı gibi pek çok unsuru içerisine alan ve barındıran kültür kavramının tüm disiplinler tarafından kabul gören genel bir tanımı bulunmamaktadır (Richards, 1996; Aksu ve Ehtiyar, 2007; Dilek, 2020). Bu durumun temel sebebi, kültür kavramını ele alan her toplumun ve disiplinin kavramı kendi gereksinimleri içerisinde değerlendirmesinden kaynaklanmaktadır. Öte yandan alan yazında kavram üzerine en fazla tanım yapanlar filozoflar, sosyal bilimciler, eğitimciler ve antropologlardır (Oğuz, 2011: 123). Bununla birlikte ilk zamanlarda toprağın işlenmesi anlamına gelen kültür kavramı (Bujdosó vd., 2015), zamanla sosyal bilimler içerisinde yer alan hemen hemen tüm disiplinlerle ilişkili bir kavram haline dönüşmüş (Aktan ve Tutar, 2007; Saylık, 2019) ve turizm sektörü içerisinde de değerlendirilir hale gelmiştir.

Bir İngiliz edebiyat profesörü olan Raymond Williams'ın kültür kavramının İngiliz dilindeki en karmaşık birkaç sözcükten birisi (Williams, 1985: 87) olduğuna vurgu yapması, kavramın tanımlanmasında yaşanan karmaşıklığı açıkça ortaya koymaktadır. Öte yandan gerçekleştirdikleri çalışmayla bu görüşü destekler nitelikte olan Kroeber ve Kluckhohn (1952), kültür kavramının karakteristik özellik taşıması, kullanıldığı yer ve zamana göre farklılık göstermesi ve kavramın anlamsal açıdan farklı şekilde yorumlanmasına bağlı olarak 160'ın üzerinde farklı kültür tanımı olduğunu ifade etmişlerdir (Kroeber ve Kluckhohn, 1952). Türk Dil Kurumu (TDK) kültür kavramını 6 farklı şekilde tanımlamış olup TDK'da yer alan tanımlarından bir tanesi; *"tarihsel, toplumsal gelişme süreci içerisinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunlardan yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin"* ([sozluk.gov.tr](http://sozluk.gov.tr), Erişim Tarihi, 17.02.2021) şeklindedir. UNESCO tarafından düzenlenen Dünya Kültür Politikaları Konferansı Sonuç Bildirgesi'nde ise

bu kavram; "*bir toplumu ya da toplumsal bir grubu tanımlayan belirgin maddi, manevi, zihinsel ve duygusal özelliklerin birleşiminden oluşan bir bütün ve sadece bilim ve edebiyatı değil aynı zamanda yaşam biçimlerini, insanın temel haklarını, değer yargılarını, geleneklerini ve inançlarını da kapsayan bir olgudur*" (UNESCO, 1982) şeklinde ifade edilmiştir. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının yapmış olduğu tanımlamaya göre; "*kültür, bir toplumu diğer toplumlardan farklı kılan geçmişten beri değişerek devam eden kendine özgü sanatı, inançları, örf ve adetleri, anlayış ve davranışları ile onun kimliğini oluşturan yaşayış ve düşünüş tarzıdır. Topluma bir kimlik kazandıran bu dayanışma ve birlik duygusu aynı zamanda toplumda düzeni de sağlayan maddi ve manevi değerlerin bütünüdür*" ([www.ktb.gov.tr](http://www.ktb.gov.tr), Erişim Tarihi, 17.02.2021) şeklindedir. Aktan ve Tutar (2007) ise kültürü, insanların ve toplumların psikolojik dünyalarına ve somut deneyimlerine anlam kazandıran değerler, semboller ve simgeler bütünü şeklinde ifade etmişlerdir. Bu bağlamda kültür, bir toplumu diğer toplumlardan ayıran, değişerek ve gelişerek süre gelen, kendine has inançları, örf ve adetleri olan, sanatsal özellikleri ile toplumun kimliğini oluşturan bir tür yaşayış ve düşünce tarzıdır (Sotshangane, 2002).

Kültür kavramıyla ilgili tarihsel süreç içerisinde üç farklı kullanımın daha fazla ön plana çıktığı görülmektedir. Bu kullanımlardan birincisi, 18. yüzyıldan itibaren zihinsel, manevi ve estetik gelişimi anlatırken kültür kavramının kullanılması; ikincisi bireyin ya da toplumun yaşam biçimini anlatan ifadelerde kültür kavramına yer verilmesi, üçüncüsü ise düşünsel ve sanatsal etkinliklerin açıklanmasında kullanılan kültür kavramıdır (Oğuz, 2011:128). İfadelerden hareketle kültür üst kuşaklardan miras olarak devralınıp yaşandıktan sonra gelecek kuşaklara yine bir miras olarak devredilen bir olgudur (Kumar, 2017).

Bu kapsamda kültür içerisinde önemli bir yeri olan miras kavramı ön plana çıkmakta, ortaya çıkan bu kavram ise kültürel, doğal, tarihsel, arkeolojik, mimari ve sanatsal değerleri içeren toplumlar tarafından geçmişte olan yaşanmışlıkları ve kazanılan alışkanlıkları günümüze yansıtan kapsamlı bir kavram (Cassel ve Pashkevich, 2011; Varol, 2017) şeklinde ifade edilebilmektedir. Tarihsel süreç içerisinde genellikle insan faaliyetleriyle ilişkilendirilmiş olan aynı zamanda bir anlam biçimi ve tanımlanmış bir sistemin parçası olan miras kavramı (Devaux vd.,

2018), İngilizce "heritage" kelimesinin karşılığı olup (Ünüvar ve Yıldırım, 2022), TDK tarafından "*bir neslin kendinden sonra gelen nesle bıraktığı şey*" ([sozluk.gov.tr](http://sozluk.gov.tr) Erişim Tarihi, 04.03.2021) şeklinde tanımlanmaktadır. İçerisinde kültürel çevre ile birlikte doğayı da kapsayan; geçmişin izlerini günümüze taşıyan kültürel gelenekler, bilgiler ve yaşanmışlıkların yanı sıra manzara ve biyoçeşitlilik gibi unsurları da bünyesinde barından (Karapınar ve Barakazı, 2017; Varol, 2017) oldukça karmaşık bir kavram olan miras kavramı (Boyd, 2001) en basit anlamıyla insanlar vasıtasıyla geçmişten aktarılan değerlerin günümüzde kullanılması şeklinde ifade edilmektedir (Selanik Ay ve Kurtdede Fidan: 2013; Josefsson ve Aronsson, 2016).

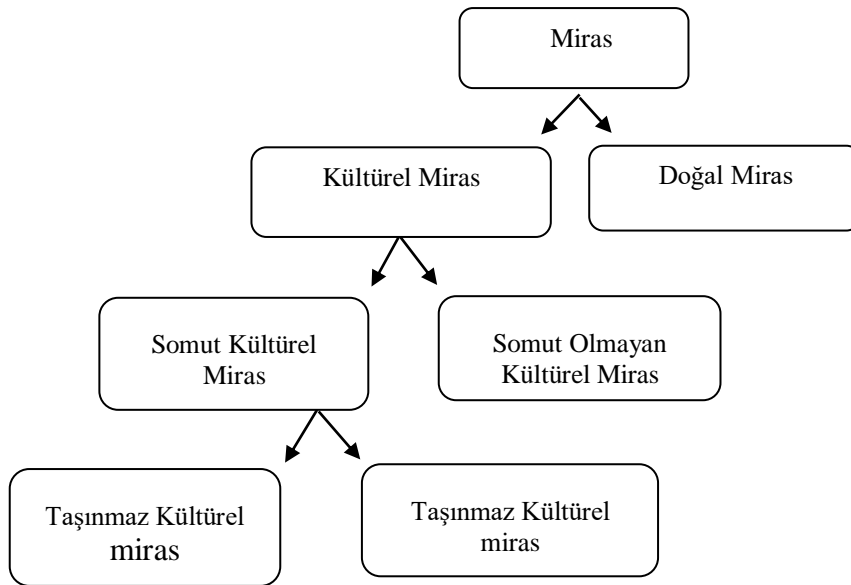
Miras kavramı, çeşitli bilim dalları içerisinde farklı şekilde tanımlanmakta ve geniş bir anlam yelpazesine sahip olmakla birlikte somut veya somut olmayan miras değerlerinin turizm aracılığıyla metalaştırılmasından yola çıkılarak bu araştırma kapsamında turizm ile ilişkisi üzerinden ele alınmıştır. Turizm arzının kendinden menkul kaynakları içerisinde turistik çekicilik unsurlarından birisi olarak kabul edilen (Doğan, 2020: 86) miras hem kültürel hem de doğal çağrışımlara sahip olmaktadır (Timothy ve Boyd, 2006). Dünya Miras Sözleşmesi'ne göre bu kavram, anıtlar, heykeller, sit alanları ve bina topluluklarının yanı sıra şehirler, arkeolojik alanlar, endüstriyel miras, kültürel yer şekilleri ve çeşitli miras rotalarından oluşmaktadır ([www.unesco.org.tr](http://www.unesco.org.tr) Erişim tarihi, 11.05.2021) Öte yandan miras, geçmişte yaşanmışlıklardan hareketle elde edilen tecrübelerin bugünkü ve gelecekteki problemleri anlama ve onlarla baş edebilme özelliğinden dolayı birçok toplum için önemli bir unsur teşkil etmekte olup aynı zamanda toplumsal kültürün ayrılmaz bir ögesi olma özelliğini de taşımaktadır (Alexandrakis vd., 2019).

Miras, sadece belirli eserler, nesnelere, alanlar, tarihi olaylar veya kişiliklerle sınırlı bir kategoriden daha fazla bir anlam taşımaktadır. Ashworth'un belirttiği gibi, miras bir süreç olarak anlaşılmalı, bir sonuç olarak değerlendirilmeli ve tüketilebilir bir deneyim olarak sunulmalıdır (Ashworth, 2014). Kültür kavramı ise bir ülkenin veya ülke içindeki farklı bölgelerin değer yargılarından, gelenek-göreneklere, giyim-kuşama, sanatsal özelliklere, inanç ve alışkanlıklardan dil ve hikayelere kadar geniş bir yelpazede insan odaklı veya doğal çevre ve tabiat varlıklarını kapsayan genel bir özellik göstermektedir. Bu kapsamda kültürel miras, geçmişten günümüze aktarılan

ve gelecek nesillere bırakılması gereken aynı zamanda bir toplumun kimliğini oluşturan, tarihsel ve estetik değeri olan maddi ve manevi değerler bütünü olup, sınırlı kaynak niteliği taşıyan yenilenemez değerler (Kiper, 2004: 9) şeklinde tanımlanmaktadır. Bu özellik, mirasın sınıflandırılması kapsamında alt kategorilere ayırmayı ve daha kapsamlı bir bakış açısıyla ele almayı gerekli kılmaktadır

### 1.5. Mirasın Sınıflandırılması

Miras, toplumların geçmişten günümüze taşıdığı değerleri ve öğeleri kapsayan geniş bir kavram olup toplumların kimliğini, kültürünü, tarihini ve doğasını yansıtan somut ve somut olmayan varlıklardan oluşmaktadır (Barrere, 2016: 89). Bununla birlikte mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılması, toplumların kültürel ve doğal zenginliklerini sürdürmesi için oldukça önem taşımaktadır (Segate, 2021). Ancak, mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılması sınıflandırılmasını da beraberinde getirmektedir. Bu bölümde, mirasın kültürel ve doğal boyutlarına göre nasıl sınıflandırıldığı, hangi kriterlerin ve yöntemlerin kullanıldığı, hangi kurumların ve kuruluşların bu sınıflandırmalarda rol oynadığı konuları üzerinde durulacaktır.



Şekil 1.2. Kültür Kavramının Alt Temaları

**Kaynak:** Aslan, Z. ve Ardemagni, M. (2006), Introducing Young people to the protection of heritage sites and historic cities: A practical guide for school teachers in the Arab region, P 7-9.

Şekil 1.2'de görüldüğü üzere, miras kavramı içerisinde kültürel miras ve doğal miras olmak üzere iki ana kategori bulunmaktadır. UNESCO tarafından 1972 yılında imzalanan "Dünya Kültürel ve Doğal Mirasın Korunmasına Dair Sözleşme", mirasın sınıflandırılması konusunda önemli bir adım olmuştur. Bu sözleşme, kültürel ve doğal değerlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılması için uluslararası iş birliğinin kurulmasını amaçlamaktadır. Sözleşmenin hayata geçmesi 70'li yıllarda giderek yaygınlaşan *insanlığın ortak mirası* kavramının kullanımıyla ilişkilidir (Aydın ve Akpınar, 2022: 3). Bu kapsamda özellikle dünya savaşlarının neden olduğu yıkımların ardından insanlığın ortak değerlerini yansıtan miras değerlerinin korunup gelecek nesillere aktarılmasına katkı sağlamak amaçlanmıştır. Birleşmiş Milletler nezdinde kurulmuş olan UNESCO, miras unsurların, *kültürel* ve *doğal* miras olmak üzere iki temel kategoride ele alınarak sınıflandırılmıştır (Günlü vd., 2009; Varol, 2020). Yapılan sınıflandırma kapsamında kültürel miras, oluşumunda ve şekillenmesinde insan yaratıcılığının ürünü olan maddi ve manevi değerleri içerirken, doğal miras insan eli değmemiş, tabiatta belirli bir zaman içerisinde kendiliğinden oluşmuş olan ve genellikle kırsal çevrede bulunan varlıkları içermektedir (Sánchez-Martín vd., 2020).

### 1.5.1. Doğal Miras

Doğal miras alanları, insanların herhangi bir etkisi olmadan kendiliğinden oluşan ve nesiller boyunca miras kalan kaynaklar olup dağlar, ovalar, vadiler, ormanlar, göller, nehirler, denizler, vahşi alanlar, milli parklar, doğal anıtlar, iklim ve jeolojik oluşumlar ve manzaralar ile diğer korunan doğal unsurları ifade etmektedir (Nyaupane vd., 2006; Lowenthal, 2013; Doğaner, 2014). Bir diğer ifadeyle doğal miras, yalnız yerelin değil tüm dünya insanların ortak değeri olarak kabul gören kültürel bir müdahale olmaksızın doğada kendiliğinden var olan aynı zamanda bünyesinde eşsiz güzellikte fiziksel ve biyolojik oluşumları barındıran ve geleceğe aktarılabilmesi için korunması gereken manzaralar veya alanlardır (Dilay, 2021; Aydın ve Akpınar, 2022: 5). Bir ülkenin sahip olduğu doğal varlıkların sayısı ve çeşitliliği turistlerin o bölgeyi bir turistik destinasyon olarak tercih etmesinde önemli bir unsur olarak görülmektedir (Basak vd., 2021). Öte yandan, doğal varlıkların doğal miras turizmi kapsamında kullanılması ve bilinirliğinin artırılması, talep

edilme oranını ve ekonomik açıdan gelir elde edilme durumunu artıracaktır. (Kurtaran Çelik vd., 2020: 204). Bununla birlikte 17 Ekim-21 Kasım 1972 tarihleri arasında Paris'te toplanan Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) Genel Konferansı'nın, on yedinci oturumunda doğal miras alanlarını şu şekilde ifade edilmiştir, ([whc.unesco.org](http://whc.unesco.org), Erişim Tarihi: 21.7.2022):

- Estetik ve bilimsel açıdan olağanüstü evrensel değere sahip fiziksel ya da biyolojik oluşumlardan veya bu tür oluşum gruplarından meydana gelen doğal özellikler,
- Jeolojik ve fizyografik oluşumlar ile bilim veya koruma açısından olağanüstü evrensel değere sahip aynı zamanda tehdit altındaki hayvan ve bitki türlerinin yaşam alanlarını oluşturan kesin olarak belirlenmiş alanlar,
- Bilim, koruma veya doğal güzellik açısından olağanüstü evrensel değere sahip doğal alanlar veya kesin olarak belirlenmiş doğal alanlar, "doğal miras" olarak kabul edilmiştir.

Doğal miras, özel veya kamu kurumları tarafından korunan doğal alanları, botanik bahçeleri, akvaryumlar, hayvanat bahçeleri, doğal yaşam alanları, kutsal alanlar, deniz ekosistemi, rezervuarlar vb. gibi pek çok farklı kategoride, kültürel etkileşim bulunmayan doğal varlıklar veya alanları içermektedir. Bu kapsamda UNESCO'nun doğal miras kategorisinde, 2022 yılı itibariyle 218 alan yer almaktadır (Aydın ve Akpınar, 2022).

### 1.5.2. Kültürel Miras

Kültürel miras, geçmişten günümüze aktarılmış olan ve gelecek nesillere bırakılması amaçlanan sanatsal ve kültürel değerleri içeren bir kavramdır (Ayaz vd, 2018; Alexandrakis vd., 2019). Bu bağlamda, kültürel miras, bir toplumun yaratıcılığının somut ve somut olmayan eserlerle ifade edildiği, maneviyatını ve yaşamına anlam katan değerleri yansıtan kültürel ifadelerin bir bütünüdür (Álvarez-García vd., 2019). Aynı zamanda, belirli bir topluluğa ait olan ve geçmişe ışık tutan kaynaklar olarak da tanımlanmaktadır (Koroğlu vd., 2018: 99). Kültürel miras, binlerce yıllık insan deneyimlerinin, birikimlerin, akıl, yetenek ve becerilerin birleşimiyle ortaya çıkan eserlerin günümüze ulaşabilmiş kalıntılarıdır (Kunt, 2019).

Kültür ve Turizm Bakanlığı, kültürel mirası, insanlar tarafından yapılmış fiziksel özelliklere sahip eserlerden sanatsal değerlere, bir topluma ait değerlerin bütünü olarak tanımlamaktadır ([www.ktb.gov.tr](http://www.ktb.gov.tr), Erişim Tarihi, 09.12.2021).

Bu çerçeveden hareketle, kültürel miras, insan emeğine veya doğal etkenlere dayanan, ancak üzerinde insan yaratıcılığının etkisi bulunan taşınamayan yapılar, estetik ve sanatsal önem taşıyan insan yapımı taşınabilir eserler gibi somut kaynaklar ile halkın tamamına mal olmuş; el sanatları ve yemek kültürü gibi unsurları içermektedir. Ayrıca, insanların günlük yaşamlarını etkileyen örf, adet, gelenek ve göreneklerden oluşan soyut kaynakların bütününe de değişmeden bugüne ulaşmış halidir (Diker, 2016: 368).

UNESCO'nun 1972 yılında kabul ettiği "Dünya Kültürel ve Doğal Mirasın Koruması Sözleşmesi" ile kültürel mirasın sürdürülebilirliği ve gelecek nesillere aktarılabilirliği ön planda tutulmuş olup varlıklar; anıtlar, yapı toplulukları ve sitler olmak üzere üç ana başlık altında sunulandırmıştır ([whc.unesco.org](http://whc.unesco.org), Erişim Tarihi, 03.05.2021).

- Anıtlar: Tarih, sanat veya bilim açısından olağanüstü evrensel değere sahip mimari eserler, şaheserler, arkeolojik özellikteki yapılar, kitabeler, mağaralar ve bu elemanların birleşimlerini içermektedir.
- Yapı toplulukları: Mimarileri, uyumlulukları veya arazi üzerindeki konumları sebebiyle tarih, sanat veya bilim açısından özel bir evrensel değere sahip olan kültür varlıklarından oluşan ayrı ya da birleşik yapı topluluklarından meydana gelmektedir.
- Sitler: Tarihsel, estetik, etnolojik veya antropolojik açıdan özel bir evrensel değere sahip olan, insan elinden çıkmış eserler veya doğanın etkisiyle ortaya çıkan ve insanın ortak katkısıyla şekillenen alanları içeren, arkeolojik siteleri kapsayan alanlardır (Özmertyurt ve Uncuoğlu, 2021: 501; Belber ve Sözbilen, 2016).

Bu çerçevede, yaşanan yerdeki tarihi yapılar, ören yerleri, türküler, masallar, halk oyunları, el sanatları, festivaller, geleneksel yemek kültürü gibi kültürel miras unsurları, ait oldukları bölgenin kimliğini oluşturmada, şekillendirmede ve

sürdürülebilirliğini sağlamada önemli rol oynamaktadır (Ünsal ve Pulhan, 2012: 31). Bu unsurlar, aynı zamanda buldukları bölgenin tarihsel birikiminden izler taşıyarak bölgenin yerel kimliğini ve ekonomik durumunu geliştiren somut ve somut olmayan kültürel miras değerleri olarak turizm sektörü içerisinde değerlendirilmektedir (Necissa, 2011).

Anıtlar ve Sitler Konseyi (ICOMOS), kültürel mirası; geçmişten bugüne ulaşmış, insanların sahiplik bağı içinde olmaksızın sürekli değişim halinde olan değerlerinin, inançlarının, bilgilerinin ve geleneklerinin bir yansıması olarak betimlenen somut ve somut olmayan tüm varlıklar olarak ifade etmiştir ([www.icomos.org.tr](http://www.icomos.org.tr), Erişim Tarihi: 03.09.2021). Bu kapsamda kültürel miras, günümüz dünyasına anlam katmakta hem geçmişi hem de günümüzü aydınlatan bir kılavuz olarak yorumlanmaktadır (Kuşçuoğlu ve Taş, 2017).

Kültürel miras kavramı, ilk başlarda obje odaklı yaklaşım içermesine rağmen, zaman içinde önemli uygarlıklara ev sahipliği yapmış veya tarihi bir olaya tanıklık etmiş kırsal, kentsel, bölgesel yerleşkeleri kapsayacak şekilde genişlemiştir (Yarış, 2019). Bu kapsamda kültürel miras üzerine araştırmalar yapan kurum ve kuruluşlara bakıldığında UNESCO'nun oldukça etkin olduğu görülmektedir. UNESCO, kültürel miras değerlerini araştırıp ortaya çıkararak insanlığın kullanımına sunmakla birlikte koruyuculuğunu da üstlenmektedir. Kültürel miras ile ilgili faaliyetlerine 1972 yılında Dünya Kültürel ve Doğal Mirasın Korunması Sözleşmesi'nde SKM, değerlerinin ön plan çıkarılmasıyla başlayan UNESCO, bu alandaki faaliyetlerini 1989 yılında Geleneksel Kültür ve Folklorun Korunması Tavsiye Kararıyla sürdürmüştür. 1972 yılında imzalanan sözleşmede, kültürün somut değerlerine vurgu yapılırken bu değerlerin aktarımında kullanılan somut olmayan kültürel miras değerlerine değinilmemesi bütüncül olarak ele alınan kültürel mirasın korunması ve insanlığın hizmetine sunulması konusunda eksiklik teşkil etmiş bu eksiklik, 2003 yılında düzenlenen Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi'yle giderilmiştir (Georgiev ve Vasileva, 2012; Basat, 2013).

Turizm sektörü içerisinde oldukça önemli bir yeri olan kültürel miras değerlerinin bütüncül olarak koruma yaklaşımı ve insanlığın hizmetine sunumu noktasında, somut kültür miras ile somut olmayan kültürel mirasın farklılıkları ve

birbirlerine olan bağlarının analizi oldukça önemlidir. Çünkü kültürel miras değerleri, ait olduğu coğrafyanın özgünlüğünü yansıttığı için turistlerin ilgisini çeken, destinasyonların rekabet gücünü artıran ve kültürler arası anlayışı geliştiren otantik değerlerdir.

### 1.5.2.1. Somut Kültürel Miras

Gözle görülen ve zamanla günümüze ulaşabilmiş SKM, insan eliyle yapılan binalar, tarihi yerler ve anıtlar gibi çeşitli eserleri kapsamaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na göre, bu eserler genellikle arkeoloji, mimari, teknolojik ve bilimsel açıdan önemli olarak değerlendirilip, korunması ve muhafaza edilmesi gereken unsurlardır ([www.ktb.gov.tr](http://www.ktb.gov.tr) Erişim Tarihi, 24.06.2022).

SKM, geniş bir yelpazede yer alırken son zamanlarda küreselleşmenin etkisiyle oldukça popüler hale gelmiştir. Bu kategori, taşınabilir somut kültürel miras ve taşınamaz somut kültürel miras olmak üzere iki ana gruba ayrılmaktadır (Batmaz ve Biçici, 2021). Bu kapsamda taşınamaz somut kültürel miras, sit alanları, mimari yapılar, müzeler, tematik ve tarihi parklar, binalar, anıtlar, köprüler ve türbeler vb. varlıklardır (Aslan ve Ardemagni, 2006: 9). Somut taşınabilir kültürel miras değerleri ise insanlar tarafından yapılan veya doğanın etkisiyle ortaya çıkan, hareket ettirilebilen veya başka bir yere taşınabilen kültürel varlıklardır. Somut taşınabilen kültürel miras değerlerine örnek olarak; heykeller, resim ve çizimler, kitabeler, mozaikler, eskiden kullanılmış madeni paralar, sanat eserleri veya el işleri, arkeolojik buluntular vb. verilebilir (Kuşçuoğlu ve Taş, 2017: 60). Bununla birlikte somut taşınabilir kültürel miras değerleri, kültürlerin geçmişten günümüze aktardıkları maddi izler olup kültürlerin sanat, bilim, tarih, din, dil, zanaat, estetik gibi alanlardaki yaratıcılıklarını, becerilerini, bilgilerini ve değer yargılarını yansıtmaktadır. Ayrıca somut taşınabilir kültürel miras değerleri, korunması, tanıtılması ve gelecek kuşaklara bırakılması gereken önemli kaynaklardır.

Yaşanılan mekanlar, üretilen aletler, sanatsal üsluplar ve mimari, somut olmayan bir düşünce ve soyut bir kültürün yansımasıdır. Somut kültürel miras varlıkları, aslında somut olmayan kültürün bir ürünü olarak ortaya çıkmaktadır (Aydın ve Akpınar, 2022). Dünya Miras Alanları, 2022 itibarıyla 1157 eserden oluşmaktadır ve bunlardan 900'ü kültürel, 218'i doğal, 39'u ise karma miras alanıdır.

Türkiye'de ise 17'si kültürel ve 2'si karma olmak üzere toplam 19 Dünya Miras Alanı bulunmaktadır ([whc.unesco.org](http://whc.unesco.org), Erişim Tarihi, 13.12.2022)

### 1.5.2.2. Somut Olmayan Kültürel Miras

Kültürel miras uzun bir süre boyunca genellikle anıtlar, binalar ve sitlerle ilişkilendirilmiş, ancak bu durum 2003 yılında Paris'te düzenlenen UNESCO sözleşmesine kadar devam etmiştir. UNESCO'nun 2003'teki toplantısında kültürel mirasın somut olmayan yönlerine vurgu yapılarak, SOKM (Somut Olmayan Kültürel Miras) tanımlanmıştır. Bu tanım, topluluklar, gruplar ve bireyler tarafından tanımlanan uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlarla ilişkili araç-gereçleri içermektedir. Nesilden nesile aktarılan somut olmayan kültürel miras, toplulukların, grupların çevreleri, doğa ve tarihleri ile etkileşimleri doğrultusunda sürekli olarak şekillenmektedir. Bu durum ise onlara kimlik ve devamlılık duygusu kazandırmakta birlikte kültürel çeşitliliğe ve insan yaratıcılığına katkıda bulunmaktadır. Türker ve Çelik (2012) ile Pelit ve Türkoğlu'nun (2019) belirttiği gibi, somut olmayan kültürel miras özellikle sözlü gelenekler, gösteri sanatları, toplumsal uygulamalar, doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar, yemek kültürü ve el sanatları gibi alanlarda öne çıkmaktadır.

- Somut olmayan kültürel mirasın aktarılmasında taşıyıcı işlevi gören dille birlikte sözlü gelenekler ve anlatımlar, (masallar, hikayeler, türküler, ninniler, ağıtlar vb.)
- Gösteri sanatları, (karagöz, meddahlık, Noh Tiyatrosu, Wayang Kulit vb.)
- Toplumsal uygulamalar, ritüeller ve şöenler, (düğün, bayram, asker uğurlama vb.)
- Doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar, (metodoloji tahmini vb.)
- Yemek kültürü, yöresel yemekler, (Pekin ördeği, zeytinyağlı sarma, baklava vb.)
- El sanatları geleneği (bakırcılık, yemenicilik, sedefcilik vb.) ([www.unesco.org.tr](http://www.unesco.org.tr)). Bu unsurlar, somut olmayan kültürel mirasın zenginliğini ve çeşitliliğini ortaya koyarken, toplumların kültürel kimliklerini yaşatma ve gelecek nesillere aktarma sürecinde önemli bir rol oynamaktadır.

İnsanlar var oldukları ilk zamandan itibaren, bir yandan kendi toplumların kültürel özelliklerini oluştururken bir yandan da oluşturulan bu değerleri geliştirerek gelecek nesillere aktarmışlardır. Bu durum, göçebe yaşamdan yerleşik hayata

geçilmesi ile birlikte daha kalıcı bir hale dönüşmüştür. Belirli bir alana yerleşen insanlar çevresel ve doğa koşullarının el verdiği ölçüde hayatta kalma ve yaşamlarını devam ettirme mücadelesi içerisinde bulunmuşlardır. Bu mücadele, onları diğer toplumlardan farklı kılan kendilerine has bir kimlik kazandırmıştır. Kazanılan bu kimlik ise toplumlar arasında görülen kültürel çeşitliliğin anlamsal açıdan ifadesidir. Gelen her nesil kendinden önceki insanlardan devraldığı kültürel değerleri çevresel, doğal ve tarihsel etkileşimlere bağlı olarak yeniden harmanlayıp kendinden sonraki kuşaklara devretmiştir. Tarihsel süreç içerisinde sürekli tekrar eden bu devir işlemleri, insan yaşamının bir parçası olmuştur. 2022 yılı itibariyle UNESCO'nun somut olmayan kültürel miras listesinde 630 değer yer almaktadır bu değerlerin 25 tanesi Türkiye de yer alırken Isık Dili (2017) ve Geleneksel Ahlat Taş İşçiliği (2022), UNESCO Acil Koruma Gerektiren Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'nde yer almaktadır.

Somut olmayan kültürel mirasın, turizm sektörüne olan etkisi, kültürel ve doğal zenginliklerin turistlerin ilgisini çekmesi ve destinasyonlara olan talebi artırması açısından önemlidir. Özellikle bu değerler, turistlere sadece geçmişin izlerini değil, aynı zamanda canlı kültürleri ve gelenekleri de deneyimleme fırsatı sunmaktadır (Timothy ve Boyd 2006; Chhabra, 2010). Bununla birlikte turizm sektörü, bu mirasın korunması ve sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi konusunda kilit bir rol oynamaktadır. Mirasın turizmde kullanılması, yerel ekonomilere katkı sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda koruma ve sürdürülebilirlik çabalarına destek olabilmektedir. Ancak bu süreçte bilinçli turizm yönetimi ve yerel toplumların aktif katılımı önemlidir. Çünkü turizm, kültürel ve doğal mirası sadece tüketilen bir ürün olarak değil, aynı zamanda korunması ve sürdürülmesi gereken bir değer olarak ele almaktadır.

### **1.6. Kültürel Miras ve Turizm İlişkisi**

Kültürel mirasın turizmdeki rolü uzun yıllar boyunca genellikle göz ardı edilmiş veya ikinci plana atılmıştır. Ancak, toplumun değerlerini ve tarihini nesilden nesile aktarma işlevinin farkına varılması ve özellikle 1980'lerden itibaren kültürel miras alanlarının turistler için çekici hale gelmesiyle birlikte bu durum değişmiştir (Christou, 2005; Alvarez ve Korzay, 2011). Bu kapsamda kültürel miras ile turizm

arasındaki etkileşim, uluslararası düzeyde giderek daha fazla önem kazanan bir konu haline gelmiştir. Kültürel miras kavramı, uluslararası hukuktaki yerini ilk kez 1907'de Lahey Sözleşmesi ile alırken 1967'de UNESCO tarafından yayınlanan Kültür ve Turizm Bildirgesi ile turizm endüstrisinin merkezine taşınmıştır (Huibin vd., 2012). Boniface ve Fowler'ın ifadesiyle, dünyadaki en büyük gösteri turizm, turizmin hayat kaynağı ise "miras" olmuştur (Boniface ve Fowler, 1993: XI). Bu dönüşümle birlikte kültürel miras, sadece tarihi ve sanatsal birer anıt olarak değil, aynı zamanda turizmde stratejik bir unsura dönüşmüştür. Kültürel mirasın turizmdeki artan rolü, destinasyonların kendine özgü kimliklerini ve çekiciliklerini vurgulamalarına olanak tanımıştır. Özellikle turistlerin kültürel deneyimlere olan taleplerinin artmasıyla, antik yerleşimler, müzeler, kutsal alanlar ve diğer kültürel miras alanları, seyahat rotalarının önemli birer parçası haline gelmiştir

Bu bağlamda, KMT, ülkelerin sahip olduğu kültürel zenginlikleri öne plana çıkarmalarına olanak tanımıştır (Bonn vd., 2007; Čučulović vd., 2014). Bu gelişme, kültürel miras turizminin ekonomik, sosyal ve kültürel açılarından bölgesel gelişmeye olumlu katkı sağlayabilecek stratejik bir kalkınma aracı olarak kabul edilmesiyle daha da ilerlemiştir ([www.oecd.org](http://www.oecd.org), Erişim Tarihi, 25.10.2022). Kültürel mirasın sosyo-ekonomik kalkınmaya etkisi, turizmin teşvik edilmesi ve desteklenmesi fırsatını beraberinde getirmiştir (Pascoal vd., 2020). Ayrıca, turizmin zamanla kültürel miras değerlerinin korunması ve bilinirliğinin artırılmasındaki rolü, kültürel miras ile turizm arasındaki etkileşimi şekillendirmiş; belirli bir destinasyona turist çekme potansiyelinden başlayarak, turizmin kültürel miras varlıklarının sürdürülebilirliğini destekleyen karşılıklı bir ilişkiye dönüşmüştür (Jackson ve Murphy, 2002; Novelli vd., 2006; Ferreira ve Esteveo, 2009; Zhang vd., 2020).

Turizm ve kültürel miras arasındaki bu karşılıklı ilişki, turizmin hem kültürel mirası koruma ve tanıma amacıyla bir araç olarak görev almasını hem de kültürel mirasın turizme çekicilik ve anlam katan turistik bir ürün olmasını içermektedir (Farid, 2015; Gravari-Barbas, 2018). Howard (2003: 6), kültürel mirası "korunması, toplanması ve gelecek kuşaklara aktarılması istenen herhangi bir şey" olarak tanımlamıştır. Bu tanıma göre, turizm ve miras arasındaki bu yakınlaşma, geçmişin nasıl değerlendirildiğini ve turistlere nasıl sunulduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

Bu nedenle, kültürel miras turizm bağlamında, çağdaş turistin taleplerini karşılamak üzere tasarlanan bir ürün olarak sunulmaktadır (Taylor, 2012).

Günümüzde geçmişe ait değerlerin büyük ilgi görmesinin arkasında pek çok etki bulunmaktadır. "Nostalji güdüsü", "küreselleşme", "sanayileşme" (Williams, 1998: 184-185) ve "turizm" (Ünüvar ve Yıldırım, 2022) bu etkilerden sadece birkaçıdır. Nostalji güdüsü, geçmiş bireysel ve kolektif kimlik oluşumuna katkıda bulunarak, insanların kendilerini koruma güdüsünün bir parçasıdır. Çünkü geçmiş, insanların kimliği ve kültürel sembollerini belirleyen anlam dolu bir kaynaktır. Küreselleşme ise yerel kültür ve tarihi mekanların turizm sektöründe önemli hale gelmesine yol açarken, aynı zamanda yerel değerlerin korunması fikrini güçlendirmiştir (Yankholmes ve Akyeampong, 2010; Aliğaoğlu, 2004). Sanayileşme sonucu atıl kalan fabrikalar, buharlı trenler, demir yolları, kanallar, limanlar, kömür madenleri gibi endüstriyel yapılar, restore edilerek kültürel miras turizmine kazandırılmıştır. Bu yapılar, çalışanların yaşamlarına değer katan ve ilgilerini bu alana çeken unsurlar içermektedir (Williams, 1998). Söz konusu restore edilmiş yapılar, kültürel miras turizminin çeşitliliğini artırarak popülerliğini yükseltmiş ve gelişimine olumlu yönde etki etmiştir. Geçmişe ait değerlerin ilgi çekme sebeplerinden bir diğeri, insanların farklı yerlere seyahat ederek geçmişe ait değerleri tanımak istemeleridir (Camilleri, 2018). Aynı zamanda toplumdaki sosyal değişim, batılı modern turist tipi veya post-mass kavramı da kültürel miras turizminin gelişmesinde etkili olan unsurlar arasında yer almıştır (Williams, 1998: 185).

Bu bağlamda, kültürel miras; medeniyetlerin yaşam tarzını yansıtan, hüküm sürdükleri döneme dair bilgiler aktaran eşsiz ve değerli varlıklar iken (Mısırlısoy, 2021), turizm ise insanların tarihsel geçmişini, oluşturulmuş özgün bileşenleriyle bütün bir mirası tanınması, öğrenmesi, deneyimlemesi, keşfetmesi ve geleceğe aktarmasının en fonksiyonel yollarından birisidir (Ünüvar ve Yıldırım, 2022: 41). Bu dinamik etkileşim, kültürel mirasın sadece geçmişin bir yansıması olmanın ötesine geçerek, yaşayan ve evrilen bir unsura dönüşmesine katkıda bulunmaktadır.

UNESCO'nun Dünya Mirası Listesi'ni tanıtmasıyla birlikte, 20. yüzyılın sonlarında kültürel miras turizminde hem arz hem de talep açısından belirgin bir ilgi

artışı yaşanmıştır (Nguyen ve Cheung, 2013). Bu artışın ana nedenlerinden birisi, 1989'da Geleneksel Kültürün ve Folklorun Korunması Tavsiye Kararı ve 2003'te düzenlenen Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi gibi uluslararası belgelerin kültürel mirasın önemini vurgulamasıdır. Özellikle 2003'teki SOKM Korunması Sözleşmesi, kültürel miras değerlerinin küresel çapta teşvik edilmesini amaçlamıştır (Álvarez-García vd., 2019). Post-modern dönemde, somut ve somut olmayan kültürel mirasın turizmin sürdürülebilirliğine sağladığı katkılar, turizm sektörünün kültürel miras değerlerini koruma rolünü üstlenmesiyle daha da artmıştır (Karagöz ve Savaş, 2021: 259). Bu etkileşim, kültürel miras turizminin sadece geçmişi yansıtan bir unsur olmanın ötesine geçerek, yaşayan ve gelişen bir unsur haline gelmesine katkıda bulunmaktadır.

Öte yandan Mısırlı bilimci Rudolf Stadelman'ın turizm ve kültürel miras arasındaki ilişkiyi ele alışı, özgün bir perspektif sunmaktadır. Stadelman, turizmin kültürel miras için bir yıkım olduğunu savunurken aynı zamanda turizm olmadan halkın kültürel mirasa ilgisinin olmayacağını vurgulamıştır (Lindberg, 1999: 1; Genç, 2020: 11). Bu farklı bakış açısına rağmen, turizm araştırmacıları, bir bölgenin kültürel mirasının, o bölgeyi diğerlerinden ayıran bir rekabet üstünlüğü sağladığını ifade etmektedir (Bandarin vd., 2011).

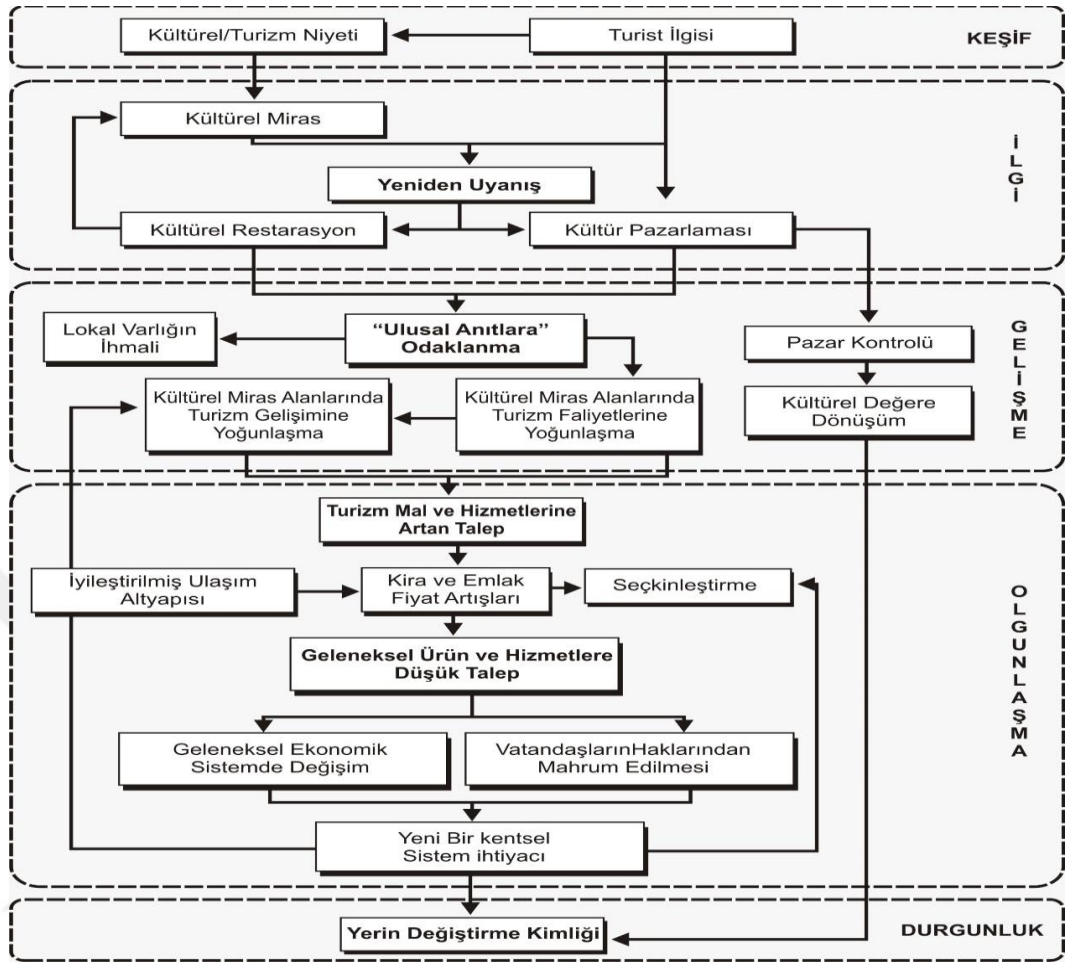
Kültürel miras ve turizm arasındaki epistemolojik (bilgi) ve ontolojik (varlık) bağ, kültürel miras temelli turizmin özelliğini ortaya koymaktadır (Imon, 2017; Duman, 2020). Bu turizm türü, özellikle gelişmekte olan ekonomilere sahip ülkeler için diğer turizm türlerine göre daha hızlı büyüme eğilimi göstermekte olup, somut ve somut olmayan kültürel unsurların turistik amaçlı kullanımını içermektedir. Ancak, bu noktada önemli olan hem somut hem de somut olmayan miras unsurlarının bütünsel olarak düşünülmesi ve değerlendirilmesi gerektiğidir (Doğaner, 2014). Alan yazın incelendiğinde, somut kültürel mirasın durağan olduğu, somut olmayan kültürel mirasın ise dinamik yapıya sahip olduğu (Basat, 2013) ve her iki kültürel miras unsurunun birlikteliğinden daha bütünsel ve zengin bir çekicilik unsurunun ortaya çıktığı vurgulanmaktadır (Genç, 2020).

Kültürel miras ve turizm arasındaki ilişkiye tarihsel bir bakış açısıyla yaklaşıldığında, insanların manevi gelişim ve inançlarını yerine getirmek amacıyla

özellikle orta çağ döneminde yoğun bir şekilde seyahatlere çıktığı gözlemlenmektedir. Bu dönemde, insanlar hem dini hem de kültürel nedenlerle kutsal mekanlara ve tarihi şehirlere seyahat etmişlerdir. Örneğin, Müslümanlar için Mekke ve Medine'ye, Hristiyanlar ise Kudüs ve Roma gibi yerlere hac ve ziyaret amaçlı seyahatler düzenlenmiştir. Bu seyahatler, kültürel miras turizminin temelini oluşturmuş ve kültürler arası etkileşimi artırmıştır. Ayrıca bu durum kültürel miras ile turizm arasındaki ilişkinin çok eski dönemlere dayandığını göstermektedir (Chhabra, 2010).

Geçmişin izlerini taşıyan ve günümüz geleneklerini oluşturan kültürel miras, antik çağlardan itibaren çeşitlenmiş ve gelişmiştir. Ulaşım olanaklarının artması, sosyo-ekonomik değişimler, eğitim düzeyinin yükselmesi gibi faktörler, kültürel miras turizminin modern anlamda ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu turizm türünde, müzik, dans, dil, din, mutfak ve yemek kültürü, sanatsal gelenekler, festivaller, anıtlar, tarihi binalar, evler, kaleler, katedraller, müzeler, arkeolojik harabeler ve kalıntılar gibi çeşitli değerler turistler tarafından bir cazibe unsuru olarak görülmüş ve deneyimlenmiştir (Şen Demir, 2017: 143-144).

Kültürel miras ile turizm arasındaki ilişki, insanlığın geçmişinden günümüze uzanan derin bir kökene sahiptir ve giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Kültürel miras, bir toplumun tarihini, değerlerini ve kimliğini yansıtan eşsiz varlıkları içerirken, turizm ise bu mirası korumak, tanıtmak ve deneyimlemek için bir araç olarak işlev görmektedir. Turistler artık sadece doğal güzellikleri değil, aynı zamanda farklı kültürel deneyimleri aramaktadırlar ve bu da kültürel mirasın turizmdeki önemini artırmaktadır. UNESCO'nun Dünya Mirası Listesi gibi uluslararası girişimler, kültürel mirasın korunması ve tanıtılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Ancak, turizmin kültürel mirasa olan etkisi tartışmalıdır; bazıları turizmin mirasa zarar verdiğini savunurken, diğerleri turizmin kültürel mirasa ilginin artmasına ve korunmasına katkı sağladığını vurgulamaktadır. Bu nedenle, kültürel miras ve turizm arasındaki ilişki karmaşık ve çok yönlüdür, ancak bu ilişki kültürel mirasın korunması, tanıtılması ve gelecek nesillere aktarılması açısından hayati bir öneme sahiptir.



Şekil 1.3. Turizmin Sebep-Sonuç Kapsamında Kültürel Miras Üzerine Etki Analizi

Kaynakça: Imon, 2017

Şekil 1.3. turizmin sebep sonuç kapsamında kültürel miras destinasyonları üzerindeki çeşitli dönüşüm aşamalarını etkileriyle birlikte göstermektedir. Çeşitli derecede fiziksel ve ekonomik durumların söz konusu olduğu dönüşüm aşamalarının ilkinde, genelde tarihi kentsel alanlar yenilik arayan turist ilgisine hitap etmekte olup bu durum ise gerek yerel yaşam üzerinde gerek kentsel miras değerleri üzerinde belirgin bir etki şeklinde gerçekleşmektedir. İkinci aşama ile birlikte ilgili kurum ve kuruluşlar kültürel miras değerlerinin potansiyelinin farkına vararak bu değerlerin korunmasına ve tanıtılmasına yönelik planlamalar gerçekleştirebilmektedir. Bu aşamada, yerel halkın arasında kültürel mirasa sahip çıkma güdüsü oluşurken yönetim tarafından ekonomik hedefler ve yüksek refah beklentileri, kültürel mirasın kalkınma gündeminde ön sıralarda yer alabilmektedir. Kültürel mirasın dönüşüm aşamalarından bir diğeri olan üçüncü aşama, bölgeye özgü olan kültürel miras

değerlerinin turizm sektöründen yüksek oranda etkilenmeye başladığı aşamadır. Bu aşamada turizm paydaşları bölgeye daha fazla turist çekme ve bölgede turist sayısını artırma eğilimi içerisinde olurken diğer taraftan bölgede bulunan mevcut kültürel miras değerlerinin turistler tarafından aşırı kullanılması, koruma durumunu zorlaştırmaktadır. Bu aşama aynı zamanda turizm tesislerine yüksek düzeyde taleplerin olmasına bağlı olarak emlak fiyatlarının yüksek oranda artış gösterdiği dönemdir. Dördüncü aşama bölgenin yerel halk ve yerel halka yönelik hizmet sunan geleneksel işletmelerin yerlerinden edilip çoğunlukla turistlere yönelik hizmet veren yeni işletmelerin faaliyetlerine başladığı aşamadır. Bu aşamada, bölgenin hem somut hem de somut olmayan kültürel miras değerleri yerel halktan ayrılmaya başlamaktadır. Beşinci ve son aşama ise mekanların fiziksel özelliklerini muhafaza ettiği lakin bölgeyi kültürel miras perspektifinden farklı kılan ve turistik açıdan çekicilik unsuru oluşturan kültürel mekân ruhunu kaybetmeye başladığı dönemdir (Duman, 2020: 28-29).

Kültürel mirasın turizmle entegrasyonu, sadece ekonomik anlamda değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel anlamda da önemli etkiler yaratmıştır. Turistlerin kültürel mirasa olan ilgisi, yerel toplulukların bu değerleri koruma ve sürdürme çabalarını artırmıştır. Aynı zamanda, turizm aracılığıyla kültürel alışveriş ve anlayışın artması, farklı kültürler arasında diyalog ve karşılıklı anlayışın gelişmesine katkı sağlamıştır. Öte yandan, kültürel mirasın turizmdeki yükselen rolü, turizmin kültürel miras üzerindeki olumlu etkilerinin yanında, maalesef, olumsuz etkilerini de beraberinde getirmiştir. Bu olumsuz etkiler arasında kültürel homojenleşme, yerel yaşamın ticarileşmesi, aşırı turist yoğunluğunun doğal ve tarihi alanlara zarar vermesi gibi unsurlar yer almaktadır. Araştırma kapsamında turizmin kültürel miras üzerindeki bu olumlu ve olumsuz etkileri daha ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir.

#### ➤ *Turizmin Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkisi*

Kültürel miras, turizm sektörüyle birlikte ekonomik ve kültürel değer kazanmış, bu sayede sürdürülebilir bir gelişme süreci içerisinde yer almıştır. Öte yandan ziyaretçilerine eşsiz deneyim sunma olanaklarına sahip olan kültürel miras değerleri, bölgeye gelen turistlere keşfetme, kültürler arası bilgi akışı ve manevi zenginliklerini artırma olanakları sunmaktadır. Turizm ve kültürel miras arasındaki

bu etkileşim, özellikle turizm sektörüne kazandırılmış olan miras değerlerinin planlı bir şekilde korunmasını ve değerlendirilmesini teşvik etmektedir. Turizme kazandırılarak ekonomik anlamlar yüklenmeyen ve ülke gelirinə katkı sağlamayan kültürel miras varlıklarının gerek yerel yönetimler tarafından gerekse merkezi yönetimler tarafından gerekli ilginin gösterilmediği ve bu alanlarda restorasyon çalışmalarının ikinci plana atıldığı genel-geçer kabul gören bir durumdur. Oysa, yerli ve yabancı turistlerin hizmetine sunulan kültürel miras değerlerinin ilgili merciler tarafından korunması ve önem gösterilerek kâr amaçlı turizm sektörü kapsamında kullanılması durumunda, bölgenin kalkınmasına ve gelişmesine katkı sağlayacağı yadsınamaz bir gerçektir (Duman, 2020: 26). Bununla birlikte insanlığın hizmetine sunulmayan ve bir turizm ürünü haline dönüştürülmeyen bir kültürel miras değeri, zaman içerisinde unutulup yok olmakta bu durum ise bir nevi toplumların ortak değerlerinin yok olması anlamına gelmektedir. Bu noktadan hareketle turizmin kültürel miras üzerindeki olumlu etkileri şu şekilde ifade edilebilmektedir (Uslu ve Kiper, 2006; Shahzalal, 2016; Sivanandamoorthy, 2016):

- Turizm, turistik çekicilik unsuru taşıyan arkeolojik ve tarihi yerlerin korunmasına yardımcı olarak kültürel miras değerlerinin sürdürülebilirlik kapsamında koruyuculuğunu üstlenmektedir.
- Kültürel miras değerleri, turizm sektörüyle birlikte ekonomik kazanımları ve sosyal değerleri çeşitli şekillerde kolaylaştırarak bölgesel gelişme kapsamında bir rol model haline gelmiştir.
- Kültürel miras değerleri, turizm sektörüyle birlikte sadece ekonomik bir kaynak değil aynı zamanda tarihin, doğanın, gelenek ve göreneklerin ideolojik bir çerçeve halini almıştır.
- Kültürel miras değerleri, turizm sektörüyle birlikte yerel toplum ve bölgeye gelen turistler arasında uyum sağlama ve geliştirme kapsamında temel bir köprü görme sorumluluğunu üstlenmiştir.
- Turizm, küreselleşmenin etkisiyle ilkel veya modası geçmiş şeklinde nitelendirilen kültürel miras değerlerin yeniden anlamlandırılarak insanların kullanımına sunmaktadır.

- Turizm, el sanatı olarak nitelendiren insanların el emeği, göz nuru değerleri turistik ürün haline dönüştürerek ekonomik gelir haline getirmektedir.

Turizmin kültürel miras üzerindeki olumlu etkisi, ekonomik ve kültürel açıdan sürdürülebilir bir gelişme sürecine katkı sağlamaktadır. Kültürel miras değerleri, turistlere eşsiz deneyimler sunarak bölgedeki kültürler arası etkileşimi artırmakta ve manevi zenginlikleri çeşitlendirmektedir. Bu etkileşim, özellikle miras değerlerinin korunması ve değerlendirilmesi konusunda bir teşvik mekanizması oluşturmaktadır. Ancak, turizmin kültürel mirasa olan olumlu etkileri yanında dikkate alınması gereken bazı olumsuz etkileri de bulunmaktadır.

#### ➤ *Turizmin Kültürel Miras Üzerindeki Olumsuz Etkisi*

Turizm sektörü, kullandığı ürünlerin yıpranmasına ve bazı durumlarda yok olmasına neden olabilmektedir. Bu durum, kültürel miras değerleri üzerinde de bazı olumsuz etkiler bırakmaktadır. Bu etkilerden bazıları şu şekildedir (Mckercher ve Cros, 2002:60-61; Uygur ve Baykan, 2007: 43-44; Varol, 2017:3; Duman, 2020: 30):

- Turizmin kültürel miras üzerindeki en kritik olumsuz etkisi, sosyo-kültürel niteliklidir. Turizme kazandırılan kültürel miras değerlerinden bazıları, daha fazla ekonomik gelir elde etmek amacıyla zaman içerisinde özelliğini kaybederek farklı şekillere dönüşebilmektedir. Bu durum, kültürel miras değerlerinin ticari mal statüsünde değerlendirilerek metalaştırılması anlamına gelmektedir.
- Turizm faaliyetleri, fiziksel çevrenin iyileştirilmesi ve bölgeye daha fazla turist çekilmesi amacıyla yapılan çalışmalarla kültürel miras değerlerine zarar verebilir veya yok edebilir. Bu çalışmalar, kültürel miras değerlerinin korunması ve sürdürülebilirliği açısından olumsuz etkiler yaratmaktadır.
- Yerel yönetimlerin kültürel değerlerden daha fazla pay alabilmek adına, kültürel değerlerin yıpranmasını veya özelliğini kaybetmesini görmezden gelmeleri, turizmin kültürel miras üzerindeki bir diğer olumsuz etkisidir.
- Miras değerlerinin yenilenemeyen kaynak statüsünde yer almasına bağlı olarak verimli kullanılmasında yaşanan olumsuzluklar, turizmin kültürel mirasın sürdürülebilirliği açısından olumsuz bir etkidir.

- Hediyelik eşya ticareti, bitki ve hayvan türlerinin soyunun tükenmesine neden olarak, turizmin kültürel mirasa yönelik diğer olumsuz etkilerinden birini oluşturmaktadır.
- Çok sayıda turistin gelmesinden dolayı yerel halkın yaşam biçiminde çok hızlı değişimlerin gelişmesi, kültür çatışmalarına yol açabilecektir.
- Zaman içerisinde gelenek ve göreneklerin yozlaşması, kültürel mirasın bütünlüğüne yönelik bir tehdit oluşturabilecektir.

Turizmin kültürel miras üzerindeki en ciddi etkilerinden birisi, doğal ortamda miras değerlerinin fiziksel açıdan aşınma ve yıpranmadır. Turistler, seyahatlerinden hatıra götürme veya ziyaret ettikleri yerlere iz bırakma arzusuyla hareket ederler. Ancak, bu etkileşim kültürel eserlerde ciddi aşınma ve yıpranmaya yol açabilmektedir (Xiao vd., 2022). Bu kapsamda turistlerin, bina veya heykel parçalarını kırma, yontulmuş kabartmaların üzerini boyama, adlarını veya sloganları oyma gibi çeşitli şekillerde eserlere müdahale etmeleri, miras değerlerinin zarar görmesine yol açmaktadır. Ayrıca, turistlerin ziyaretleri sırasında bıraktıkları atıklar çevre kirliliğine neden olmakta bu durum ise turistik destinasyonların estetik çekiciliğini azaltmata ve aynı zamanda hassas malzemelerin özelliğini kaybetmesine de neden olabilmektedir.

Turizmin fiziksel miras ortamı üzerinde bir diğer olumsuz etkisi ulaşım sırasında kullanılan araçlardan çıkan egzoz dumanının kültürel miras alanlarının dış çevrelerinde kimyasal reaksiyonlara neden olmasıdır. Bu durum, hava kirliliği ile kültürel miras alanlarının zarar görmesini etkileyen önemli bir unsurdur (Timothy ve Nyaupane, 2009: 57-58).

Bu olumsuz etkilere karşın, kültürel miras değerlerinin metalaştırılarak ticari birer ürün haline dönüşmesi süreci daha da artmaktadır (Shahzalal, 2016). Örneğin, Nevşehir Göreme'de turizmin kültürel miras üzerinde yıpratıcı ve hatta bu değerleri yok edici etkilere neden olduğu gözlemlenmiştir (Uslu ve Kiper, 2006). Göreme'deki kilise ve mağaralar, yerel halkın turizme uygun olmayan kullanımları ile yıpranmakta, aşırı turist akını ve yanlış davranışlar freskleri bozmaktadır (Gürpınar, 2001: 192). Bu kapsamda, turizmin kültürel miras üzerindeki olumsuz etkileriyle

başa çıkabilmek ve kültürel mirasın sürdürülebilirliğini sağlamak adına, yerel yönetimlerin, sivil toplum kuruluşlarının ve diğer turizm paydaşlarının ortak bir çaba göstermesi gerekmektedir.

### **1.7. Kültürel Miras Turizmi**

Turizm literatüründe genellikle karıştırılan, ancak kendine özgü anlamlar içeren iki temel terim, kültürel miras turizmi ve kültür turizmi, turistik deneyimlere farklı perspektifler katmaktadır (Doğaner, 2014; Richards, 2018). Csapó'nun vurguladığı üzere, kültür turizmi, ziyaretçilere bir ulusun tarihi derinliklerini keşfetme, sanat etkinliklerine katılma ve yerel kültürleri organik bir biçimde deneyimleme imkânı sunarken; kültürel miras turizmi, geçmişten günümüze uzanan önemli eserlere yapılan ziyaretleri temel hedef olarak belirlemektedir (Csapó, 2012; Albayrak, 2013: 63). Bununla birlikte turizm sektöründeki dinamik gelişmeler, kültür turizmini çeşitli alt kategorilere ayrılarak daha spesifik bir hale getirmiştir. Bu kapsamda etnik turizm, inanç turizmi, dark turizm, kültürel miras turizmi vb. gibi özelleşmiş turizm türleri, kültür turizminin geniş çerçevesinde belirgin birer nitelik kazanmıştır. Kültür turizmi içerisindeki bu alt kategoriler, turistlere özgün ve derinlemesine deneyimler sunarak, turistik ziyaretleri daha özelleştirilmiş bir perspektife taşımıştır. Bu çeşitlenme, kültür turizmini genel bir kavram olmanın ötesine taşıyarak farklı ilgi alanlarına hitap eden özgün turistik deneyimleri de beraberinde getirmiştir.

KMT, belirli bir bölgenin kültürel, tarihi ve doğal kaynaklarını özgün bir şekilde temsil eden etkinlikleri içermekte ve turistlere eşsiz bir perspektif sunmayı hedeflemektedir (Diker, 2016). Bu bağlamda, turistler sadece fiziksel olarak bir mekânı ziyaret etmekle kalmaz, aynı zamanda o bölgenin yaşam biçimlerini deneyimleme ve öğrenme şansına sahip olmaktadır. Öte yandan, kültür turizmi, modern kültürel faaliyetlere de odaklanırken, KMT, geçmişten miras kalan değerlere vurgu yapmakta ve bu değerlerin özgünlüğü ve yeniden üretilemez özellikleriyle ön plana çıkmaktadır (Christou, 2005).

Kültürel miras turizminin önemli bir boyutu, sürdürülebilir turizm ilkelerine odaklanmasıdır. Bu turizm türü, turistik ürün olarak değerlendirilen kültürel miras

değerlerini vurgulayarak, bu alanlara yapılan seyahatleri içeren bir özelliğe sahiptir (Smith, 2003; Richards, 2018; Sözbilen ve Duran, 2022: 79). Bu bağlamda, kültürel mirasın sürdürülebilirliği, turizmin etkisiyle veya doğal afet sonucu zarar gören alanların korunması ve restorasyonu için yapılan çabalarla doğrudan ilişkilidir.

Örneğin, kültürel mirasın sürdürülebilirliği adına gösterilen çabaların bir örneği, Nil Nehri üzerindeki Aswan Barajı'nın yapımı sırasında su altında kalma tehlikesiyle karşı karşıya kalan Abu Simbel ve Philia tapınaklarıdır. UNESCO'nun desteğiyle başlatılan kampanya ve dünya genelinden toplanan milyonlarca dolarlık fon, bu alanlarının zarar görmesini engellemek ve yok olmasını bertaraf etmek amacıyla kullanılmıştır (Timothy ve Nyaupane, 2009: 30; Aydın ve Akpınar, 2022: 3). Bu tür çabalar, kültürel miras turizminin sürdürülebilir bir şekilde gelişmesine katkı sağlamaktadır. Öte yandan kültürel miras turizmi, dünya genelindeki önemli kültürel ve doğal alanların korunmasına yönelik çabaların bir parçası olarak da öne çıkmaktadır. UNESCO'nun 1972 yılında imzalanan "Dünya Kültürel ve Doğal Mirasın Korunmasına Dair Sözleşme" ile sağladığı düzenleme, doğal ve kültürel mirasın sürdürülebilirliği ve korunması hedefiyle kültürel miras turizminin ayrıcalıklı bir konumda bulunmasını desteklemiştir (Aydın ve Akpınar, 2022: 3). Bu bağlamda, KMT, sadece turistik bir etkinlik değil, aynı zamanda kültürel ve toplumsal bir zenginlik kaynağı olarak da önem kazanmaktadır.

### **1.8. Kültürel Miras Turizminin Önemi ve Özellikleri**

Küreselleşmenin etkisiyle turizm sektöründe meydana gelen değişimler, turistlerin tüketim alışkanlıklarında önemli değişikliklere neden olmuştur. Bu bağlamda, evrilen turist algısı, kitle turizminin yerine sosyo-kültürel ve doğal miras değerlerinin ön plana çıktığı alternatif turizm türlerine yönelmekte ve özellikle KMT, giderek daha fazla önem kazanan bir turizm türü haline gelmektedir (Poria, vd., 2003; Timothy, 2014). KMT, geçmişe ait izlerin taşındığı, toplumların kimliklerini, tarihlerini, sanatlarını ve geleneklerini yansıtan her türlü maddi ve manevi varlıkları içermektedir. Bununla birlikte tarihi yapılar, antik kentler, sanat eserleri, el sanatları, folklorik gösteriler, geleneksel festivaller, dil ve müzik gibi çeşitli unsurlar, kültürel mirasın zenginliklerini oluşturmaktadır .

Kültürel miras turizmi, insanları farklı kültürel deneyimlerle buluşturmanın yanı sıra, tarih ve kültür arasında köprüler kurarak toplumların birbirine yaklaşmasını sağlamaktadır. Bu turizm türü, turistleri yeni yerler keşfetmeye ve farklı deneyimler yaşamaya teşvik ederken, yerel topluluklara sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan çeşitli faydalar sağlamakta ve yerel ekonomilere önemli katkılar sunmaktadır. Özellikle gelenek-görenek ve geleneksel el sanatları gibi unutulmaya yüz tutmuş kültürel miras değerlerinin yeniden canlandırılmasını ve korunmasını destekleyen kültürel miras turizmi bu değerleri turistik ürün haline dönüştürerek destinasyon alanlarının gelişmesine çeşitli katkılar sunmaktadır. Bu bağlamda, ziyaret edilen bölgelerde iş olanaklarının artması, yerel kültürel etkinliklerin desteklenmesi ve toplumun genel refahının artması gibi olumlu sonuçlar elde edilmektedir.

Kültürel miras turizmi, yerel toplulukların kültürel kimliklerini koruma ve güçlendirme çabalarına önemli katkılarda bulunmaktadır. Ziyaret edilen bölgelerde yerel halk, turistlerle etkileşime geçerek kendi kültürel miraslarını paylaşmakta ve bu sayede sahip oldukları değerlerin turistler tarafından öğrenilmesi ve anlaşılmasını sağlamaktadır. Ayrıca bu etkileşim, yerel toplulukların kendi kültürel değerlerinin sürdürülebilirliğini artırırken, turistlerin de daha derin ve anlamlı bir deneyim yaşamalarına olanak tanımaktadır. Bu kapsamda kültürel mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılması açısından, kültürel miras turizmi önemli bir motivasyon kaynağı olarak işlev görmektedir.

Kültürel miras turizmi, ziyaretçilere nostalji duygusu uyandırma ve ekonomik kazanç elde etme amacını taşıyan bilinçli bir fenomen olarak değerlendirilmektedir. Chhabra'nın ifade ettiği gibi, bu fenomen genellikle geçmişin, mirasın ve otantikliğin bilinçli bir şekilde yönetilerek ziyaretçilere nostalji duygusu uyandırma ve kültürel miras unsurlarından ekonomik getiri elde etme amacını taşıyan bir fenomen olarak değerlendirilmektedir (Chhabra 2010: 5). Ayrıca, kültürel miras turizmi arz ve talep perspektiflerinden etkilenen dinamik bir ürün veya süreç olarak da nitelendirilmektedir (Richards 1996).

Álvarez-García vd., (2019), kültürel miras turizminin sadece ziyaretçilere tarihi ve kültürel deneyimler sunmakla kalmayıp aynı zamanda yerel ekonomiye ve

toplumun sürdürülebilir gelişmesine katkıda bulunduğuna vurgu yapmaktadır. Bu kapsamda, Fayissa vd., (2007), Li vd., 2008) ile Simpson (2008), gibi araştırmacılar, kültürel miras turizminin ekonomik fayda sağlama potansiyelinin etkili olduğuna dikkat çekmektedirler.

Genel olarak, kültürel miras turizminin önemi; turistlerin kültürel deneyim kazanmak amacıyla destinasyon merkezlerinde harcamalar yapmalarının yanı sıra bu destinasyonları tercih etmeleri sonucu yerel ekonomiyi canlandırma, halkın yaşam standardına katkıda bulunma, yerel halkın kültürel miras bilincini artırma gibi etkileriyle öne çıkmaktadır. Ayrıca, ilgili kurum ve kuruluşlar tarafından kültürel miras değerlerinin korunmasına yönelik çalışmalara etki etmesi de kültürel miras turizminin önemli etkileri arasında yer almaktadır (Chhabra, 2010; Binoy, 2011).

Bununla birlikte, kültürel miras turizminin değer sağlamanın ötesinde öne çıkan başka önemli faydaları da bulunmaktadır. Bu faydalardan bir kısmı şu şekilde sıralanmaktadır (Necissa, 2011; Alberti ve Giusti, 2012; Mirza, 2016; Kim vd., 2019; Kalaba, 2021; Zhu vd., 2023)

- *Kültürel ve tarihi değerlerin korunması:* Kültürel miras turizmi, tarihi yapıları, sanat eserlerini, gelenekleri ve diğer kültürel öğeleri korumak için önemli bir rol oynamaktadır. Bu turizm türü yerel toplumların tarihi ve kültürel mirasına olan ilgiyi artırarak bu değerlerin gelecek nesillere aktarılmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda tarihi ve kültürel mekânların restorasyonu ve korunması için maddi kaynak oluşturulmasına etki etmektedir.
- *Yerel ekonomik kalkınma:* Kültürel miras turizmi, yerel ekonomiye önemli düzeyde katkı sağlamaktadır. Turistlerin tarihi ve kültürel mekânları ziyaret etmesi, otellerde konaklaması, restoranlarda yemek yemesi, hediyelik eşya satın alması gibi faaliyetler yerel işletmelerin büyümesine ve bu işletmelerde istihdamın artmasına etki etmektedir. Bu kapsamda kültürel miras turizmi, yerel toplumların refahını artırmakta ve yaşam standartlarını yükseltmektedir (Necissa, 2011).
- *Kültürler arası etkileşim ve anlayış:* Kültürel miras turizmi, farklı kültürler arasında etkileşim ve anlayışı teşvik etmektedir. Ziyaretçiler başka bir kültürü

deneyimleyerek, gelenekleri, sanatı ve yaşam tarzını anlama fırsatı bulurlar. Bu da hoşgörü, kültürel çeşitlilik ve karşılıklı saygıyı artırmaktadır.

- *Bölgesel gelişme ve altyapıyı iyileştirmeleri:* Son zamanlarda, bölgelerin rekabet güçlerini kültürel miras değerlerinden yararlanarak geliştirebileceklerine dair artan bir farkındalık söz konusudur (Alberti ve Giusti, 2012). Kültürel miras turizmi, turizm destinasyonlarının bölgesel açıdan gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Bölgeye olan turist talebiyle, altyapı çalışmalarına hız verilerek ulaşım ağları iyileştirilir. Oteller, restoranlar ve diğer turizm hizmetleri için yeni işletmelerin açılması, bölge ekonomisinin büyümesine katkı sağlayarak ekonomik gelişmeyi destekleyecektir.
- *Kimlik ve kültürel özgünlük:* Kültürel miras turizmi, bir bölgenin veya ülkenin kimliğini ve kültürel özgünlüğünü koruması açısından önemlidir. Turizm faaliyetleri, yerel ve kültürel değerlerin yaşatılmasını ve tanıtılmasını sağlamaktadır. Bu durum yerel toplumun kültürel mirasına sahip çıkmasını teşvik eder ve yerel halkın geleneklerini, el sanatlarını, yerel festivallerini ve diğer kültürel etkinliklerini yaşatmalarını desteklemektedir (Zhu vd., 2023).
- *Eğitim ve öğrenme fırsatları:* Kültürel miras turizmi, ziyaretçilere eğitim ve öğrenme fırsatı sunmaktadır. Tarihi ve kültürel mekânlar, müzeler, sanat galerileri gibi yerlerde gerçekleştirilen turlar ve etkinlikler, turistlere geçmişle ilgili bilgiler ve yeni perspektifler sunmaktadır. Bu da turistlerin kültürel ve tarihi bilgilerini geliştirmelerine ve kültürel farkındalıklarını artırmalarına yardımcı olacaktır.
- *Sürdürülebilir turizm ve çevresel koruma:* Sürdürülebilir turizm, içerisinde bulunulan zaman dilimi içerisinde insanların, sosyal ve ekonomik ihtiyaçlarını karşılarken gelecek nesillerin de gereksinimlerini karşılayabilmeleri adına destinasyon merkezlerinde bulunan ve turistik ürün özelliği taşıyan varlıkların gelecek nesillere aktarılmasını hedefleyen bir yaklaşımdır (Kim vd., 2019; Kalaba, 2021; Mirza, 2016). Bu kapsamda kültürel miras turizmi, sürdürülebilir turizm kriterlerinin uygulanmasına katkıda bulunabilecek önemli bir alternatif

turizm türüdür. Çünkü doğal ve kültürel kaynakların korunması, turizm faaliyetlerinin planlanması ve yönetilmesiyle sağlanabilmektedir.

Bu kapsamda kültürel miras turizmi, yerel toplumların çevre bilincini artırabilir, çevre dostu uygulamaların yaygınlaşmasını teşvik ederek doğal ve kültürel alanların gelecek nesillere aktarılmasını sağlayabilir. Öte yandan somut ve somut olmayan kültürel miras değerlerini konu alan kültürel miras turizminin, arkeolojik alanların/anıtların restorasyonunu teşvik etmesi ve gelenek-görenekleri festivaller aracılığıyla canlandırması ve sürdürülebilir hale getirmesi, kültürel miras turizminin sürdürülebilirliğinin sağlanmasına olan katkısını ortaya koymaktadır (Poria vd., 2003; Genç, 2020).

Kültürel miras turizmine katılan turist profiline bakıldığında zaman, alanyazında genellikle amaçlı kültür turistleri, görülmeye değer yerleri görmekle yetinen kültür turistleri, rastlantısal kültürel miras turisti, kazara kültür turisti ve kültüre ilgisi düşük olan kültürel miras turisti (Dilek, 2020; Nguyen ve Cheung, 2013) şeklinde beş farklı sınıfta değerlendirildiği görülmektedir. Bununla birlikte, kültürel miras turizminin gerçekleştiği bir destinasyon merkezinde, en çok tercih edilen turist profili genellikle amaçlı kültür turistleridir. Çünkü bu turistler, belirli bir eğitim ve kültür seviyesine sahip olan, destinasyon merkezine araştırma yaparak geldiği için bölgede zaman geçirmeyi önemseyen ve konaklama işletmelerinden hizmet almayı tercih eden turist profilidir. Öte yandan kültürel miras turizminin öne çıkan temel özellikleri ise şu şekildedir (McKerher ve Du Cros, 2002; Albayrak, 2013):

- Kültürel miras turizmi, farklı kültürlerle ait eser ve değerleri öğrenme temeline dayanan bir alternatif turizm türüdür. Bu turizm türü, çeşitli kültürlerle ait tarihi binalar, anıtlar, sanat eserleri vb. gibi geçmişten miras kalan ve günümüze ulaşabilen değerleri odak noktasına almaktadır. Bu değerler, yeniden üretilemez ve taklit edilemezler.
- Kültürel miras turizmi, geçmişten günümüze ulaşabilmiş eserlerin turizm amaçlı kullanımının yanı sıra, bu eserlerin bulunduğu bölgeye ekonomik yönden gelir sağlama özelliği taşımaktadır. Bu durum, ilgili kurum ve kuruluşlar tarafından

kültürel mirasın sürekli olarak önemsenmesine, korunmasına ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasına olanak sağlamaktadır.

- Kültürel miras turizmi, somut ve somut olmayan miras değerlerinin bulunduğu destinasyonlarda gerçekleştirilen turistik faaliyetler olması nedeniyle yerel halka istihdam olanakları sağlarken aynı zamanda bölgeler arasında sosyo-ekonomik yönden geri kalmışlığın giderilmesine olumlu yönde katkı sağlamaktadır.
- Kültürel miras turizmi, yılın her döneminde gerçekleştirilebilen bir turizm türüdür. Bu durum turizmden daha fazla gelir elde etmek isteyen ülkeler için önemli bir cazibe unsurudur.
- Kültürel miras turizmi, miras değer ve eserlerinin sadece bulunduğu destinasyon merkezinde deneyimlenebilmesi nedeniyle talep oluşturma özelliğine sahiptir.
- Bu turizm türü, uzun vadede sürdürülebilir turizme katkı sağlamaktadır ve turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesinde çekicilik unsuru olarak da önemlidir. Bu kapsamda, bir bölge veya ülke için önemli bir reklam ve tanıtım aracı olabilmektedir.
- Kültürel miras turizmi, bulunduğu bölgedeki konaklama işletmelerinin doluluk oranını artırırken diğer sektörler de ek kazanç olanakları sunmaktadır.
- Bir bölgeye özgü olan somut ve somut olmayan miras değerleri, kültürel miras turizmi aracılığıyla maddi değerlere dönüşebilir ve kültürel etkileşime katkı sağlayabilir.
- Kültürel miras turizmi, bir bölgenin kendisine özgü somut veya somut olmayan değerlerinin ya da her ikisinin birlikte kullanılmasına olanak sağlayan bir turizm türüdür, böylelikle rekabet üstünlüğüne katkı sağlamaktadır.

### **1.9. Kültürel Mirasın Sürdürülebilirliği**

Sürdürülebilirlik terimi, ilk kez Hans Carl Von Carlowitz tarafından kullanılmış olup, Latince "sustinere" kelimesinden türetilmiştir ve sürdürmek, devam ettirmek, desteklemek gibi anlamlar içermektedir (Göcen ve Şahin, 2021). Sürdürülebilirlik, 20. yüzyıl içindeki ekonomik ve sosyal gelişmelerin doğaya verdiği

zararın farkındalığı ve bilinçlenmesi olarak ortaya çıkmıştır (Yeni, 2014). Bu anlayış, Sanayi Devrimi sonrasında doğaya verilen zararın farkına varan ve bunu önlemeye yönelik tedbirler olarak gelecek nesillere daha yaşanabilir bir dünya bırakma isteğiyle benimsenen bir yaşam tarzıdır (Doğan, 2020: 83).

Globalleşen dünyada endüstrileşme sonucu meydana gelen kimyasal salınımların neden olduğu hava kirliliği, su havzalarının azalması ve doğal yaşam alanlarının kaybı gibi etkiler, doğaya ve kültürel miras değerlerine zarar vermiştir (Streimikiene vd., 2021). Bu durum, insanlarda sürdürülebilirlik bilincinin oluşmasına yol açmıştır.

Genel ihtiyaçların karşılanması sürecinde, kısıtlı ve yenilenemeyen kaynakların bilinçli bir şekilde kullanılması ve gelecek nesillere yaşanabilir bir dünya bırakılması faaliyetlerini içeren sürdürülebilirlik kavramı (Eşitti, 2019: 39), 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından hazırlanan Brundtland Raporu ile yaygınlaşmıştır (Soini ve Birkeland, 2014; Bozdoğan, 2005). Bu rapor, doğal kaynakları kullanarak günümüz insanların ihtiyaçlarını karşılamayı, aynı zamanda gelecek nesillerin ihtiyaçlarını riske atmamayı vurgulamıştır (Gössling vd., 2009). Sürdürülebilirlik kavramı, özellikle turizm gibi sektörlerde temel bir ilke haline gelmiştir, çünkü turizm faaliyetleri çevresel, sosyal ve ekonomik etkilere sahip kilit bir sektördür (Swarbrooke, 1999).

Turizmin kitleselleşmesiyle seyahat oranlarının artması, trafik yoğunluğu ve karbon salınımindaki artış gibi olumsuz etkiler doğurmuştur (Sunlu, 2003). Turistik destinasyonlardaki taşıma kapasitesinin aşılması, inşaat faaliyetleri ve çevresel atıklar, turistik alanların kirlenmesine ve tahrip olmasına neden olmuştur (Eşitti, 2019; Mebratu, 1998).

Son zamanlarda turizm talebindeki değişen bilinçli turist profiliyle birlikte çevre duyarlılığı artmış, doğal kaynakların ve kültürel mirasın korunması ve sürdürülebilirliği gibi kavramlar önem kazanmıştır (Şahin vd., 2021). Bu bağlamda, sürdürülebilir turizmin tanımı, "turistlerin, turizm endüstrisinin ve ev sahibi toplulukların mevcut ihtiyaçlarını, gelecek kuşakların kendi ihtiyaçlarını karşılama

olanaklarını azaltmadan karşılayan turizm (Kaya ve Alptürker, 2023) olarak yapılmıştır. Sürdürülebilir turizm, çevresel, sosyal ve ekonomik etkileri dengeli bir şekilde yöneterek turizmin kaynakları olan bölgesel ve yerel çekicilikleri korumayı, geliştirmeyi ve sürdürmeyi amaçlayan bir paradigmadır (Timothy ve Nyaupane, 2009). Bu kapsamda kültürel miras turizmi de diğer alternatif turizm türleri gibi doğal kaynakları koruyarak yaşanabilir bir çevre yaratmayı hedefleyen doğayla uyumlu bir turizm etkinliği olarak sürdürülebilir turizm ilkelerini benimsemiş bir alternatif turizm türüdür.

Kültürel miras turizmi, kültürel çeşitliliği ve kimliği yansıtan, insanların geçmişle bağ kurmasını sağlayan bir turizm türüdür. Bu özelliği, kültürel miras turizminin sürdürülebilirliğini, turizm paydaşları ve kültürel miras yönetimi (KMY) için ortak bir hedef haline getirmiştir. Çünkü sürdürülebilir kültürel miras turizmi, paydaşların ve kültürel miras yönetiminin amaçlarına uygun olarak kültürel mirasın özgünlüğünü korumakta ve tanıtmaktadır (McKercher ve Du Cros, 2002: 171; Chhabra, 2010: 4). Bu sayede, kültürel miras turizmi, doğal ve kültürel kaynakların korunmasına ek olarak yerel toplumların sosyo-ekonomik kalkınmasına da katkı sağlamaktadır. Tarihi Kentler Birliğinin 2012 yılında 'sürdürülebilir kültür turizmi için kamu-yerel-sivil-özel iş birliği' adlı rehberinde, sürdürülebilir kültür turizmi için geliştirdikleri bazı temel ilkeler bulunmaktadır. Bu ilkelerin benimsenmesiyle kültürel mirasın sürdürülebilir olması da esastır. Bu kapsamda söz konusu temel ilkeler şu şekilde ifade edilmektedir (Şahin, 2021: 63-64):

- Yerel yöneticiler, ilk olarak kültürel mirasın önemini farkında olmalı ve turizmin getirdiği faydalardan daha çok kültürel mirasın korunmasına öncelik vermeli ve desteklemelidir.
- Kültürel miras turizmi, yerel kültürün ve inancın farklılıklarına ve özgünlüklerine saygılı bir şekilde gerçekleştirilmelidir.
- Kültürel miras varlıkları, koruma ve muhafaza ilkelerine uygun şekilde yönetilmeli ve kültür turizmi, bu varlıkların tanıtılması ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasında bir araç olarak kullanılmalıdır.

- Kültür turizmi veya kültürel miras turizmi, yerel toplumun ihtiyaçlarına duyarlı olmalı, ziyaretçileri bu konuda bilinlendirmeli ve yerel toplumun onayı alınarak faaliyetler gerçekleştirilmelidir.
- Kültür turizmi veya kültürel miras turizmi, sürdürülebilir kalkınmanın hedeflerine katkı sağlamalıdır.
- Kültür turizminin planlanması ve geliştirilmesi sürecinde, yerel topluluklar, belediyeler, işletmeler gibi yerel aktörler rol almalıdırlar.
- Kültür turizmi veya kültürel miras turizmi, yerel toplumun tüm kesimlerine eşit bir Şekilde fayda sağlamalıdır.
- Kültür turizmi veya kültürel miras turizmi, ziyaretçilerin beklentilerini karşılamalı ve onlara yüksek kalitede bir deneyim sunmalıdır.
- Kültür turizmi veya kültürel miras turizmi, karbon salınımını azaltmak için tedbirler almalı, enerji ve su gibi sınırlı kaynakları korumalı ve atık üretimini minimize etmelidir.
- Kültür turizmi veya kültürel miras turizmi, sürdürülebilir bir ulaşım altyapısına sahip olmalıdır.
- Kültür turizminin etkileri ve toplumsal maliyeti, üretici ve tüketicilerle fiyatlarına yansıtılmalıdır.
- Kültür turizminin yönetimi ve gelişimi, değişen koşullara uyum sağlayacak Şekilde esnek olmalıdır.

Kültürel miras turizmi, somut ve somut olmayan kültürel miras kaynaklarının, türü fark etmeksizin (somut, somut olmayan veya karma), hem bugünkü hem de gelecekteki ziyaretçilere etkin bir Şekilde sunulabilmesi için etkili bir yönetimi gerektirmektedir. Bu yönetim, kültürel mirasın ekonomik ve sosyo-kültürel faydalarını sağlamakla kalmayıp aynı zamanda kültürel mirasın özgünlüğünü ve korunmasını da dikkate almalıdır (Fyall ve Garrod, 1998).

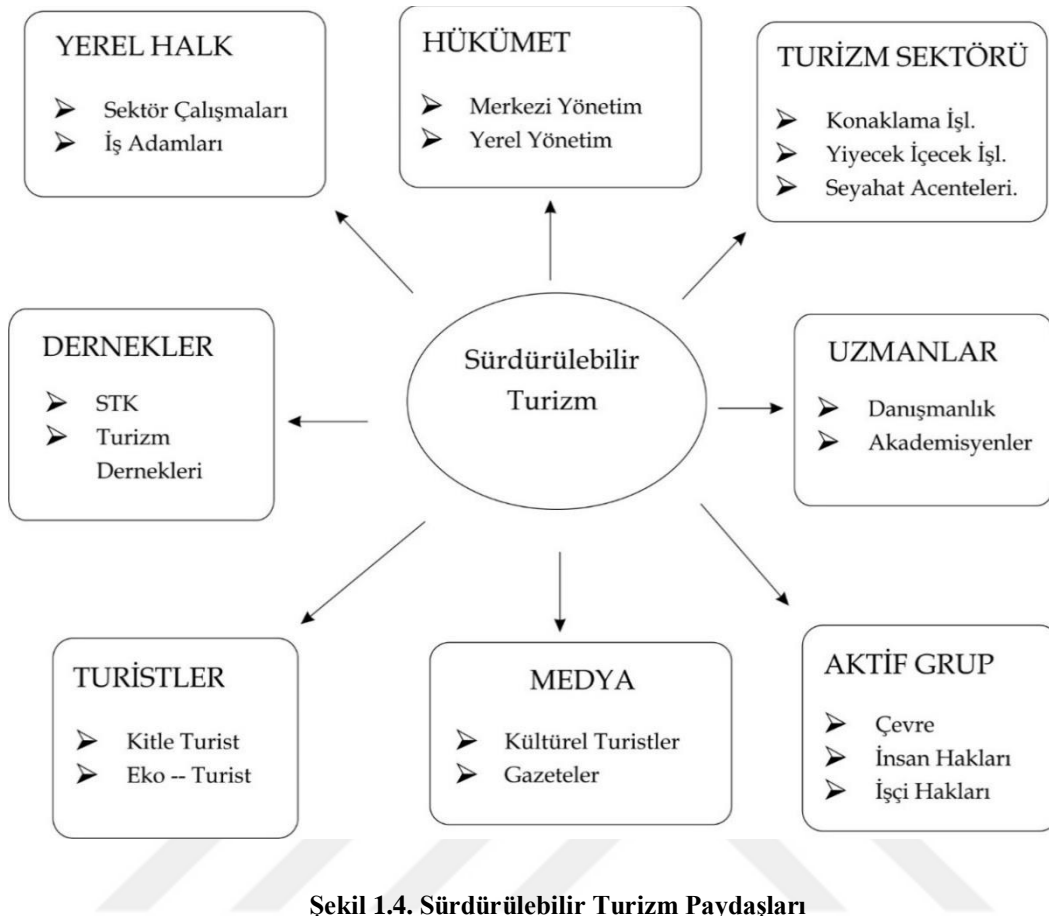
Öte yandan literatürde kültürel miras turizminin sürdürülebilirliği konusunda farklı görüşler bulunmaktadır. Taşıma kapasitesinin sürdürülebilir gelişmeye katkısı,

sosyal müzakere süreciyle belirlenen büyüme sınırları (Saarinen, 2003), eğitim ve öğretim programları ile yerel toplumun aktif katılımı (Kaul ve Gupta, 2009) ve kültürel mirasın korunması için değişimin izlenmesi ve yönetilmesi gereken bir süreç olduğu bu görüşlerinden bazılarıdır (Jamieson, 1998).

Bununla birlikte kültürel miras değerleri, turizmin önemli bir parçası ve kaynağıdır. Ancak, kültürel miras değerlerinin korunması ve sürdürülebilirliği için yasalar ve kuruluşlar tek başına yeterli değildir. Bu kapsamda çeşitli paydaşların etkin bir şekilde rol alması ve iş birliği yapması gerekmektedir (Omar vd., 2013; Ünüvar ve Yıldırım, 2022). Bu nedenle, turizm paydaşları, kültürel mirasın turizmden olumsuz etkilenmemesi için çevresel, sosyal, kültürel ve ekonomik sürdürülebilirlik ilkelerini birlikte benimsemelidir (Loulanski ve Loulanski, 2011).

Kültürel miras turizminin sürdürülebilirliği için, turizm paydaşlarının ortak bir vizyon ve strateji geliştirmesi, yerel toplumun katılımını ve faydasını sağlaması, kültürel miras kaynaklarının korunması ve yorumlanması için kalite standartlarının belirlenmesi ve sürdürülebilirlik performansının izlenmesi önem arz etmektedir. Bununla birlikte yerel toplulukların ve diğer paydaşların karar alma süreçlerine aktif katılımı, kültürel miras turizminin sürdürülebilirliği için kilit bir rol oynamaktadır (culture.ec.europa.eu, Erişim: 16.06.2023). Bununla birlikte, kültürel mirası korumak için otantik yorumlama ve iyi uygulamalar, destinasyon yöneticileri, yerel halk ve turizm işletmeleri arasında iş birliğini teşvik etmektedir. Bu yaklaşım, sadece turistlere doğru bilgiler sunmakla kalmayıp aynı zamanda yerel toplulukların ve turizm paydaşlarının kültürel mirasın sürdürülebilir yönetimi konusundaki çabalarını koordine etmelerine yardımcı olacaktır (Handapangoda vd., 2019).

Kültürel mirasın sürdürülebilir şekilde pazarlanması ve uygulanması, merkezi düzenleme ve kontrol mekanizmalarına ek olarak yerel paydaşların katılımını ve iş birliğini gerektirmektedir. Tüm paydaşların bütüncül bir yönetim yaklaşımını çerçevesinde uyumlu bir şekilde çalışmaları, sürdürülebilirliği sağlamak açısından önemlidir. Bu noktadan hareketle, sürdürülebilir turizm kapsamında öne çıkan turizm paydaşları Şekil 1.4'te gösterilmektedir.



Şekil 1.4. Sürdürülebilir Turizm Paydaşları

**Kaynak:** Swarbrooke (1999), Sustainable Tourism Management, p. 17

Kültürel mirasın korunması ve değerlendirilmesinde, turizm işletmeleri, üniversiteler, yerel halk, sivil toplum kuruluşları (STK) ve yerel yönetimler gibi paydaşlar, birlikte belirlenen politikaların uygulanmasında önemli bir etkiye sahiptirler. Örneğin, Orta Amerika'da bulunan Belize'de, bağımsız bir kuruluş olan Koruma Alanları Vakfı, her yabancı ziyaretçiden 3,75 dolarlık bir koruma katkısı almaktadır ve bu katkı yılda yaklaşık 500 bin dolarlık bir gelir sağlamaktadır. Bu gelir, çevre eğitimi, koruma planlaması ve altyapının geliştirilmesi gibi faaliyetler için ayrılmaktadır (Gülertekin Genç, 2020: 103). Bu nedenle, kültürel mirasın sürdürülebilir şekilde pazarlanması ve uygulanması için yerel paydaşların katılımını ve iş birliğini sağlayacak politika ve stratejilerin geliştirilmesi, turizm sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından önem arz etmektedir (Varol, 2020; Ubertaini, 2022).

Öte yandan, somut olmayan kültürel miras unsurları, sözlü kültürel aktarım araçları oldukları için somut kültürel miras değerlerine göre yok olma riski daha yüksektir (Tan vd., 2018). Bu bağlamda, somut olmayan kültürel mirasın sürdürülebilirliğini sağlamak büyük önem taşımaktadır. Ayrıca destinasyon bazında düzenlenen her yılki kültür ve sanat festivalleri, somut olmayan kültürel mirasın sürdürülebilirliğine katkıda bulunurken, gastronomi turizmi, edebiyat turizmi, etkinlik turizmi gibi kültür turizm türleri de somut olmayan kültürel miras değerlerinin sürdürülebilirliğine önemli düzeyde katkı sağlamaktadır (Gülertekin Genç, 2020).

### **1.10. Kültürel Miras Yönetimi**

Kültürel miras yönetimi (KMY), yasal ve kurumsal çerçevenin değerlendirilmesi, uygulamaya yönelik çalışmaların gerçekleştirilmesi, paydaşların görev ve sorumluluklarının belirlenmesi, projelere bilgi ve finansal altyapısının sağlanması ve yönetsel sistemin oluşturulmasının yanısıra kültürel mirasın korunması, yaşatılması ve sürdürülebilirliğin sağlanması sürecidir (Kuşçuoğlu ve Taş, 2017: 60). Diğer bir ifadeyle KMY, kültür varlıklarının bütünleşik bir şekilde korunması için gerekli yönetim fonksiyonlarını planlama ve uygulama süreci olarak tanımlanmakta olup (Çırak, 2022) mevcut kültürel miras varlıklarından gelecekteki nesillerin de faydalanabilmeleri adına alınan sistematik önlemler sürecinin bütünüdür (McKercher ve Du Cros, 2002: 43). KMY, turizm sektöründen gelir elde edilirken mevcut kültürel miras varlıklarının özelliğini koruyarak tarihi, kültürel ve eğitimsel değerleri doğru şekilde yönetip teşvik etmek arasında denge kurmakla ilgilidir (Yarış, 2019: 287). Bu durumun oluşması, özellikle 80'li yıllardan itibaren kültürel mirasın giderek artan bir şekilde turizm endüstrisinin potansiyel kullanım alanlarından birisi olmasından kaynaklanmaktadır. Öte yandan alanyazında yeni bir olgu olan KMY'nin de beş aşamalı bir gelişiminden söz edilebilmekte olup bu aşamalar, envanter aşaması, ilk mevzuat, artan profesyonellik, paydaş istişaresi ile gözden geçirme şeklindedir (McKercher ve Du Cros, 2002: 50-51).

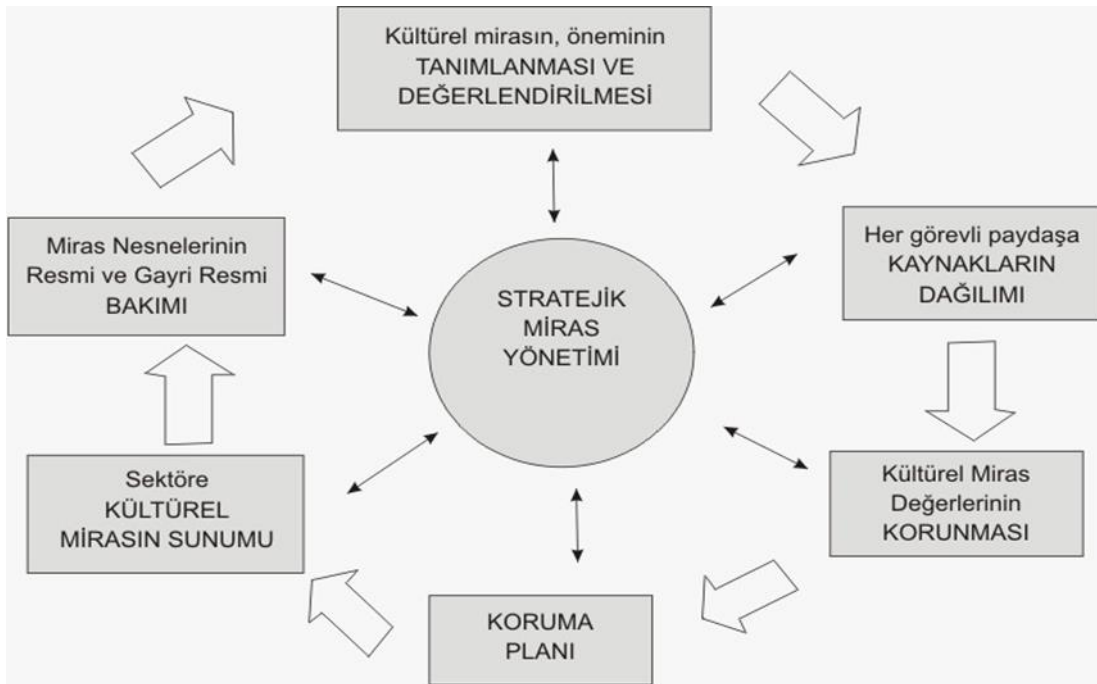
- Envanter, halkın artan ilgisi, belgeler ve amatörlerden iş yapan profesyonellere gelişim,

- İlk mevzuat, miras varlıklarının tanımlanmasına ve korunmasına rehberlik edecek birinci nesil mevzuat, somut olmayan miras yerine somut mirasa odaklanma, resmi miras kurumlarının oluşturulması, diğer resmî kurumlar veya yasalarla çok az bütünleşme,
- Artan profesyonellik, uluslararası resmi kültürel miras kuruluşlarının ve sivil toplum kuruluşlarının oluşması, tüzüklerde etik kuralları ve koruma ilkelerini resmileştirme gerek kamu gerek özel kuruluşlarda kültürel miras mesleklerinin geliştirilmesi,
- Paydaşlarla istişare, geniş bir paydaş yelpazesinin ortaya çıkması, anlaşmazlık alanlarının belirlenmesi, topluluk çıkarlarına daha fazla önem verilmesi,
- Gözden geçirme, yeni sorumluluk anlayışı, yeni veya revize edilmiş mevzuat, entegre olmuş planlama ve uygulama, somut olmayan miras konusunda daha fazla farkındalık, diğer kullanıcıların tanınması, yerinde yeni paradigma, olgunluk.

Bu beş aşamalı süreç, kültürel mirasın değerini anlayan ve korunmaya ihtiyaç duyan akademisyenlerin, sivil toplum liderlerinin ve politikacıların katkılarıyla başlamaktadır (McKercher ve Du Cros, 2002). İlk aşama genellikle varlıkları belgelemek için ortaya çıkan yeni girişimleri içermekte ve genellikle istekli amatörler veya bir grup miras uzmanı tarafından yönlendirilmektedir. Varlıkların kapsamı belirlendikten sonra, ikinci aşama, bu varlıkları tanımak ve korumak için bir yasal düzenlemenin hazırlanmasını içermektedir. Resmi miras dairelerinin oluşturulması veya devlet dairelerinde miras bölümlerinin oluşturulması genellikle bu bölümde meydana gelmektedir. Üçüncü aşama sektörde ve yerel yönetimlerde artan profesyonelliği yansıtır. Dördüncü ve beşinci aşamalar, kültürel miras yönetiminde daha da fazla gelişmişliği göstermektedir. Bu aşamalarda, paydaşların katılımı ve farkındalık artmaya başlarken, son aşamada ise mevcut uygulamalar gözden geçirilir ve gerekli düzenlemeler yapılır. Bununla birlikte alanyazından hareketle kültürel miras yönetimiyle ilgili kurum ve kuruluşların benimsediği modellerden bazıları şu şekildedir:

• **ANZECC Modeline Dayalı Yönetim**

Avustralya ve Yeni Zelanda Çevre Koruma Konseyi (ANZECC) yönetim şeklini temel kriter kabul eden KMY, Stratejik miras yönetimi, KM varlıklarının tanımlanması ve değerlendirilmesi, ilgili paydaşlara kaynakların dağılımı, KM bakımı, korunması ve yorumlanması ile ilgilidir. ANZECC modelinin öne çıkan özelliği, ekonomik fayda sağlamak adına kültürel miras değerlerinin insanların kullanımına etkin bir şekilde sunulmasıdır (Jureniene ve Radzevičius, 2014: 239).



Şekil 1.5. ANZECC Yönetim Modeli

**Kaynak:** Jureniene ve Radzevičius, (2014) P. 238

ANZECC modeline dayalı yönetim, KMT ile yakından ilişkilidir. Bu model, kültürel miras değerlerinin korunması, geliştirilmesi ve yönetilmesi için bir çerçeve sunmaktadır. Bu model, özellikle Avustralya ve Yeni Zelanda gibi ülkelerde tercih edilmektedir. ANZECC modelinin temel amacı, kültürel miras değerlerinin ekonomik fayda sağlamak adına insanların kullanımına etkin bir şekilde sunulmasıdır. Bu sayede, KMT bölgesel gelişmeye katkı sağlayan bir sektör haline gelecektir (Yarış, 2019: 290-291). ANZECC modelinin aşamaları şunlardır (Jureniene ve Radzevičius, 2014):

*Stratejik Miras Yönetimi:* Kültürel mirasın vizyonu, misyonu, amaçları ve hedefleri belirlenir, bu da kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeyle uyumlu olmasını sağlamaktadır.

*Tanımlama ve Değerlendirme:* Kültürel miras yerlerinin bilimsel olarak araştırılması, kayıt altına alınması ve değerlendirilmesi yapılmakta bu da kültürel miras turizminin kalitesini ve çeşitliliğini artırmaktadır.

*Paydaşlara Kaynakların Dağılımı:* Kültürel miras turizmine katkı sağlayacak kişi, kurum ve kuruluşlara kaynakların adil ve etkin bir şekilde dağıtılması gerçekleştirilir, bu da paydaşlar arası iş birliği ve koordinasyonu güçlendirmektedir.

*Kültürel Miras Değerlerinin Korunması:* Kültürel mirasın fiziksel bir ihlal olmadan muhafaza edilmesi ve himaye edilmesi için gerekli önlemler alınır, bu da kültürel miras turizminin sürdürülebilirliğini sağlamaktadır.

*Koruma Planı:* Kültürel kaynakların bozulma ihtimalini azaltmak veya telafi etmek için gerekli çalışmalar planlanır ve uygulanır, bu da kültürel miras turizminin risk yönetimini gerçekleştirir.

*Sektöre Kültürel Mirasın Sunumu:* Kültürel miras değerlerinin insanların kullanımına sunulması için gerekli pazarlama, tanıtım ve yorumlama çalışmaları yapılır, bu da kültürel miras turizminin talebini ve rekabet gücünü artırır.

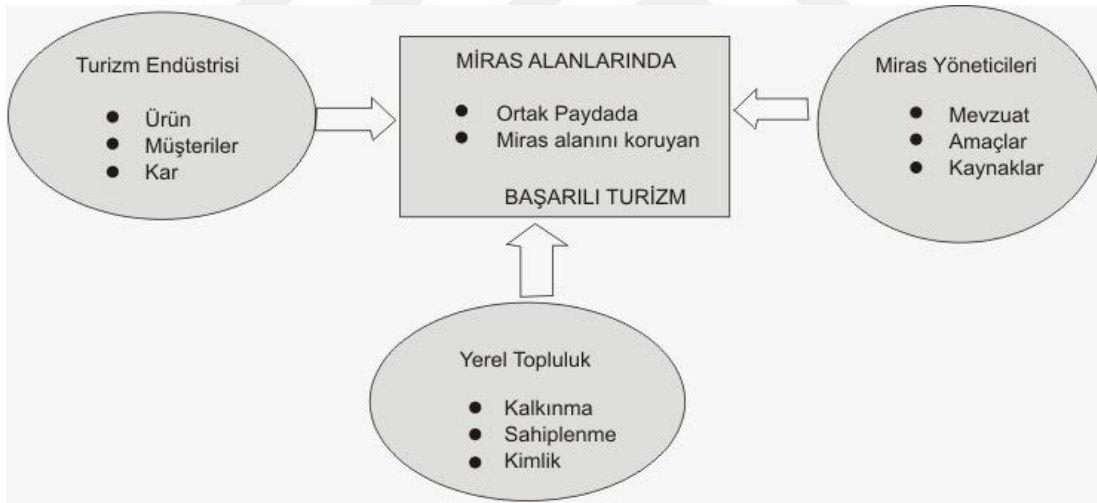
*Miras Nesnelerinin Resmi ve Gayri Resmi Bakımı:* Resmi veya gayri resmi kontrol ve geri bildirim mekanizmaları kullanılarak kültürel miras turizminin performansı ve etkinliği izlenir.

Bu aşamaların birleşimi, kültürel miras turizminden sadece kısa vadeli ekonomik kazanç sağlamakla kalmayıp aynı zamanda kültürel değerleri koruyarak, paydaşlar arasında denge kurarak, sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesine ve bölgesel gelişmeye olumlu etkide bulunmasına olanak tanıyacaktır. Bu durum kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılmasını güvence altına alırken, yerel toplulukların kültürel mirasa olan bağlılığını ve koruma çabalarını destekleyecektir.

• **AHC Modeline Dayalı Yönetim**

KMT, kültürel mirasın korunması, geliştirilmesi ve tanıtılması için kritik bir stratejik araç olarak öne çıkmaktadır. Bu turizm türü, sadece kültürel mirasın değerini artırmakla kalmayıp aynı zamanda bölgesel gelişmeye de önemli katkılarda bulunmaktadır. Ancak, bu başarı, farklı aktörlerin, turizm endüstrisi, miras yöneticileri ve yerel toplulukların, iş birliği ve koordinasyon içinde hareket etmelerine bağlıdır.

Bu kapsamda, kültürel miras turizminin etkin bir şekilde yönetilebilmesi adına çeşitli modeller geliştirilmiştir. Bu modellerin arasında öne çıkanlardan biri, Avustralya Miras Komisyonu (AHC) modeline dayalı yönetim modelidir. AHC tarafından oluşturulmuş ve Avustralya'da başarıyla uygulanmış olan bu model, turizm endüstrisi, miras yöneticileri ve yerel topluluk arasında bir denge kurmayı hedeflemektedir.



Şekil 1.6. AHC Yönetim Modeli

**Kaynak:** Jureniene ve Radzevicius, (2014), P. 244

Şekil 1.6'da gösterilen bu modelde, turizm endüstrisi kültürel miras değerlerini ekonomik fayda sağlayacak şekilde pazarlamak ve tanıtmak amacıyla faaliyet göstermektedir. Miras yöneticileri ise kültürel mirasın korunması, geliştirilmesi ve yönetilmesi için gerekli planlama, uygulama ve izleme faaliyetlerini yürütmektedir. Aynı zamanda yerel topluluk, kültürel mirasın sahibi ve koruyucusu olarak kültürel miras turizminin planlama ve karar verme süreçlerine katılmakta,

kültürel mirasın yorumlanması ve aktarılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Öte yandan bu modelde, bu üç aktör arasında koordinasyon ve iş birliği sağlanması gerekmektedir. Bu sayede KMT, hem kültürel mirasın korunmasına ve sürdürülebilirliğine hem de bölgesel gelişmeye katkı sağlayan bir sektör haline dönüşebilecektir.

- ***NWHF Miras Alanı Geliştirme Modeli***

National World Heritage Foundation (NWHF) Miras Alanı Geliştirme Modeli, turizmin kültürel miras değerlerine sürdürülebilir bir şekilde yatırım yapmasını amaçlayan bir endüstri haline getirme hedefi güder. Bu model, kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılmasıyla birlikte, yerel halkın da ekonomik kazanç elde etmesini hedefler (Jureniene ve Radzevičius, 2014: 245). NWHF miras yönetim modeli, dört alt model üzerinden değerlendirilir:

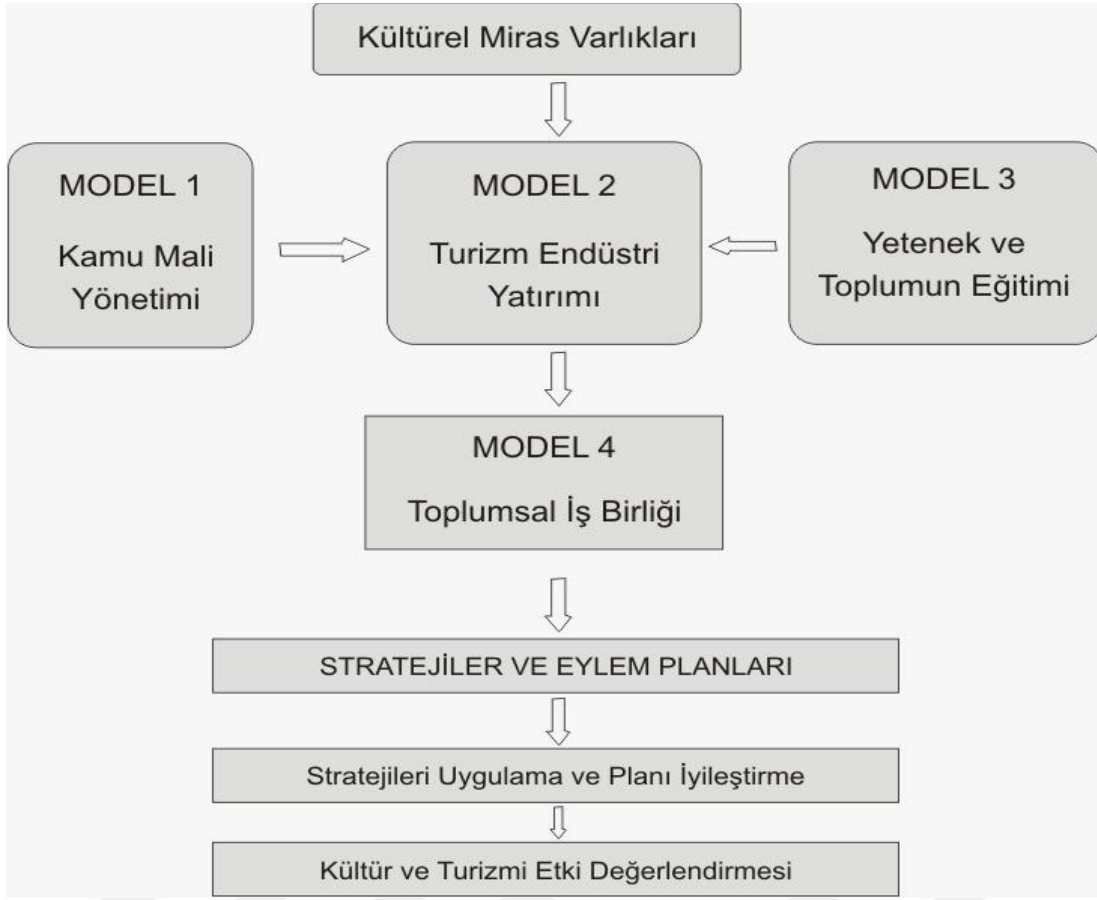
*Mali Strateji:* Bu model, yerel yöneticilere miras değerlerini düzenleme, sunma ve miras olarak beyan etme maliyetlerini etkili bir şekilde değerlendirme yeteneği kazandırmaktadır. Aynı zamanda miras değerlerinden gelir elde etmenin alternatif yollarını belirleyerek yeni gelir kaynakları oluşturabilmektedir.

*Sürdürülebilir Gelişme Stratejisi:* Turizm paydaşlarının mevcut kültürel miras değerlerini ortaya koymak için bilgisine başvurulması ve koruma süreçleri için gerekli araç-gereç ve yöntemleri belirleme amacını taşımaktadır.

*Eğitim Stratejisi:* Bu strateji, kültürel miras turizminde çalışan iş görenlerinin nitelik ve bilgilerini artırmaya yönelik beceri eğitimlerini içermektedir bu da bölgedeki kültürel miras turizminin gelişimine katkıda bulunmaktadır.

*İş Birliği Stratejisi:* KMT, özünde paydaş iş birliğine ihtiyaç duyan bir yapıya sahiptir. Miras alanı gelişme modeli, tüm paydaşların gelişim süreçlerine etkin bir şekilde dahil olması ve işlevlerini yerine getirmesi için tasarlanmıştır.

Öte yandan, bu modelin karşılaştığı en önemli sorun, tüm paydaşlar için eşitlik ilkesinin sağlanması gerekliliğidir (Jureniene ve Radzevičius, 2014). Bu stratejik yaklaşımlar, kültürel miras turizminin sürdürülebilirliğini güvence altına alarak hem yerel halkın ekonomik fayda sağlama potansiyelini artırmakta hem de kültürel miras değerlerinin korunmasına katkıda bulunmaktadır.



Şekil 1.7. Miras Alanı Kalkınma Modeli Diyagramı

**Kaynak:** Yarış (2019), ss. 293

Kültürel miras turizminin sürdürülebilirliğini ve bölgesel gelişmeye katkısını artırmak amacıyla geliştirilen bu model, National World Heritage Foundation (NWHF) tarafından oluşturulmuş ve dünya miras alanlarında başarıyla uygulanmıştır. Bu model, kültürel miras turizminin dört temel aktörü arasında bir denge kurmayı hedeflemektedir: kamu mali yönetimi, turizm endüstrisi yatırımı, toplumun eğitimi ve toplumsal iş birliği. Her bir aktör, modelin bütünlüğünü oluşturan unsurları temsil ederek, kültürel mirasın korunması, sürdürülebilirliği ve bölgesel gelişmeye etkisinin en üst düzeye çıkarılmasına katkıda bulunmaktadır. Kamu mali yönetimi, sürdürülebilir finansal stratejilerle miras değerlerini koruma amacını desteklerken, turizm endüstrisi yatırımı, ekonomik açıdan verimli ve çeşitli turizm fırsatlarını teşvik etmektedir. Toplumun eğitimi, kültürel mirasın önemini vurgulayarak yerel halkın katılımını ve bağlılığını artırmayı amaçlarken, toplumsal iş birliği ise tüm paydaşların etkileşim içinde olduğu bir ortamın oluşturulmasına

odaklanmaktadır. Bu denge, kültürel miras turizminin sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesini ve bölgesel gelişmeye pozitif katkıda bulunmasını sağlamaktadır.

Bu dört ana aktör arasında koordinasyon ve iş birliği sağlanması durumunda, KMT; kültürel mirasın korunması, sürdürülebilirliği ve bölgesel gelişmeye katkısı açısından önemli bir sektör haline gelecektir. Şekil 1.7’de gösterilen bu model, aktörler arasındaki etkileşimi düzenleyerek kültürel mirasın sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesini ve bölgesel kalkınmaya olumlu etkide bulunmasını sağlamayı amaçlamaktadır. Bu şekilde, kültürel mirasın korunması, sürdürülebilirliği ve bölgesel gelişmeye olan katkısı maksimize edilir, aynı zamanda yerel toplulukların kültürel mirasa bağlılığı ve turizm endüstrisinin çeşitliliği desteklenmiş olur.

Geçmişten günümüze, kültürel mirasın belirlenmesi, korunması ve tanıtılması süreci olan Kültürel Miras Yönetimi (KMY), hem turizm sektörü hem de küresel barış açısından büyük önem taşımaktadır (Keitumetse, 2011; Poria ve Ashworth, 2009). UNESCO, bu alandaki öncü kuruluşlardan birisi olarak, 2. Dünya Savaşı sürecinde Londra’da gerçekleşen Müttefik Eğitim Bakanları Konferansı ve Uluslararası Örgütün Kuruluş Konferansı sonucunda 4 Kasım 1946’da resmi olarak kurulmuştur (Alpaslan, 2015).

UNESCO'nun en bilinen programlarından birisi, 1972 yılında imzalanan Dünya Doğal ve Kültürel Mirası Koruma Sözleşmesi'dir. Bu sözleşme, kültürel ve doğal varlıkları Dünya Mirası Listesi adı altında ilan ederek, bu varlıkların evrensel değerini vurgulamayı ve insanlara duyurmayı amaçlamaktadır ([www.unesco.org](http://www.unesco.org) Erişim Tarihi, 23.11.2022). Bugüne kadar 193 ülke tarafından kabul edilen bu sözleşme kapsamında dünya genelinde 1121 miras alanı listelenmiştir.

Öte yandan UNESCO, kültürel mirasın korunması ve tanıtılması için çeşitli programlar yürütmekte olup, bu programlar arasında kültürel materyal ve verinin paylaşımı, sanatçı ve yazarların korunması, kültürün yayılması ve müzecilik gibi konular öne çıkmaktadır. Aynı zamanda UNESCO, dünya genelinde kültürel mirasın kavram olarak kabul edildiği 70’li yıllardan itibaren çeşitli çalışmalar gerçekleştirmiştir. Bu dönemde kültürün kimlik ve aidiyet duygusunu güçlendiren

çalışmaların yanı sıra, Tarihi Alanların Korunması ve Tamamlayıcı Rolüne İlişkin Tavsiye Kararı gibi önemli adımlar atılmıştır.

2000'li yıllar ise iletişim araçlarının gelişmesiyle kültürel çeşitlilik kavramının ön plana çıktığı bir dönem olmuştur. UNESCO'nun bu dönemde gerçekleştirdiği çalışmalar arasında Kentsel Peyzaj Tavsiye Kararı, Su altı Kültürel Mirasının Korunması Sözleşmesi, Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi ve UNESCO Kültürel Çeşitlilik Evrensel Bildirgesi gibi projeler yer almaktadır (Alpaslan, 2015).

Bu süreçte, UNESCO'nun çalışmaları kültürel mirasın korunması, tanıtılması ve sürdürülebilirliği için önemli bir temel oluşturmuş, aynı zamanda turizmin ürün çeşitlendirmesine katkı sağlayarak hem yerel hem de ulusal ekonomiler için gelir kaynağı oluşturmuş, farklı kültürlerin tanışmasına ve küresel barışın geliştirilmesine yardımcı olmuştur (Ünüvar ve Yıldırım, 2022: 47).

Bunun yanı sıra, kültürel mirasın yönetimi sürecinde etkili rol oynayan bir diğer önemli kuruluş da Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi (ICOMOS)'dir. ICOMOS, kültürel mirasın korunması için tavsiye kararları almakta, bildirgeler, kılavuzlar ve eğitim programları hazırlamaktadır. ICOMOS Tüzüğü (Burra Tüzüğü), kültürel miras alanlarının planlanması ve yönetilmesi için bir çerçeve sunmanın yanı sıra somut olmayan değerlerin koruma kararları üzerindeki etkisini vurgulamaktadır.

Kültürel miras alanlarının sürdürülebilir yönetimi, bütünlüğünü ve bağlamlarını ortaya çıkarmak, ilgili paydaşların yönetime dahil edilmesi, korunan alanın sahiplenilmesini ve desteklenmesini sağlamak açısından önemlidir. Bu süreçte, toplumun ve ilgili paydaşların katılımı, mirasın korunması açısından yönetimin ayrılmaz bir parçasıdır (Ranasinghe, 2018; Deniz, 2022). Bu kapsamda ICOMOS'un UNESCO ile iş birliği içinde çalışarak Dünya Kültür Mirası Listesi'ne alınacak değerlerin belirlenmesine ve izlenmesine katkıda bulunması da bu süreçteki önemli adımlardan bir diğeridir. Bununla birlikte kültürel miras alanlarının yönetimi maddi ve manevi zorluklar içerebilmektedir bu nedenle bu zorlukları aşmak için etkin çözümler üretilmesi gerekmektedir. Cassel ve Pashkevich (2011)'e göre, finansal kaynakların yetersizliği ve artan ziyaretçi sayısının getirdiği kaza riski gibi

sorunlar, kültürel mirasın korunması, tanıtılması ve sürdürülebilirliği için dikkate alınması gereken konular arasında yer almaktadır.

### **1.11. Kültürel Miras Turizminin Pazarlanması**

Pazarlama, tüketicinin satın alma gücünü belirleyip, bu gücü etkin talep haline getirerek işletmenin kar hedefine dönüştürmeye yönelik bir işlemdir (Usta, 2020: 163). Bir diğer ifadeyle tüketici, istek ve ihtiyaçlarına uygun mal ve hizmetlerin üretimi, sunumu ve tüketimi sonrasında müşteri memnuniyetinin sağlanması için pazardaki fırsatların değerlendirilmesine yönelik değişim faaliyetlerinin bütünüdür (Holloway, 2004). Tanımlardan hareketle pazarlama, üretim öncesinden başlayan, tüketim aşamasında devam eden ve sonrasında çeşitli faaliyetleri içeren bir süreç olarak ifade edilebilir. Ayrıca, pazarlamanın temel hedeflerinin müşteri memnuniyeti ve sürdürülebilir pazarlama faaliyetleri olduğu çıkarılabilecek sonuçlar arasında yer almaktadır (Raju, 2009). Bu noktadan hareketle, pazarlama yaklaşımı; tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını anlamak, uygun ürün veya hizmetler geliştirmek, iletişim kanalları aracılığıyla tüketicilere ulaşmak ve tüketici memnuniyetini sağlamak için stratejiler belirleme süreçlerini içermektedir (McCamley ve Gilmore, 2018).

Hizmet pazarlaması içinde yer alan turizm pazarlaması ise, mevcut ve potansiyel turizm tüketicilerinin ihtiyaçlarını ve isteklerini doğru belirleyerek turistik mal ve hizmetleri doğrudan veya aracılarla son tüketici olan turiste değer yaratarak sunma sürecidir (Usta, 2020: 163). Başka bir ifadeyle, turizm pazarlaması; turistlere istenilen hizmeti en iyi şekilde sunma, potansiyel turizm talebini efektif talebe dönüştürme sürecini içermekte ve bu bütünlük faaliyetlerle turisti memnun etme hedefi taşımaktadır (Shamsuddoha, 2004). Bu kapsamda turizm pazarlamasının temel özellikleri (Štetić, 2012; George, 2021):

- Turistik mal ve hizmetlerin, turistlerin ihtiyaç ve isteklerine uygun olarak doğrudan veya aracılarla turiste ulaştırılmasıyla ilgilidir.
- Turistik ihtiyaç ve isteklerin karşılanması için planlı çabaların yürütülmesi gerekmektedir. Bu süreç, turistlerin beklentilerini anlama, çeşitli turistik

deneyimleri tasarlama ve bu deneyimleri pazarlama faaliyetleriyle iletmeyi içermektedir.

- Turizm pazarlaması, turistik mal ve hizmetlerle ilgili olarak değer sağlamaya odaklanan bütünleşik bir faaliyet olarak gerçekleştirilmelidir. Bu, turistlere kaliteli deneyimler sunmak, beklentilerini aşmak ve memnuniyet sağlamak için çeşitli unsurların bir araya getirilmesini içermektedir.

Bu temel özellikler, turizm pazarlamasının etkili bir şekilde planlanması ve uygulanması için kılavuz oluşturarak, turistik destinasyonların talepleri karşılmasına ve turistlerin memnuniyetini artırmasına yardımcı olacaktır. Öte yandan turizm pazarlaması, günümüzde küresel ölçekte giderek artan öneme sahip olan dinamik ve karmaşık bir sektördür. Turistik destinasyonlar, çeşitli kültürel, doğal ve tarihi zenginlikleriyle birlikte turistlere unutulmaz deneyimler sunma amacı gütmektedir. Bu kapsamda turizm pazarlamasının amaçları ise şu şekilde değerlendirilmektedir (Usta, 2020: 163-164):

- Pazar payını büyütmek veya korumak için mevcut pazarın ihtiyaç ve isteklerine uygun turistik mal ve hizmetler sunmak,
- Satışları artırmak için pazardaki var olan veya gelecekteki potansiyel turizm talebini efektif talebe dönüştürmek ve turizme katılmaya hazır ancak henüz katılmamış kitleleri turizme çekmek,
- Daha fazla turistik ürün satmak için yeni turistik ihtiyaç ve istekler oluşturmak, aynı zamanda bilinmeyen ulaşılmamış veya yeterince değerlendirilmemiş yeni turizm destinasyonlarına girmek,
- Turizm rekabet ortamında, rakiplerden daha fazla değer sağlamak için turizm kaynaklarının ve faaliyetlerinin iyi tanımlanmış ihtiyaç ve isteklere yöneltilmesinin sağlamak şeklindedir.

Hizmetlerin pazarlandığı sektör içinde giderek artan bir paya sahip olan turizm faaliyeti, sadece maddi getiri sağlamakla kalmayıp aynı zamanda bölge ve şehirlerin tanıtımı, somut ve somut olmayan kültür öğelerinin korunması ve aktarılması açısından da önem arz etmektedir. Bu kapsamda turizm, "deniz-güneş-

kum" anlayışının ötesine geçerek günümüzde kültürel miras turizmi gibi alternatif türleriyle de ön plana çıkmaktadır (Lee vd., 2016).

KMT, önemli bir boş zaman etkinliği olmanın yanı sıra bilimsel bir araştırma alanı olarak da değerlendirilmektedir. İnsanların eğitim düzeyinin artması, gelir durumundaki iyileşme, teknolojik gelişmeler ve dünya hakkındaki farkındalık bilinci (Timothy ve Boyd, 2006), kültürel ve doğal miras alanlarının çekiciliği ve bu alanların korunması ve tanıtılması kültürel miras turizmine olan ilgiyi artırmıştır (Aas vd., 2005). Bu faktörlerin etkisiyle KMT, uluslararası alanda hızla büyüyen gelişmiştir (Timothy, 2014; Su vd., 2016).

Dünya genelinde turistler arasında büyük ilgi gören kültürel miras alanları, küresel ölçekte hemen hemen her ülke için çekici destinasyon haline gelmiştir (Hasan ve Jobaid, 2014). İletişim teknolojilerinin gelişimi, insanların bilgi edinme, öğrenme ve keşfetme isteklerini artırmıştır; bu bağlamda, yerel yönetimlerin pazarlama çabaları kültürel miras turizminde yönelmiştir (Kaleli, 2021). Ülkelerin coğrafi çeşitliliği ve tarih boyunca biriktirdiği medeniyet zenginlikleri, son yıllarda hem yerli hem de yabancı turistlerin ilgisini daha fazla çeker hale gelmiştir (Göğebakan, 2015).

Öte yandan, kültürel miras pazarı, kültürel miras kaynağının ziyaretçiyle olan ilişkisi ve talep düzeyine göre farklılaşmaktadır. Bu bağlamda, en üst düzeyde küresel çapta tanınan cazibe merkezleri bulunmaktadır. Bunların çoğunluğu, UNESCO'nun Dünya Mirası Listesi'nde yer alan değerlerdir. Bu cazibe merkezleri, her yıl yerel ve uluslararası düzeydeki kitleleri kendilerine çekmektedir. Stonehenge, Mısır Piramitleri, Eyfel Kulesi, Yasak Şehir ve Hadrian Duvarı gibi örnekler, bu alanda öne çıkan kültürel miras cazibe merkezlerinden bazılarıdır (Timothy, 1997).

Bir alt düzeyde ise ulusal düzeydeki miras cazibe merkezleri yer almaktadır. Bu yerler uluslararası turistleri cezbetme potansiyeline sahip olsalar da genellikle ana pazarları yerli turistlerdir. Bu yerler turistler tarafından, iç savaşlar, kurucu liderler, ulusal gelişme, ulusal mezarlıklar ve vatanseverlik duygusu uyandıran diğer yerler gibi mirasla bağlantılı nedenlerle ziyaret edilen yerlerdir. Bu yerlere yapılan ziyaretler bazen "seküler hac ziyaretleri" olarak adlandırılmakta ve yerli turistler için

yarı-ruhsal bir nitelik taşıyabilmektedir (Timothy, 2014). Bununla birlikte kültürel miras turizminin pazarlanması öne çıkan bazı özellikleri şunlardır (McKercher ve du Cros, 2002: 205-208; Gülertekin Genç, 2020: 105-108):

- *Stratejik düşünme*, kültürel miras turizm pazarlamasının önemli bir özelliğidir. Pazarlama, herhangi bir kültürel turizm cazibe merkezinin genel planlama ve yönetim sürecinin entegre bir bileşeni olarak ele alınmaktadır. Bu süreçte, ürün, pazar ve kültürel miras varlığının pazarda nasıl etkili bir şekilde konumlandırılacağına dair stratejik düşünce önemlidir. Herhangi bir stratejik pazarlama faaliyetinin başlangıcında, bir işletmenin veya kuruluşun hangi ürün pazarlarında rekabet edeceğini ve buna bağlı olarak rekabet etmeyeceği pazarları tanımlaması gerekmektedir (McKercher ve du Cros, 2002). Ayrıca, stratejik pazarlamanın ilk adımında şu soruların cevaplanması önemlidir (Aaker ve McLouglin, 2009: 9-10):
  - Hangi ürünleri sunmayı seçtim?
  - Hangi ürünleri teklif etmemeyi seçtim?
  - Hangi pazarları hedeflemeyi seçtim?
  - Hangi pazarları hedeflememeyi seçtim?
  - Hangi rakiplerle rekabet etmeyi seçtim?
  - Hangi rakiplerden kaçınmayı seçtim?
- *Ürünler*, kültürel miras turizm pazarlamasının önemli bir unsuru olarak öne çıkmaktadır. Bir varlığın hangi ürünleri sunacağı veya sunmayacağına karar vermek, ziyaretçi profili ve varlığın kullanım şekli üzerinde etkili olacaktır. Ürünlerin pazarlama bağlamında sağladıkları temel faydalar veya çözdükleri temel sorunlar göz önünde bulundurulmalıdır. Eğer temel fayda ruhsal bir deneyimse, ürünün tasarımı bu faydayı yansıtmalıdır. Eğer temel amaç ziyaretçilerde farkındalık veya bilinç oluşturmaksa, ürünün tasarımı eğlence odaklı bir deneyimden farklılaşmalıdır. Bununla birlikte geniş bir kitleye hitap eden çok çeşitli ürünler veya deneyimler sunmak bazen tatmin edici olmayabilir. Bunun yerine, bir veya iki temel faydaya odaklanmak ve bunları hedef pazara

iletebilmek daha uygun olabilir. Bu yaklaşımla, ürün tüketicinin tercih ettiği seçenek haline gelebilecektir (Gülertekin Genç, 2020).

- *Pazarlar*, ürünün belirlenmesi, potansiyel tüketicileri tanımlamanın yanı sıra, tüketici olmayacakları da göz önünde bulundurarak kültürel miras yöneticilerine rehberlik etmelidir. Bu bağlamda, kültürel miras yöneticilerinin alması gereken ilk kararlardan birisi, turistlere odaklanmak veya odaklanmamak olmalıdır. Bu durum destinasyon yöneticilerinin, turistlerin ziyaretleri üzerinde etkili olabilecek çeşitli yönetim stratejilerini kullanarak, turistleri hedef alıp almama kararını etkileyebilir. Eğer karar turistleri kabul etme yönündeysen, bir sonraki adım hangi tür turistlerin istenip istenmediğinin belirlenmesidir. Bu kapsamda bazı turist profilleri kültürel varlıkları ziyaret etmeye diğerlerine göre daha istekli olabilir. Bununla birlikte turistlerin konaklama süresi ve kültürel varlıklar hakkında sahip oldukları bilgi durumu, ürün tasarımı etkileyecek unsurlar arasındadır. Ayrıca, hedef pazarın sıradan veya tesadüfi turistlere cazibe merkezinin kolayca anlaşılabilir bir şekilde sunulması onlara derin bir deneyim yaşama imkânı sağlayabilirken, hedef pazarın, amaçlanan kültürel turist kitlesi için özel bir şekilde tasarlayarak sunulması tercih edilme oranını etkileyecektir (McKercher ve du Cros, 2002).
- *Rakipler*, kültürel turizm varlıklarının ziyaretçi payı için diğer turizm türleriyle rekabet ettiği gerçeğini göz ardı etme eğiliminde olabilir. Ancak, turistleri çekme kararı verildiğinde rekabet etme kararı da verilmiş olmaktadır. Bu bağlamda, herhangi bir kültürel turizm cazibe merkezi, hem diğer kültürel turizm cazibe merkezleriyle hem de geniş turizm pazarındaki diğer cazibe merkezleriyle ziyaretçiler için rekabet edebilmektedir. Öte yandan, kültürel miras turistlerinin küçük bir kısmı gerçekten amaçlı kültürel turistler iken çoğunluğu, ziyaretleri sırasında hem kültürel hem de kültürel olmayan faaliyetlere katılmayı amaçlayan, çeşitlilik arayan turist konumundadır. Ancak, bir kültürel varlığın diğer tüm turistik mekanlarla rekabet etmesi gerektiği düşüncesi yanlıştır. Çünkü tüm turistlerin üçte biri ziyaretleri sırasında öncelikle belirli bir süreliğine kültürel turizm faaliyetlerine katılmaktadır. Bu kapsamda miras yöneticilerinin etkili bir rekabet gücüne sahip olabilmeleri için hangi cazibe merkezlerinin pazarlanmasını

hedeflediklerini ve kültürel mirası ziyaretçilere nasıl cazip bir yer olarak sunacaklarını belirlemeleri gerekmektedir (McKercher ve du Cros, 2002).

- *Fiyat*, pazarlama karmasının tek gelir kaynağı olarak büyük bir öneme sahiptir. Bu nedenle fiyat, bir işletme için hem taktik hem de ekonomik bir rol üstlenmektedir. Bu kapsamda fiyatı sunulan ürün potansiyel değeri hakkında birçok ipucu vermekte ve bu nedenle deneyim kalitesiyle uyumlu olması beklenmektedir. Özellikle insanlar, egzotik yerlere yapılan özel kültürel geziler için 10 bin dolar ve üzeri bir ücret ödemeye razı olabilmektedir. Bu durumda, algılanan değer maliyetle eşit veya daha büyük olacaktır. Diğer yandan, birçok kişi tarihi bir evi ziyaret etmek için 2 dolar giriş ücretini ödemeye istekli olmayabilir, çünkü bu miktar karşılığında herhangi bir değer alamayacaklarını düşünebilirler (Gülertekin Genç, 2020). Ayrıca fiyat, deneyimlerin ayrımcı rolünü de üstlenebilmektedir. Düşük bir fiyat, herkesin miras değerine erişimini sağlarken, yüksek bir fiyat bazı turistleri aktiviteye katılmaktan vazgeçirebilir bu kapsamda eğer fiyat çok yüksekse onları ekonomik nedenlerle dışlayabilir. Bu durumu yönetmek için erişimi kısıtlama amacıyla tersine pazarlama stratejileri uygulanabilir. Genel olarak, kültürel miras değeri ne kadar nadir veya özgünse, ulaşılabilirlik değeri o kadar yüksek olacak ve bu durum, yüksek bir fiyatın meşrulaşmasına olanak tanıyacaktır.

Donohoe (2012), kültürel miras destinasyonlarının pazarlanmasında dikkat edilmesi gereken dört temel konuya vurgu yapmıştır. İlk olarak, kültürel mirasın sadece bir turistik mal gibi pazarlanması, ziyaretçilerin sit alanlarını tek boyutlu veya önemsiz değerler olarak algılamasına ve tarihi değerlerini göz ardı etmelerine neden olabilir. İkinci konu, artan turist sayısının koruma kaynaklarını ve altyapısını aşmasıdır. Bu durum, yönetim birimlerinin gelir elde etmesine rağmen koruma önceliklerini yerine getirememesine yol açabilir. Üçüncü konu, bir miras alanının pazarlanmasına dahil olan farklı paydaşlar arasındaki karmaşıklık ve zorluklardır. Bir bölgedeki kültürel miras alanlarının sürdürülebilir şekilde pazarlanması için yerel yönetimden yerel halka kadar bir koordinasyon içinde bulunulması gerekmektedir. Dördüncü konu ise kitlesele turistleri çekmeye odaklanan mevcut pazarlama stratejilerinin, korumanın altın kurallarını ticari değerlerle değiştirmesidir. Bu durum,

miras alanlarının yönetiminde değişime, karmaşıklığa, belirsizliğe ve çatışmaya neden olabilir. Bu konulara dikkat edilmemesi ve çıkar çatışmaları, paydaşların pazarlama faaliyetlerine yaklaşımını ve miras yönetiminin kültürel mirasın orijinalliğiyle uyumlu olmasını zorlaştıracaktır.

Kültürel miras turizminin pazarlanması hem kültürel mirasın korunması hem de bölgesel gelişmenin sağlanması açısından büyük önem taşımaktadır. Başarılı bir kültürel miras turizmi pazarlama stratejisi oluşturmak için, kültürel mirasın değerini, anlamını ve özgünlüğünü yansıtan sürdürülebilir, katılımcı ve paydaş odaklı bir yaklaşım benimsenmelidir. Bu strateji, kültürel mirasın tanıtımını, korunmasını ve yönetimini bir bütün olarak ele almalı, aynı zamanda kültürel mirasın bölgesel gelişmeye katkısını artırmayı hedeflemelidir. Bu sayede, turizm faaliyetleri sadece turistlere değil, aynı zamanda yerel topluluklara ve kültürel mirasa sahip çıkan paydaşlara da olumlu bir etki sağlayabilir

### **1.12. Kültürel Miras Turizmi ve Turizm Paydaşları**

Turizm endüstrisindeki paydaş kavramı, belirli bir turistik destinasyon ile ilişki içerisinde olan ve turizm faaliyetlerinden olumlu ya da olumsuz düzeyde etkilenen kişi, grup veya işletmeleri ifade eder (Kalyoncu, 2022). Kültürel miras değerlerinin turizm sektöründe giderek daha fazla önem kazanması, Kültürel Miras Yönetimi (KMY) bağlamında ilgili turizm paydaşlarının iş birliği içinde olmasını kaçınılmaz hale getirmiştir (Yarış, 2019: 287; Chhabra, 2010; Labadi, 2013). Kültürel miras kavramının kullanım alanının, sadece obje ve yapılarla sınırlı kalmayıp zaman içinde genişleyerek çevre, peyzaj ve yerleşke gibi kavramları da içine alacak şekilde evrim geçirmesi, kültürel miras yönetiminde sistemli, özenli, katılımcı ve süreç odaklı karar almanın gerekliliğini ortaya koymaktadır. Turizm faaliyetlerinin her bir paydaş üzerinde farklı etkiler yarattığı göz önüne alındığında, bu paydaşların turizmin gelişim sürecinde başarılı bir şekilde yer alması, sektörün sürdürülebilirliği açısından kritik bir öneme sahiptir. Bu nedenle, bu çalışmanın bu bölümünde, araştırmaya katılan paydaşların turizmdeki rollerine ve katkılarına odaklanılarak, turizm paydaşlarıyla ilgili bilgiler sunulacaktır (Büyükkuru, 2020; Aydın, 2020).

- ***Turistler***

Turist, turizm sektörüne yön veren bireylerdir. Bu kapsamda ikamet ettiği yerlerden geçici bir süre için ayrılan ve belirli süre gittiği yerde bulunan konaklama hizmetinden yararlanan, bununla birlikte gezen, eğlenen, tarihi ve kültürel alanları ziyaret eden, psikolojik tatmin arayan, sınırlı harcama gücüne sahip olan ve tekrar yaşadığı yere dönen bireylere turist denilmektedir (Bayat, 2019: 33). Yerli ve yabancı olarak nitelendirilebilen turistler, herhangi bir kazanç elde etme amacı gütmeyen dini, ailevi, sağlık, eğlenme, dinlenme kısaca boş zamanı değerlendirme amacı kapsamında seyahat faaliyetine katılmaktadırlar.

Turist davranışları ve beklentileri, turizm destinasyonunun gelişimi için oldukça önem arz etmektedir. Bu davranışlar iyi gözlenip analiz edilmesi durumunda, turist memnuniyetine ve turizmin gelişimine olumlu şekilde yansımaya sebep olacaktır. Öte yandan turist davranışlarını izlemek, turistik destinasyonu doğru yönetmek ve turizm plan ve politikalarını başarmak için de gereklidir. Çünkü turist davranışları ve beklentilerinin doğru bir şekilde gözlemlenip analiz edilmesi, turizm destinasyonlarının başarılı bir şekilde yönetilmesi ve geliştirilmesi için kritik bir öneme sahiptir. Diğer taraftan 70'li yıllarda kavramsallaşan turist tipolojileri, 80'li yıllarda alternatif turizm türlerinin yaygınlaşmaya başlamasıyla birlikte çeşitlenmiştir (Dilek, 2020). Bu kapsamda kültür, miras, inanç ve gastronomi turistleri son zamanlarda yaygınlaşan turist tipolojilerinden bazılarıdır (Jackowski ve Smith, 1992; McKercher ve du Cros, 2003; Nyaupane vd., 2006; Nguyen ve Cheung, 2013; Nyaupane ve Andereck, 2014; Crespi-Vallbona ve Dimitrovski, 2016). Öte yandan McKercher ve du Cros, kültür turizmi kapsamında seyahat eden turistlerle ilgili olarak mesafenin uluslararası turizme katılma amaçlarını etkilediğini bu kapsamda destinasyon merkezine uzak mesafeden gelen turistlerin daha yakın mesafeden gelen turistlere göre daha fazla motive olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca uzak mesafeden gelen turistler müzeler ve tarihi binalarla ilgilenirken yakın mesafeden gelen turistlerin eğlence odaklı deneyimler aradıkları ve bu kapsamda kültürel tema parkları ve cazibe merkezlerini ziyaret etmeyi tercih ettiklerini vurgulamışlardır (McKercher ve du Cros, 2003).

- ***Yerel Halk***

Kültürel miras öğelerinin korunması ve devamlılığın sağlanabilmesi konusunda önemli bir paydaş olan yerel halk (İşçi vd., 2018), turizm endüstrisinin bir bölgede gelişmesi hususunda önemli bir etken teşkil etmektedir. Yerel halkın turistlere karşı göstereceği samimi, dostça, yardımsever ve misafirperver yaklaşımı, turistlerin aynı bölgeye tekrar gelip gelmeme ve bölgedeki turistik değerlerin başkalarına tavsiye edilip edilmemesi konusunda kilit rol oynayacaktır (Okuyucu ve Somuncu, 2012). Bununla birlikte turizm işletmeleri ne kadar kaliteli hizmet sunarsa sunsun, yerel yönetimler turistlere ne kadar kolaylık sağlarsa sağlasın, turizm faaliyetinin gerçekleştiği yerde turistlerle ilişkide bulunacak yerel halkın olumlu tutum ve davranış göstermemesi durumu, bölgede yapılmaya çalışılan turizm planlamasını başarısızlıkla sonuçlanmasına neden olabilecektir (Bayat, 2019: 33).

Öte yandan yerel halk, turizm faaliyetlerinin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açıdan olumlu yönlerinin olumsuz yönlerinden daha fazla olduğu algısına sahip olmaları durumunda turistlere yaklaşımı arkadaşça olacak ve bu durum, bölgede turizmin gelişim sürecine pozitif yönlü katkı sağlayacaktır (Genç ve Şengül, 2015). Bu olumlu algının turistlere arkadaşça yaklaşımı teşvik etmesi, bölgede turizmin sürdürülebilir bir şekilde gelişmesine olanak tanıyacaktır. Bununla birlikte yerel halkın turizm faaliyetlerine olumlu bir bakış açısı sergilemesi, turistlerle güçlü bir etkileşim içinde olmalarını sağlayacak, bu durum ise turistlerin bölge hakkında daha olumlu deneyimlere sahip olmalarını ve bu deneyimleri başkalarına aktarmalarını etkileyecektir. Ayrıca, turistlerin yerel kültürü daha yakından tanımaları ve yerel ekonomiye katkıda bulunmaları, turizmin bölgedeki toplumsal ve ekonomik etkilerini olumlu yönde güçlendirecek bu şekilde, yerel halkın olumlu tutumu, turizmin bölgesel kalkınmaya olan etkisini artırarak bölgenin turistik çekiciliğini güçlendirecektir.

- ***Turizm İşletmeleri***

Turizm işletmeleri, bireylerin yer değiştirmelerinden kaynaklanan seyahat, konaklama, yeme-içme, eğlence ve bu ihtiyaçları karşılamak için gerekli mal ve hizmetleri üreten, pazarlayan ve sunan, böylelikle ülke ekonomisine katkı sağlayan

ekonomik birimlerdir (Özdemir Güzel ve Gedik, 2015). Turizm sektöründe faaliyet gösteren ve ticari bir nitelik taşıyan turizm işletmeleri, sahip oldukları fonksiyonlara göre konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, seyahat-ulaştırma işletmeleri ve destek hizmet işletmeleri olarak sınıflandırılmaktadır (Dinçer ve Dinçer, 1989). Bu işletmeler arasında konaklama işletmeleri, başlangıçta ticaret yolları üzerinde han ve kervansaray olarak faaliyet gösterirken sınırlı yiyecek-içecek hizmeti sunan alanlar olarak ortaya çıkmıştır (Goeldner ve Ritchie, 2012). Zamanla gelişen konaklama işletmeleri, modern tesislere dönüşerek sadece konaklama değil, aynı zamanda geniş bir yiyecek-içecek yelpazesi ve eğlence imkanları sunarak, insanların sosyal ihtiyaçlarını da karşılayan tesislere dönüşmüştür.

Turizm işletmeleri içerisinde yer alan yiyecek-içecek işletmelerinin odak noktasında, insanların hayatlarını idame ettirebilmek için ihtiyaç duyduğu beslenme yer almaktadır. İnsanların yaşamalarını sağlıklı bir şekilde sürebilmesi için beslenme ihtiyacının mutlaka düzenli şekilde karşılanması gerekmektedir. Öte yandan turizm işletmeleri içerisinde önemli bir yeri olan yiyecek-içecek işletmeleri, alternatif turizm türlerine bağlı olarak artan turist sayısı ile birlikte son zamanlarda daha etkin hale gelmiştir. Gastronomi turizmi gibi özel turizm türlerinin popülerleşmesiyle birlikte, yiyecek-içecek işletmeleri sadece birer beslenme noktası olmanın ötesine geçerek destinasyonların turistik çekiciliğini güçlendirmektedir. Bu sayede, turizm işletmeleri içindeki yiyecek-içecek birimleri, sürdürülebilir turizmin desteklenmesi ve turist memnuniyetinin artırılması açısından önemli bir rol oynamaktadır.

- ***Seyahat Acenteleri***

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), seyahat acentelerini seyahat etmek isteyen bireylere gerekli bilgileri ve hizmetleri sağlayan, müşterilere otel rezervasyonları, uçak bileti alımları, turlar ve diğer seyahat ürünleri konusunda yardımcı olan ve genellikle bir komisyon karşılığında faaliyet gösteren işletmeler olarak tanımlamaktadır (Kozak, 2014). Seyahat Acenteleri Birliği'ne göre ise, seyahat acenteleri, turistlere ulaştırma, konaklama, gezi, spor ve eğlence hizmetlerini kâr amacıyla sunan, turizmle ilgili bilgiler sağlayarak turizm ekonomisine katkıda bulunan ve genellikle ödemeler dengesine etki eden ticari kuruluşlardır (Bayat, 2019: 29; [www.tursab.org.tr](http://www.tursab.org.tr) Erişim Tarihi, 13.08.2022).

Ayrıca, seyahat acenteleri yasal açıdan A Grubu Seyahat Acentaları, B Grubu Seyahat Acentaları ve C Grubu Seyahat Acentaları olarak sınıflandırılmaktadır (Özturan ve Roney, 2004: 260). Yapısal açıdan bakıldığında, Perakendeci Seyahat Acentaları, Toptancı Seyahat Acentaları ve Zincir Seyahat Acentaları gibi kategorilere ayrılırken, fonksiyonel sınıflandırma ise "Karşılıklı Acenteler" ve "Gönderici Acenteler" olarak belirlenmiştir. Seyahat acentelerinin tüketicilere sunduğu hizmetleri ise şu şekilde sıralayabiliriz (Kozak, 2014):

- Paket tur oluşturur, pazarlar ve satarlar
- Kara, deniz, hava ulaştırma araçlarının ve bu araçlara sahip işletmelerin rezervasyonlarını yaparlar, biletlerini satarlar
- Transfer yaparlar
- Ulusal ve uluslararası kuruluşlarca kabul gören turizm faaliyetlerinin oluşturduğu ürünleri satarlar.
- Döviz, vize ve gümrük gibi işlemler ile ilgili bilgi verebilir ve vize işlemleri yapabilirler
- Turistik nitelikte kitap, resim, kartpostal, hediyelik eşya gibi turistlere yönelik enformasyon malzemeleri satabilirler

- ***Tur Operatörleri***

Tur operatörü, tüketicilere belli bir fiyat karşılığında, farklı yerleri gezme veya belirli bir turistik merkezde kalma imkânı sağlayan ulaşım, konaklama ve diğer turistik hizmetleri önceden planlayan ve sunan bir işletmedir (Can, 2006: 3). Bununla birlikte tur operatörleri, turizm arzının çeşitliliğini ve kalitesini artırmakta, turistlerin seyahat tercihlerine uygun paket turlar sunmakta ve turizm talebinin yönlendirilmesinde rol oynamaktadır (Alaeddinoğlu ve Can, 2007: 5). Genellikle turist gönderen gelişmiş ülkelerde ortaya çıkmış olan tur operatörleri, turistik ürünlerin ve hizmetlerin nasıl oluşturulacağını ve pazarlanacağını belirleyen işletmelerdir. Kısaca seyahatin ticaretini yapan işletmeler olarak nitelendirilebilen tur operatörleri konaklama, ulaştırma, eğlence vb. hizmetler sunan tesisler ile anlaşmalar yaparak bu tesislere ait turistik ürünleri pazarlayan işletmeler (Bayat, 2019: 28) şeklinde de tanımlanmaktadır.

Tur operatörleri, uzmanlık alanlarına bağlı olarak üç farklı kategoride sınıflanmakla birlikte bu sınıflanma turizm türüne göre uzmanlaşmış tur operatörleri, belirli bölgelere odaklanmış tur operatörleri ve ulaştırma araçlarına özel hizmet sunan tur operatörleri (Can, 2006: 4) şeklindedir. Bu sınıflandırma, tur operatörlerinin iş süreçlerini optimize etmelerine yardımcı olmaktadır. Ayrıca, turizmin çeşitlenmesiyle birlikte tur operatörleri kültürel miras turizminin gelişimine de katkıda bulunmaktadır. Bu katkılar arasında kültürel miras değerlerini tanıtmaya, koruma, yorumlama, ekonomik fayda sağlama ve sürdürülebilirliğe odaklanma gibi önemli işlevler bulunmaktadır (Günel vd., 2009).

- ***Yerel Yönetimler***

Merkezi yerel yönetim kapsamında paydaşlar, valilikler, il özel idareleri, il turizm müdürlükleri, kaymakamlık ve belediyeler olarak gösterilebilir (Güler ve Önder, 2021). Sürdürülebilir bir çevre için paydaş iş birliğine ihtiyaç duyan turizm endüstrisi içerisinde, yerel yönetimler oldukça aktif bir rol oynamaktadır (Goeldner ve Ritchie, 2012). Özellikle turizm planlama ve yürütme sürecinde ön plana çıkan yerel yönetimler altyapı faaliyetlerinden (destinasyon merkezine erişim ve orada bulunma sırasında ihtiyaçların karşılanması), turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliğinden (çevresel, güvenlik, alan yönetimi vb.), kaynakların etkili bir şekilde planlanması ve yönetiminden (iş gücü, turistik tesis vb.) ve destinasyon merkezinin tanıtımı gibi faaliyetlerden sorumludur (Brokaj, 2014; Şener ve Oktay, 2022; Javier ve Dulce, 2011; Nunkoo, 2015).

- ***Eğitim Veren Kurumlar***

Turizm paydaşı, turizm faaliyetlerinden doğrudan veya dolaylı olarak etkilenen veya etki eden kişi, grup veya kuruluşlardır. Eğitim veren kurumlar da turizm paydaşları arasında önemli bir yere sahiptir. Emek yoğun bir sektör olan turizm endüstrisinde, turistik altyapı ve üst yapı tesisleri ne kadar kaliteli ve modern olursa olsun faaliyetlerini yürütebilmek için kalifiye elamana ihtiyaç duymaktadır. Kalifiye elaman ise eğitim kurumları tarafından yetiştirilmektedir. Çünkü eğitim kurumları, bireylerin zihinsel, duygusal, sosyal, kişisel boyutuyla gelişme sürecine katkı sağlamaktadır (Bayat, 2019: 32). Türkiye’de Turizm Eğitimi Merkezinin

(TUREM) açtığı kurslar, Millî Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Merkezinin açtığı kurslar ve üniversitelerin sürekli eğitim merkezinin açtığı kurslar şeklinde yaygın turizm eğitimi veren kurumlar bulunmaktadır.

Öte yandan örgün eğitimde ise turizm meslek lisesi ve aşçılık meslek lisesi gibi ortaöğretim döneminde olduğu gibi yükseköğretim düzeyinde önlisans, lisans ve lisansüstü turizm eğitim programları bulunmaktadır. Bununla birlikte üniversitelerin düzenlediği kültürel etkinliklere – konferans, panel, açık oturum gibi- yerel halkın da katılması, farklı yerlerden ve kültürlerden gelen akademik personel ve öğrencilerin yöre insanlarıyla iletişimi, sosyokültürel gelişime katkıda bulunurken çevre düzenlemesi, yeni kültürel, sportif ve eğlence alanlarının oluşturulması da üniversitelerin yerel çevreye kattıkları mekânsal gelişmelerdir (Büyükkuru, 2020). Turizm paydaşı olarak eğitim veren kurumlar, turizm sektörünün ihtiyaçlarına uygun, nitelikli ve yetkin elemanlar yetiştirmekte çeşitli zorluklarla karşılaşmaktadır. Bu zorlukların aşılması ve turizm eğitiminin kalitesinin artırılması için eğitim veren kurumlar arasında iş birliği, koordinasyon ve paylaşımın sağlanması gerekmektedir.

- ***Sivil Toplum Kuruluşları***

Turizm paydaşı olarak sivil toplum kuruluşları, turizmin sosyal, kültürel, çevresel ve ekonomik etkilerini dengelemek, turizm sektörünün sorunlarına çözüm bulmak ve turizmin sürdürülebilirliğini sağlamak için önemli bir rol oynamaktadır (Bekci ve Şahin, 2019). Sivil toplum kuruluşları, kâr amacı gütmeyen çalışanlarının ve üyelerinin gönüllük esasına göre katıldığı, resmî kurumlar dışında faaliyet gösteren ve toplum yararına hizmet üreten kuruluşlardır (Harman, 2014). Politik, sosyal, kültürel, hukuki çevresel vb. amaçlar kapsamında lobi çalışmaları ve ikna faaliyetleri gerçekleştiren sivil toplum kuruluşları, oda, sendika, vakıf ve dernek altında faaliyet göstermektedir. Faaliyetleri için gerekli olan bütçeyi bağışlar ve üyelik aidatları sonucu elde edilen gelirlerden karşılayan sivil toplum kuruluşları, devlet tarafından tek başına karşılanamayan ürün ya da hizmetlerin toplum yararına kullanılmasını sağlamaktadır.

Sivil toplum kuruluşları aynı zamanda toplumun birlik ve beraberlik, dayanışma ve yardımlaşma özelliklerinin gelişmesine önemli katkılar sağlayan

örgütler olarak tanımlanmaktadır (Talas, 2011). Sivil toplum kuruluşları, turizm alanında çeşitli projeler, kampanyalar, eğitimler ve etkinlikler düzenleyerek turizmin gelişimine katkıda bulunmaktadır (Bayat, 2019: 32). Örneğin Türkiye Kültür Turizmi Derneği, kültürel mirasın korunması ve tanıtılması için çalışmalar yapan bir sivil toplum kuruluşudur. Bu dernek Kültür Turizmi Zirvesi gibi ulusal ve uluslararası etkinlikler düzenleyerek turizm işletmeleri, yerel yönetimler, akademisyenler ile medya gibi diğer turizm paydaşlarıyla iş birliği içinde, sosyal medya, internet siteleri, basın bültenleri ve broşürler gibi çeşitli yöntemlerle kamuoyunu bilgilendirmekte ve kültürel turizminin önemini vurgulamaktadır.

Öte yandan sivil toplum kuruluşları da bazı zorluklarla karşılaşmaktadır. Bunlar arasında yeterli kaynak bulamama, yasal engeller, siyasi baskılar ve toplumsal farkındalık eksikliği sayılabilir. Bu zorlukların aşılması için sivil toplum kuruluşlarının diğer turizm paydaşlarıyla iş birliği içinde olması ve kamuoyunu bilgilendirmesi gerekmektedir.

- ***Destek Hizmet İşletmeleri***

Destek hizmet işletmeleri, turistlerin seyahatleri sırasında ihtiyaç duydukları veya kullandıkları yardımcı hizmetleri sağlayan işletmelerdir. Bu kapsamda, park olanakları, tabelalar, bilgi ofisleri, rehberler, haritalar, broşürler, bankalar, iletişim araçları, posta, gazete bayileri, hastaneler vb. olanaklar, destek hizmet işletmeleri içerisinde yer almaktadır (Bayat, 2019: 28). Bununla birlikte destek hizmet işletmeleri, turistlere kolaylık, rahatlık ve güven sunarak seyahat deneyimlerini zenginleştirmekte ve tatmin düzeylerini artırmakta ayrıca turistlere bilgiler vererek seyahat kararlarını etkilemekte ve diğer turizm paydaşlarıyla da iş birliği içerisinde hareket ederek turistlerin tekrar ziyaret etme niyetlerine etki etmektedir.

### **1.13. Kültürel Miras Turizmine İlişkin Çalışmalar**

Kültürel miras turizmi, geçmişin derin izlerini günümüze taşıyan ve zengin kültürel birikimleriyle insanlara eşsiz bir deneyim sunan özel bir turizm türüdür. Bu turizm dalı, tarihi yapıları, geleneksel sanat ve el sanatlarını, folklorik unsurları ve diğer kültürel öğeleri içermektedir. Kültürel miras turizmi, bir bölgenin kimliğini ve karakterini oluşturan unsurları vurgulayarak, ziyaretçilere hem eğitici hem de

duygusal bir deneyim sunmaktadır. Özellikle somut ve somut olmayan kültürel miras değerlerinin sürdürülebilir özelliklerini vurgulayan çeşitli ulusal ve uluslararası düzeyde yapılmış çalışmalar, kültürel miras turizminin önemini ve etkilerini ele almaktadır. Bu çalışmalar, kültürel miras turizminin sadece geçmişin bir yansıması olmanın ötesine geçerek, kültürel zenginliğin sürdürülebilir bir şekilde korunması ve turistlerle paylaşılması konusundaki stratejik önemini de vurgulamaktadır

Tablo 1.1: **Kültürel Miras Turizmine İlişkin Çalışmalar**

<p>Yang vd., (2010), Araştırmanın temel amacı, özellikle Dünya Mirası Alanları ve çeşitli seyahat noktalarının Çin'e gelen uluslararası turist sayısındaki etkilerini belirlemektir. Bu bağlamda, yıllık il düzeyinde panel veri analizi yöntemi kullanılarak Çin'e gelen uluslararası turist sayısını belirleyen faktörler incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar, Dünya Mirası Alanlarının uluslararası turist çekme açısından önemli bir rol oynadığını ve etkili bir turist çekme faktörü olduğunu göstermektedir. Ayrıca, araştırma kapsamında ortaya çıkan diğer bir bulgu ise Çin'e gelen uluslararası turist sayısını etkileyen temel faktörlerin ülke nüfusu, seyahat maliyeti ve turizm altyapısı olduğudur.</p>
<p>Okuyucu ve Somuncu (2012), Osmaneli ilçe merkezinde yaşayan yerel halkın kültürel mirasa, kültürel mirasın korunmasına ve turizm amaçlı kullanılmasına dair algı ve tutumlarının belirlenmesini amaçlayan bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kapalı uçlu sorulardan oluşan bir anket yöntemi kullanılmış, 193 kişi ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda, yerel halkın genel olarak kültürel mirasın korunması konusunda olumlu bir görüşe sahip olduğu ayrıca, yerel halkın turizmin gelişmesi konusunda olumlu bir tutum sergilemekte ve turizm faaliyetlerine katılmaya istekli olduğu sonucu ortaya konulmuştur.</p>
<p>Su ve Lin (2014), Çalışmanın temel amacı, Dünya Mirası Alanlarının dünya genelinde uluslararası turist sayısını nasıl etkilediğini analiz etmektir. Bu kapsamda, araştırmada panel veri analizi kullanılarak veri toplama yöntemi olarak tercih edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, Dünya Mirası Alanlarına sahip olmanın uluslararası turist sayısı üzerinde pozitif bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu etkinin, kültürel miras alanlarına kıyasla doğal miras alanları için daha belirgin olduğu görülmüştür. Ayrıca, bir ülkedeki Dünya Mirası Alanı sayısı ile turist sayısı arasında U-şekilli bir ilişki bulunmaktadır. Bu ilişki, farklı bölgelerde farklı desenler gösterse de genel olarak sağlam bir trende işaret etmektedir.</p>
<p>Farid (2015), Çalışmanın amacı, Dünya Mirası Alanlarında turizm yönetiminin ve turizmin ekonomik kalkınma üzerindeki etkisinin Mali ve Etiyopya örneklerinde incelenmesidir. Bu çalışma, söz konusu ülkelerdeki kültürel miras alanlarının turist sayısı ve gelir düzeyi üzerindeki etkisini, panel veri analizi yöntemiyle ölçmektedir. Elde edilen sonuçlar, miras alanlarının varlığı ile turist miktarı arasında olumlu bir ilişki olduğunu göstermektedir. Mali'de yerel nüfusun kültürel sermayeyi konuşlandırma ve somutlaştırma yoluyla kültür turizminde önemli bir rol oynadığı ve fayda sağladığı belirlenmiştir. Etiyopya'da ise yerel ekonomiye turizm katkısını artırmak için destinasyon rekabet gücünün güçlendirilmesi gerektiği, bu sayede gelir ve istihdam olanaklarının artabileceği sonucuna ulaşılmıştır.</p>
<p>Jeon vd., (2016), Bu araştırma, mevsimsel özelliklerin bölge sakinlerinin turizmin etkilerine yönelik algıları üzerindeki etkilerini ve bu kapsamda kültürel mirasa sahip bir turizm destinasyonunda bölge sakinlerinin algıladıkları kaliteli yaşam üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamıştır. Veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılan çalışmada sonuç olarak, algılanan çevresel sürdürülebilirlik, bölge sakinlerinin algılanan yaşam kalitesini olumlu yönde etkilediği ortaya konulmuştur.</p>

Tablo 1.2'in Devamı

<p>Er ve Bardakoğlu (2016), Çalışmanın amacı, Edirne İli'nin kültür turizmi potansiyelini ve sahip olduğu kültürel mirasın çekim gücünü değerlendirmek ve destinasyonun turizm ürünlerini belirlemek, turizm çeşitlendirmesi yaparak sürdürülebilir turizm gelişimine yönelik öneriler sunmaktır. Bu doğrultuda, kamudan, özel sektörden ve sivil toplum kuruluşlarından 19 temsilciyle yüz yüze mülakatlar gerçekleştirilmiş ve elde edilen veriler içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonunda sürdürülebilir turizm gelişimi için kültürel mirasın korunma ve kullanma dengesinin gözetilmesi, geleneksel hazinenin turizm ürünü olarak sunulması ve turizm paydaşlarının iş birliği yapması gerekliliği ortak bir görüş olarak öne çıkmıştır.</p>
<p>Belber ve Sözbilen (2016) Çalışmada, Nevşehir'in turistik ürünlerine olan talebin, şehrin kültürel miras unsurları üzerindeki etkilerine dair yerel halkın algıları incelenmiştir. Araştırmanın verileri, anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, yerel halkın genel algısı, "Nevşehir'in turistik ürünlerine olan talebin, şehrin bazı kültürel miras unsurları üzerinde olumsuz; bazı kültürel miras unsurları üzerinde ise olumlu etki yarattığı" şeklindedir</p>
<p>Karapınar ve Barakazı (2017), Kültürel miras turizminin sürdürülebilir turizm perspektifinden değerlendirilmesine yönelik bir bakış açısı geliştirmek ve bu bağlamda Şanlıurfa'da yer alan ve tarihin bilinen ilk ve en büyük tapınağı olan Göbeklitepe ören yerinin potansiyelini SWOT analizi aracılığıyla değerlendirilmesinin amaçlandığı araştırma kapsamında, nitel veri toplama yöntemlerinden birisi olan yapılandırılmamış gözlem türü kullanılarak veri toplama süreci gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sonuçları arasında Göbeklitepe ören yerinin geleceği açısından ciddi çabaların sarf edilmesi gerektiğini ortaya konulmuş, bu çabaların öncelikle stratejik bir master planın oluşturulması ve bu planın uygulanması yoluyla gerçekleştirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Ayrıca, konuyla ilgili olarak kamu ve sivil toplum kuruluşlarının görüşlerinin alınması da önemli bir adım olarak belirtilmiştir.</p>
<p>Handapangoda vd., (2018), Çalışmanın amacı, Sri Lanka'nın geleneksel maske sanatının miras turizmindeki rolünü ve önemini araştırmaktır. Araştırmada, katılımcı gözlem ve yarı yapılandırılmış görüşmeler kullanılarak veri toplanmıştır. Elde edilen sonuçlar, Sri Lanka'nın geleneksel maske sanatının miras turizminde önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Bu sanat, Sri Lanka kültürünün zenginliğini ve çeşitliliğini yansıtarak turistlere bu kültürü deneyimleme fırsatı sunmaktadır. Ancak, turizm faaliyetleriyle etkileşime girdikçe, maske sanatının geleneksel değerleri, işlevleri ve anlamları üzerinde bazı değişimler ve zorluklar ortaya çıkabilmektedir.</p>
<p>Zhuang vd., (2019), Araştırmanın odak noktası, Çin'deki Dünya Kültür Mirası Alanlarında yaşayan yerel halkın turizmin sosyokültürel etkilerini incelemektir. Bu amaç doğrultusunda, yarı yapılandırılmış görüşmeler veri toplama yöntemi olarak kullanılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, turizmin yerel halkın sosyokültürel yaşamı üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri gözlemlenmiştir. Olumlu etkiler arasında, yerel halkın kültürel kimliğinin, geleneklerinin, toplumsal ilişkilerinin ve yaşam kalitesinin artması öne çıkmaktadır. Diğer yandan, olumsuz etkiler arasında, yerel halkın kültürel değerlerinin, ahlaki normlarının, yaşam tarzlarının ve toplumsal yapısının bozulması, turistlerle çatışma yaşanması ve turizme bağımlı hale gelmesi gibi faktörler bulunmaktadır.</p>
<p>Megeirhi vd., (2020), Bu araştırma, değer tanıma ve tutum ile miras alanını ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkileri anlamak amacıyla Çin'in Zhejiang Eyaleti'ndeki Longquan seladonunun geleneksel pişirme teknolojisini bir örnek olay çalışması olarak ele almıştır. Bu ilişkileri test etmek üzere 368 yerel sakinle yapılan anket verileri üzerinden yol analizi gerçekleştirilmiştir. Bulgular, bölge sakinlerinin Somut Olmayan Kültürel Miras (ICH) değerine yönelik bilişsel algıları ile tutumları ve seyahat niyetleri arasında anlamlı pozitif ilişkiler bulunduğunu ortaya koymaktadır</p>

Tablo 1.3'in Devamı

<p>Yao vd., (2020), Bu çalışmanın temel amacı, Meizhou Adası'ndaki turistler arasındaki algılanan değer, tekrar ziyaret niyeti ve yer bağlılığı arasındaki ilişkileri anlamaktır. Meizhou Adası'nda gerçekleştirilen anket çalışması, toplam 424 turist üzerinden yapılmıştır. Yapılan yapısal eşitlik modellemesi sonuçları, turistlerin algılanan değeri ile yer bağlılığı arasında anlamlı bir pozitif etkileşimin olduğunu göstermiştir. Ayrıca, elde edilen sonuçlar, turistlerin algılanan değerinin tekrar ziyaret niyeti üzerinde önemli bir pozitif etkiye sahip olduğunu vurgulamaktadır</p>
<p>Zhang ve Lee (2021), Bu çalışmada, Çin'de turizmin sağlanmasında kültürel değerlerin oynadığı rol değerlendirilerek, somut olmayan kültürel miras turizmi çalışmalarında özgünlük ve yabancılaşma arasındaki diyalektik ilişki araştırılmaktadır. Veriler, belirli katılımcılardan elde edilen karma yöntem aracılığıyla toplanmıştır. Araştırma sonucu, somut olmayan kültürel miras performanslarını uygulayanların öznel özgünlüğüne dair bir bakış açısı sağlamaktadır. Aynı zamanda, somut olmayan kültürel miras turizminin arz tarafındaki özgünlük sorunlarını anlamaya çalışan turizm pazarlaması için çıkarımlar sunmaktadır.</p>
<p>Batmaz ve Biçici (2021), Kırıkkale İli Delice İlçesi'nde mevcut somut kültür varlıklarına yönelik tutumlar ile bu kültür varlıklarının korunmasına ilişkin sorumluluk bilinç düzeylerinin ölçüldüğü araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinden birisi olan görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu bağlamda, 11 kişi ile gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen veriler analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, Delice ilçesindeki kültürel mirasın korunması ve bilinirliği konusunda halkın genel olarak yeterli bir bilinç düzeyine sahip olmadığı, ayrıca yönetim düzeyinde yetki ve sorumlulukların sınırlı ve yetersiz olduğu tespit edilmiştir</p>

## İKİNCİ BÖLÜM

### KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİNİN BÖLGESEL GELİŞMEYE KATKISI

Bu bölümde, öncelikle bölge ve bölgesel gelişme kavramlarına ilişkin temel bilgiler sunulacaktır. Ardından, farklı bölge tipleri ve bölgesel gelişmeye yönelik stratejiler ele alınacak daha sonrasında bölgesel gelişmişlik farklarının giderilmesinde etkili olan faktörler ve turizm sektörünün bu farklılıklara olan etkisi açıklanacaktır. Bir sonraki başlıkta, kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye olan katkısı detaylı bir şekilde incelenecek ve kültürel miras turizmi ile bölgesel gelişme arasındaki ilişkiye dair yapılmış çalışmalar ele alınarak bölüm sonlandırılacaktır.

#### 2.1. Bölge ve Bölgesel Gelişmeyle İlgili Temel Kavramlar

*Bölge kavramı*, etimolojik kökeni Latince: “regio” (çevre alan) anlamına gelmekte olan bölge kavramının tanımı ve niteliği üzerinde fikir birliğine varılmış genel bir görüş bulunmamaktadır (Apalı ve Yıldız, 2015). Bu durumun nedenleri arasında, bölgenin niteliği, işlevi ve ölçeğinin kavramın kullanıldığı yer, dönem ve şartlara göre değişkenlik göstermesidir. Ayrıca, bölgeyi tanımlamada siyasal, ekonomik, yönetsel, kültürel, kentsel, coğrafik ve etnik gibi çeşitli ölçütlerin etkili olması da bu durumu karmaşıklştırmaktadır (Sevinç ve Azgün, 2012; Doğan, 2015). İlk zamanlarda çiftçiler tarafından kullanılan mekânları, sahip olduğu iklim özelliği, topografya ve toprak türü gibi özelliklere göre diğer mekân parçalarından ayırt etmek için kullanılan bölge kavramı, zaman içerisinde ticari, dini ve yönetsel faktörlerle de ilişkilendirilerek ifade edilmeye başlanmıştır (Öncel, 2010).

Öte yandan bilimsel bir terim olarak kullanımı, her ne kadar 18. yüzyıla, coğrafyacıların mekanları, coğrafi özelliklerine göre bölgelere ayırmasına dayansa da zaman içerisinde modern tanımda ilişkili olduğu konuya, amaca ve zamana göre fiziki unsurları aşan bir kavram haline dönüşmüştür (Kılıç ve Mutluer, 2004). Bu noktadan hareketle bölge kavramı, bazen kapsamına göre bir mahalleyi temsil ederken bazen de bir kent, birkaç ilden oluşan bir yöre, birden fazla ülkenin oluşturduğu kara parçası veya kıtayı temsil edebilmektedir (Üncü vd., 2008). Bu kapsamda bölge kavramını sahip olduğu özelliklerinden hareketle benzer veya tamamlayıcı özellikleri olan faaliyet ve akımlara yoğun olarak bağlı aynı zamanda

devamlılık gösteren coğrafik sahalar şeklinde tanımlamak mümkündür (Öncel, 2010: 9-10). Başka bir ifadeyle bölge, iklim, coğrafi özellikler, insan unsuru gibi ortak özelliklere sahip, kendine özgü ekonomik, sosyal ve kültürel özellikleri bulunan, şehirden büyük ancak ülke topraklarının tamamından daha küçük bir alanı ifade etmektedir (Erkan, 1999). Bununla birlikte TDK'nin "*Sınırları idari, ekonomik birliğe, toprak, iklim ve bitki özelliklerinin benzerliğine veya üzerinde yaşayan insanların aynı soydan gelmiş olmalarına göre belirlenen toprak parçası; havza, muntika, zon*" ([sozluk.gov.tr](http://sozluk.gov.tr), Erişim tarihi, 25.03. 2022), şeklinde tanımladığı bölge kavramı, sosyal bilimlerde: seçilmiş tanımlayıcı ölçütler açısından türdeşlik ve bütünlük gösteren, aynı ölçütlerle diğer alanlardan ayırt edilebilen bir çevresel alanı ifade eder (Özey, 2016: 99) şeklinde tanımlanmaktadır.

***Kalkınma kavramı***, bir ülkenin milli gelir düzeyi ve üretim safhasında gerçekleşen kantitatif değişimlere bağlı olarak ekonomik yapının çeşitlenmesi, sosyal yapının iyileştirilmesi ve siyasal yapının demokratikleştirilmesi gibi değişimler içeren ve bölge halkının yaşam biçimlerindeki iyileşmeleri kapsayan çok yönlü bir süreçtir (Karataş ve Çankaya, 2010; Çeken, 2019: 113). Bir diğer ifadeyle kalkınma, üretimde etkin metotlar kullanarak farklı alanlarda da ilerlemelerin sağlandığı, ekonomik ve sosyo-kültürel yapının eş zamanlı olarak birlikte değiştiği ve geliştiği aynı zamanda maddi refahı artırıp yoksulluğu azaltarak toplumun hayat standardının yükseltmesini hedefleyen ve bu kapsamda az gelişmişlikten gelişmişliğe doğru ilerleyen süreçlerin bütünüdür (Çeken, 2008, Berber, 2011; Kılınç Savrul, 2012; Çaşkurulu, 2014; Boyacıoğlu, 2015, Rabie, 2016; Özcan vd., 2019).

***Büyüme kavramı***, iktisadi alanda İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemde, ülkelerin ekonomik performanslarını ölçmek için kullanılmaya başlanmış bir kavram olmakla birlikte, bir ülkenin belirli bir zaman dilimi içerisinde milli gelir durumunda, gerçekleşen değişikliği niceliksel açıdan ifade etmek için kullanılan bir kavramdır. İktisadi anlamda ekonomik büyüme, bir ülkenin belirli bir zaman dilimi içerisinde üretiminde meydana gelen artış veya kişi başına düşen gayri safi yurtiçi hâsıla değişim oranıdır (Çeken, 2019: 113). Bir diğer deyişle ülkelerin ekonomik büyümesi, bir ülkenin normalde 1 yıl olan bir hesap dönemi boyunca ürettiği mal ve hizmet üretimindeki artışı ifade etmektedir. Bir ülkenin yılda yüzde 5 oranında büyüdüğü

söyleniyorsa, bu, o ülkenin toplam yurt içi hasıla hacminin (GSYİH) bu oranda arttığı anlamına gelmektedir (Thirlwall, 2014: 61). Kullanım alanı olarak yeni bir kavram olan ekonomik büyüme kavramının özellikle 50’li ve 60’lı yıllarda kalkınma kavramıyla eş anlamlı şekilde ele alındığı fakat 80’li yıllardan itibaren kendi anlamı kapsamında kullanıldığı görülmektedir (Tıraş, 2012: 58). Oysa anlam bakımından farklı olan bu iki kavramdan büyüme kavramı, daha çok gelişmiş ülkelerin milli gelir düzeylerini istatistikî açıdan meydana gelen artışları ifade etmek için kullanılırken kalkınma, az gelişmiş ülkelerin niceliksel ve niteliksel açıdan değişimi ve gelişimiyle ilgili bir kavram olup aynı zamanda büyüme kavramını da içine alan daha kapsamlı bir terimdir (Arslan, 2013: 46). Öte yandan bir ülkenin prodüktif kapasitesinin genişletilmesi için kullandığı araçlarla ilgili bir kavram olan ekonomik büyümeyi açıklayıcı özelliğe sahip dört temel faktör bulunmakta olup bunlar, iş gücü, sermaye, doğal kaynaklar ve teknoloji gibi unsurların miktarı ve kalitesi (Boz ve Serçek, 2016; Yavilioğlu, 2002: 65) şeklindedir.

Kalkınma ise, mevcut ekonomik yapının üretim ve teknoloji boyutlarının geliştirilmesi, gelir artışlarının toplumun tüm kesimlerine ulaştırılması, ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel anlamda daha ileri bir seviyeye erişilmesi sürecidir (Çaşkurlu, 2014; Şaşmaz ve Yayla, 2018; Özcan vd., 2019). Dolayısıyla büyüme, kalkınmanın ön şartı olmakla birlikte, tek başına yeterli değildir. Kısaca ekonomik büyüme ve kalkınma, ülkelerin temel hedeflerinden olup ekonomik büyüme, bir yıldan diğerine gayri safi yurt içi hasıla artış oranını ifade ederken ekonomik kalkınma ise GSYH’nin yanı sıra, sosyal refah, yaşam standartları, ürün kalitesi ve üretim faktörleri gibi unsurların iyileştirilmesini içeren bir süreçtir (Yavilioğlu, 2002). Ayrıca ekonomik kalkınma, aynı zamanda bölgelerin kalkınmasını da beraberinde getirmektedir. Bu kapsamda bölge kalkınması, bölgesel kaynakların etkin kullanımı, bölgeler arası gelişmişlik farklarının azaltılması ve ülke ekonomisinin geliştirilmesi gibi amaçları içermesi bakımından büyüme kavramından ayrılmaktadır (Takım, 2010; Nielsen, 2011). Öte yandan bu iki kavramın birbiri yerine kullanılması hususunda, kalkınma kavramının önceleri sadece ekonomik anlam taşıyacak şekilde kullanılmasının etkisi olmuştur (Alpaslan, 2015).

**Bölgesel kalkınma kavramı**, bir ülkede bulunan bölgelerin çevresinde yer alan bölgeler veya diğer ülkelerle karşılıklı etkileşimi ile oluşmuş, katılımcılık ve sürdürülebilirliği temel ilke edinen aynı zamanda insan kaynaklarının güçlendirilmesi yoluyla bölgenin gelişmesini amaçlayan çalışmaların tamamıdır (Deviren ve Yıldız, 2014; Boyacıoğlu, 2015: 196). Bir diğer ifadeyle bölgesel kalkınma; belirli bir bölgenin sınırları içerisinde üretim faktörlerinin geliştirilmesi, altyapının güçlendirilmesi, dış ticaret ilişkilerinin artırılması, eğitim, teknoloji, sağlık ve kültür unsurlarının daha fazla vurgulanmasıyla birlikte, birden fazla merkezilin oluşturulması ve toplumsal refahın artırılarak gelişmiş bölge statüsüne ulaşılmasıdır (Çetin, 2018).

Bu kapsamda kültürel miras turizmi ve bölgesel kalkınma arasında güçlü bir ilişki bulunmakla birlikte bölgesel kalkınma, bir ülkenin ekonomik açıdan gelişmesinde kültürel miras turizminden etkilenmektedir. Bununla birlikte kültürel miras turizmi varlıklarının kültürel, fiziksel, ürünel ve deneyimsel değerlerini turizm açısından değerlendirmek ve uygulamak için bir sistem kurmak ve turizm çekiciliğinin sürdürülebilirliğini sağlamak için de gereklidir (Günlü vd., 2009).

**Bölgesel gelişme kavramı**, belirli bir bölge potansiyelinin, doğal ve kültürel çevre ile uyumlu biçimde artırılması anlamına gelmektedir (Koşan, 2006). Bu kavram, coğrafik olarak sınırları belirli olan bir bölgede yaşam şartlarının iyileştirilmesinin yanı sıra, bölge halkının ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel refahını artırmayı da hedefleyen bir süreçtir (Kılıç ve Mutluer, 2004).

Bununla birlikte bölgesel gelişmenin amaçları arasında, bölgenin kaynaklarının etkin şekilde kullanımı, rekabet gücünün artırılması, sorunların çözümü, fırsatların değerlendirilmesi ve bölgeler arası gelişmişlik farklarının azaltılması da yer almaktadır (Kusek ve Rist, 2004). Bölgesel gelişmenin faaliyetleri ise bölgenin potansiyelini ortaya çıkarmak, önceliklerini belirlemek, vizyonunu oluşturmak, stratejilerini belirlemek ve uygulamak, kaynaklarını etkin ve verimli kullanmak, paydaşlarının iş birliği içinde olması gibi konuları içermektedir [www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr](http://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr), Erişim Tarihi, 06.06.2023. Öte yandan her bölgenin ekonomisi, kaynak, evrim ve potansiyeller açısından diğer bölgelerden farklılık gösterebilmektedir (Mutlu, 2012)

## **2.2. Bölge Türleri**

Bölgelerin ekonomik kalkınma bağlamında mekânsal olarak analiz edilmesi, ekonomik yapı bakımına göre bölgeler ve ekonomik gelişmişlik düzeyine göre bölgeler şeklinde genelde iki temel kritere göre yapılmaktadır. Bu kapsamda ekonomik yapısına göre bölgeler, homojen, polarize ve plan bölge olmak üzere üç gruba ayrılırken ekonomik gelişmişlik düzeyine göre bölgeler, azgelişmiş ve gelişmiş bölge olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır (Takım, 2010; Samırkaş, 2011).

### **2.2.1. Ekonomik Yapı Açısına Göre Bölgeler**

Bir ülkenin ekonomik açıdan kalkınmasının gerçekleştirilmesi öncelikle bölgeler arasında dengeli dağılım sağlayacak politikaların izlenilmesine bağlıdır. Bu politikaların izlenilmesi kapsamında ekonomik yapı bakımından bölgeleri üç gruba ayırarak değerlendirmek mümkündür (Dulupçu vd., 2010).

#### **2.2.1.1. Homojen Bölge**

Özel planlama, idare ve çeşitli analiz amaçları ile tek ya da birden fazla ölçüye göre belirlenebilen homojen (türdeş) bölge, birbirine yakın özellikler gösteren ve birbirine komşu olan alanlardan oluşmaktadır. Homojen bir bölgenin sınırlarını belirlemek için aynı kriterlere göre sınıflandırılan komşu alanları bir araya getirmek gerekmektedir (Doğan ve Yıldız, 2007). Bu özellikleri ise gelir düzeyi, ekonomik faaliyetlerin biçimi, nüfusun sosyal ve ekonomik durumu, üretilen mal ve hizmetlerin cinsi, coğrafi konum vb. şekilde sıralanmaktadır. Bir diğer ifadeyle bir ülkede bölgeler arası gelişmişlik farkının azaltılma politikaları için izlenilen bir bölge türü olan homojen bölge aynı gelişmişlik düzeyindeki illerin oluşturduğu bölge, türü olarak da nitelendirilmektedir (Samırkaş ve Bahar, 2013: 60). Bölgesel kalkınma ve bölgesel analiz çalışmaları, mevcut durumun belirlenmesine yardımcı olan homojen bölgelerin belirlenmesiyle başlamaktadır (Kılıç ve Mutluer, 2004).

#### **2.2.1.2. Polarize Bölge**

Ekonomik gelişme olgusu, ülkelerin sahip oldukları özel konumlarına bağlı olarak dünya üzerindeki tüm alanlarda, aynı anda ve aynı hızda başlamamıştır. Bu durum gelişme olgusunun belirli bölgelerde yoğunlaşmasına neden olurken diğer bölgelerin ekonomik açıdan dezavantajlı halde kalmasına yol açmıştır (Deviren ve

Yıldız, 2014). Öte yandan ülke içerisinde bulunan tüm bölgelerin birbiriyle karşılıklı ilişki içerisinde olması kaçınılmaz bir durumdur. Bu kapsamda ilgili birimler tarafından bölgesel gelişme politikaları hazırlanırken ve uygulanırken bölgeler arasındaki ilişkilerin yoğunluğunun dikkate alınması, bölge politikaların amacı açısından önem arz eden bir durumdur.

Öte yandan küçük merkezlerin ticari yönden daha büyük yerleşim merkezlerine bağlı olması diğer bir değişle kasaba gibi küçük merkezlerin kent gibi daha büyük merkezlerin etkisi altında kalması ve büyük olan merkezin, küçük yerleşim merkezinin cazibe merkezi konumuna gelmesi ve bu etkileşim sonucu yerleşim merkezinin kapsadığı alan, polarize bölge olarak ifade edilmektedir. Kısaca polarize bölge bir merkez ve onu çevreleyen hinterlandından oluşmaktadır (Durman, 2001). Farklı bir tanımla polarize bölge, bir yerleşim hiyerarşisi içerisinde birbirine bağlı olan ve kutuplaşmış özellikler gösteren yerleşim gruplarından oluşan bölgelerdir (Erkan, 1999). Polarize bölgenin büyüklüğü merkez yerleşim yerinin, etkisi altına aldığı küçük merkezli yerleşim yerlerinin adedi ile doğru orantılıdır.

Öte yandan homojen bölgelerin belirlenmesi statik bir incelemeyi gerektirirken polarize bölgeler dinamik bir incelemeyi gerektirmektedir. Çünkü bölgenin zaman içerisinde gelişme özelliği ve diğer iller ile etkileşimi söz konusu olmakla birlikte polarize bölge, çeşitli kısımları birbirini tamamlamakta ve kendi içerisinde değişim gösterebilmektedir (Samırkaş ve Bahar, 2013).

### **2.2.1.3. Plan Bölge**

Plan bölge, kalkınma planlarının hazırlanmasına yardımcı olmak, bölgenin kalkınmaya hazırlanmasını sağlamak ve planların uygulanacağı idari sınırları belirlemek amacıyla ortaya konulan bölgelerdir (Takım, 2010; Samırkaş, Bahar, 2013: 61). Bir diğer ifadeyle plan bölge, ekonomik kalkınma planlarının uygulanmasını kolaylaştırmak ve ekonomik kararlar arasında uyum sağlamak amacıyla tanımlanan bölge türüdür. Bu kapsamda plan bölgenin sınırları, doğal faktörlerin yanı sıra, yerel ve merkezi yönetimler tarafından da belirlenebilmektedir. Kentten daha büyük, ülkeden daha küçük olabilen plan bölge, yönetsel sınırları ulusal yönetsel birimlerle örtüşen ancak etkileşim açısından bu sınırları aşabilen

ve yerel olarak yönetilen demokratik, aynı zamanda katılımcı bir yönetim ve bütçe yapısına sahip bir planlama ve yönetim birimidir (Kılınç Savrul, 2012). Homojen ve polarize bölgelerde sınırlama ekonomik yapı, iktisadi faaliyetin şekli, nüfusun sosyal ve ekonomik nitelikleri ve bölge ile çevre arasındaki iktisadi faaliyetin yoğunluğu esas alınarak hazırlanırken plan bölgelerinin sınırları coğrafik, sosyal ya da siyasal öğelere göre belirlenebilmektedir (Kılıç ve Mutluer, 2004). Bu kapsamda plan bölge kısaca, bölgesel politikaları uygulayan yönetimin sorumlu olduğu yer veya bölge planının geçerli olduğu yerlerin tamamıdır (Işık vd., 2010).

### **2.2.2. Ekonomik Gelişme Düzeyine Göre Bölgeler**

Doğal ve toplumsal kaynakların dünya üzerinde eşit bir şekilde dağılmaması, sosyo-ekonomik gelişmelerin zaman ve mekân açısından farklılaşmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda, ekonomik gelişme sürecindeki birçok ülkede, gelişmenin tüm bölgelere eş zamanlı olarak yayılamaması ve belirli merkezlerde yoğunlaşması, bölgeler arası gelişmişlik farklarının ortaya çıkmasını kaçınılmaz kılmaktadır. Bu kapsamda ülkeler arasında sosyo-ekonomik ve coğrafi farklar olduğu gibi, bir ülkenin içindeki bölgeler arasında da farklılıklar görülebilmektedir. Gelişme düzeylerine göre ülkeler "az gelişmiş" ve "gelişmiş" ülkeler" olarak sınıflandırıldığı gibi, ülkelerin içindeki bölgeler de "gelişmiş bölge" ve "az gelişmiş bölge" olarak sınıflandırılmaktadır (Samırkaş, 2011). Bu çerçevede, bölgeleri ekonomik özellikleri ve ekonomik gelişme seviyelerine göre "az gelişmiş bölge" ve "gelişmiş bölge" olmak üzere iki farklı şekilde sınıflandırmak mümkündür (Mutlu, 2012).

#### **2.2.2.1. Az Gelişmiş Bölge**

Az gelişmiş bölgeler, gelişme potansiyeli olmayan veya sahip olduğu değerler gün yüzüne çıkarılmamış ya da gelişme potansiyelini kaybetmiş bölgeler şeklinde ifade edilmektedir (Samırkaş ve Bahar, 2013). Bu tür bölgeler, "gelişme halinde olan az gelişmiş bölge" ve "potansiyel bakımdan az gelişmiş bölge" olmak üzere kendi içerisinde iki farklı şekilde sınıflandırılmaktadır (Gülbahar, 2009). Gelişme halinde olan az gelişmiş bölgede, gelir düzeyi ülke ortalamasının altında olabilirken gelişme hızı ülke ortalamasının üzerindedir. Bu bölgelerin ülke gelir ortalama düzeyinin altında kalmasında, mevcut kaynakların optimal değerlendirilememesi veya

yatırımların bölgeye çekilememesi gibi nedenler etkili olmaktadır. Öte yandan potansiyel olarak az gelişmiş bölgelerde ise kişi başına düşen gelir düzeyi, bazı dönemlerde ülke ortalamasının üzerine çıkmakla birlikte gelişme hızının ülke ortalamasının altında kalması sonucu, potansiyel olarak az gelişmiş bölge durumundan kurtulamamaktadır. Bu bölgelerin genel özelliği, sanayisinin gelişmemiş olması, ekonomisinin tarıma dayalı olması, genel olarak emek-yoğun üretimin yapılması ve geleneksel faaliyetlerin sürdürülmesi şeklindedir (Mutlu, 2012; Samırkaş ve Bahar, 2013: 62).

### **2.2.2.2. Gelişmiş Bölge**

Gelişmiş bölge kavramı, ülkelerin sahip olduğu bölgeler arasında gerek sosyal yönden gerek ekonomik faktörler açısından daha ileri olan bölgelerini belirtmek için kullanılan bir tabirdir. Bu tür bölgelerde, kişi başı gelir seviyeleri, gelir artış hızları, eğitim ve sağlık hizmetleri, vasıflı iş gücü potansiyeli vb. ülke ortalamasının üzerinde yer almaktadır (Gülbahar, 2009). Öte yandan yatırım oranlarının yüksek olduğu bu tür bölgelerde istihdam oranında yüksek olmasına bağlı olarak bölge sürekli göç almaktadır (Toker, 2019).

Ayrıca bu tür bölgelerde üretim faktörlerinin verimliliği yüksek olmakta, altyapı sorunları daha düşük oranda bulunmakta, doğal çevre gelişmeye daha elverişli olmakla birlikte faktör dağılımında aşırı dengesizlikler bulunmamaktadır (Samırkaş ve Bahar, 2013). Tarım dışı faaliyetlerin yoğunlaştığı ve nüfus yoğunluğunun yüksek düzeyde olduğu gelişmiş bölgelerde görülen belli başlı sorunlar, mekânsal yığılmadan kaynaklanan kent içi ulaşımda yaşanan zorluklar, kamu düzeninde ortaya çıkan aksaklıklar, hava ve suyun aşırı kirlenmesi ve doğal çevrenin tahribi gibi sorunlardır (Mutlu, 2012).

### **2.3. Bölgesel Gelişmeye Yönelik Stratejiler**

Bölgesel gelişmeye yönelik stratejiler, bölgede ve bölgeler arasında gelişmişlik düzeyi açısından dengesizliklerin giderilmesi, geri kalmış yörelerin gelişiminin desteklenmesi, yerleşmelerin ve ekonomik etkinliklerin mekânda dengeli dağılımı, insan kaynağı dahil yeterince değerlendirilemeyen kaynakların etkin biçimde kullanılması gibi amaçları içermektedir (Osmanoğlu ve Aydın, 2022). Bu

stratejiler gerek gelişmiş gerek gelişmekte olan ülkelerin bölgeleri arasında önemli düzeyde gelişmişlik farklılıklarının bulunuyor olmasından dolayı büyük önem taşımaktadır. Bununla birlikte bu farklılıklar, ülkelerin bölgeleri arasındaki yakınsamayı zorlaştırarak ülkelerin büyüme sürecini de olumsuz etkilemektedir (Devrim ve Dökmen, 2012). Bu kapsamda, bölgesel gelişmeye yönelik stratejileri başta yatırım politikası olmak üzere çeşitli politikalardan yararlanarak başlıca dört grupta toplamak mümkündür (Taştekin, 2018);

➤ *Büyümeye Dayalı Bölgesel Gelişme Stratejisi:* Bölgesel gelişmeyi büyümeye bağlayan bu strateji bölgesel kalkınmayı hızlandırmak ve dengesizlikleri azaltmak için üretim faktörlerinin mekânsal dağılımını etkileyen bir yatırım politikası yaklaşımı olup yatırım seçimlerine göre, üretim kaynaklarının mekânsal olarak en uygun şekilde dağıtılmasını hedeflemektedir. Bu strateji, büyüme odakları, yığılma faydaları ve bölgesel ihracat modellerini kapsamaktadır.

Ayrıca bu stratejide, bölgesel faaliyetlerin merkezi olacak bir noktanın seçilmesi ve bu noktanın geliştirilmesi için olanak ve potansiyellerin araştırılması önemlidir. Öte yandan bu stratejide bölgesel rekabet gücünü artırmak, yatırım çekmek ve istihdam yaratmak gibi faydalar sağlayabilirken bölgesel eşitsizlikleri derinleştirmek, merkez-çevre ilişkilerini bozmak ve çevresel sorunlara yol açmak gibi riskleri de taşımaktadır. Bu strateji, Türkiye’de 60’lı yıllarda uygulanmaya başlanmış ve 80’li yıllara kadar devam etmiştir.

➤ *İstikrara Dayalı Gelişme Stratejisi:* Bölgenin ekonomik yapısını istenen yöne yönlendirmeyi amaçlayan bir stratejidir. Bu strateji, bölgedeki ekonomik faaliyetlerin çeşitlendirilmesi ve krizlere karşı dirençli hale getirilmesi için uygun politikaları uygulamaktadır. Ayrıca, bölgede sağlıklı yaşam ve çalışma ortamlarının oluşturulması ve geliştirilmesi için de çaba göstermektedir. Bu stratejiyle bölgesel istikrarın sağlanması için yapısal politikaların koordinasyonunu vurgulamaktadır. Bu politikalar, bölge halkının katılımını ve refahını artırmak için temel araçlar olarak kullanılmaktadır. Bu strateji, bölgede ekonomik istikrarı sağlamak, sosyal adaleti güçlendirmek ve çevresel sürdürülebilirliği desteklemek gibi faydalar sağlarken, bölgesel farklılıkları göz ardı etmek, merkezizetçi bir yaklaşımı benimsemek ve

yapısal reformlara yeterli kaynak ayırmamak gibi sorunlar da yaratabilmektedir. Bu strateji, Avrupa Birliği'nin bölgesel gelişme politikasında önemli rol üstlenmektedir.

➤ *Bölgelerarası Dengeleme ve Eşitlemeye Dayalı Gelişme Stratejisi:* Bölgesel kalkınmada adaleti sağlamayı amaçlayan bir stratejidir. Bu stratejide, bölgeler arası ekonomik faaliyetler, gelir ve refah farklarını azaltma ve bölge içi kaynak dağılımını iyileştirmek gibi unsurlar amaçlanmaktadır. Bu kapsamda stratejinin temel unsuru, bölgenin ekonomik potansiyelini ortaya çıkaracak altyapı yatırımlarının dengeli ve eşit bir şekilde yapılmasıdır. Böylece bölgenin altyapı kalitesi artırılırken bölgesel kalkınmayı hızlandırmak, bölgesel iş birliğini artırmak ve bölgesel çeşitliliği korumak gibi faydalar sağlayabilmektedir.

Ayrıca bölgesel rekabet gücünü zayıflatmak, merkezi planlamaya bağımlılık yaratmak ve altyapı yatırımlarının verimliliğini düşürmek gibi sorunlara neden olabilmektedir. Bu strateji, Türkiye'nin 2000'li yıllarda uyguladığı bölgesel kalkınma planlarında önemli bir yer tutmaktadır.

➤ *Entegre Bölgesel Gelişme Stratejisi:* Bölgesel kalkınmada bütüncül bir yaklaşım benimseyen bir stratejidir. Bu strateji, bölgenin büyümesini, istikrarını ve dengesini sağlamak için diğer stratejileri bir arada kullanmaktadır. Bölge altyapı ve üstyapı yatırımlarıyla düzenleyici önlemlerle ve sosyo-ekonomik yapısını değiştirecek politikalarla desteklenmektedir. Aynı zamanda bu strateji, bölgenin endüstriyel, kentsel, demografik ve yenilikçi dönüşümünü tetiklemekte ve bölgenin mekânsal yapısını ve görünümünü etkilemektedir.

Öte yandan bölgesel kalkınmayı hızlandırmak, bölgesel uyumu sağlamak ve bölgesel katma değeri artırmak gibi faydalar sağlarken bölgesel özellikleri göz önünde bulundurmamak, bölgesel paydaşları dahil etmek ve bölgesel politikaları koordine etmekte zorluklar da yaratabilir. Ayrıca bu strateji, Avrupa Birliği'nin 2020 yılında kabul ettiği Bölgelerarası Akıllı Uzmanlaşma Stratejisi'nde değerlendirilmiştir (<https://eu.immib.org.tr/>).

#### **2.4. Bölgesel Gelişmişlik Farklarının Giderilmesinde Öne Çıkan Faktörler**

Bölgeler arası gelişmişlik farkları, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde farklı nedenlere bağlı olarak ortaya çıkabilmektedir. Bununla birlikte bölgeler arası

gelişmişlik farklarının giderilmesinde birtakım faktörler öne çıkmaktadır. Bu faktörler (Samırkaş ve Bahar, 2013: 68-73):

- *Ekonomik faaliyetlerin teşvik tedbirleriyle az gelişmiş bölgelere yönlendirilmesi,*

Devlet, özel sektörü az gelişmiş bölgelere yönlendirmek için bazı teşvik tedbirleri uygulayabilmektedir (Ünsaldı, 2006). Buradaki amaç yatırımları diğer sektörlerle aktararak bölgede ekonomik canlılığı artırmak ve yerel halkın yaşam statüsünü iyileştirmektir. Bu kapsamda başvurulacak teşvik araçları, gelir vergisi muafiyeti ve indirimi, vergi, resim ve harç istisnası, geliştirme ve bölgesel teşvik fonları, enerji desteği, kamu arazi, bina ve tesislerin kiralanması, istihdam desteğinden birisi veya birkaçı şeklindedir. Öte yandan teşvik tedbirleri geri kalmış bölgeleri özel sektör için bir cazibe merkezi haline dönüştürebilecek ve bu durum, bölgede ekonomik gelişmeyi sağlayarak bölgesel gelişmeyi olumlu yönde etkileyecektir.

- *Bölgesel kalkınma için gerekli kamu yatırımlarının gerçekleştirilmesi,*

Kamu yatırımları bölgesel kalkınmaya doğrudan müdahale niteliğinde olup bölgeler arası gelişme farklarının azaltılması, bölgede bulunan mevcut kaynakların geliştirilerek üretim kapasitesinin artırılması ve buna bağlı olarak yaşam kalitesinin yükseltilmesi konusunda etkin rol oynamaktadır. Öte yandan az gelişmiş bölgelere yapılacak olan kamu yatırımları çevreden bölgeye, bölgeden çevreye çift yönlü ürün ve gelir akışı sağlayacak, altyapı sorunlarını giderecek, mekânsal eşitsizliğin giderilmesi konusunda olumlu yönde bir etki gerçekleştirecektir.

- *Yönetimsel örgütün bölgesel kalkınma sorunlarına adaptasyonun sağlanması,*

Bölgesel kalkınma politikaların uygulanmaya başlandığı bölgelerde, adaptasyon sorunu yaşamamak için yönetimde bölgesel örgütlenmeye gidilmeli, gerekli görülen durumlarda yetki devri ve genişliği ile yerinden yönetim, yöntemi tercih edilmelidir. Öte yandan yönetim kademeleri arasında koordinasyonu sağlamak adına bölgesel yönetimin mali olanaklarını iyileştirmek, halkın yönetime katılmasını sağlamak ve yeterli ve nitelikli personele kavuşulmasını sağlamak bölgesel gelişmişlik farkının azaltılması konusunda alınacak önlem ve faaliyetlerden bazılarıdır.

- *Metropolitan bölgelerin gelişmesinin sınırlandırılması,*

Bölgeler arasında gözlemlenen gelişmişlik farkı, geri kalmış bölgeler kadar gelişmiş bölgeleri de olumsuz yönde etkilemektedir. Bu etki özellikle geri kalmış bölgelerden gelişmiş bölgelere gerçekleştirilen göçler şeklinde ortaya çıkmaktadır. Gerçekleştirilen göçler sonunda meydana çıkan hızlı nüfus artışı, bölgede çevre kirliliğinin artmasına, çarpık yapılaşmaya, maliyet artışına, iş görenlerin motivasyonuna, altyapı sorunlarının ortaya çıkmasına vb. olumsuz durumların oluşmasına yol açmaktadır. Bu durum gelişmiş bölgelerin daha da ileri seviyelere gitmesinin önünde engel teşkil etmekte ve gelişmiş bölgede karışıklığa neden olmaktadır. Bu durumu engellemek adına ilgili görevliler, gelişmiş bölgelerdeki sosyal ve ekonomik faaliyetlerin bir bölümünü geri kalmış bölgelere aktararak nüfusun, kırsal kesimlerde tutulması gibi tedbirlere başvurabilirler.

- *Bölgesel kalkınma ajansları,*

Bölgesel ölçekte ekonomiyi canlandırmak, geliştirmek ve örgütlemek amacıyla oluşturulmuş olan Bölgesel Kalkınma Ajansları (BKA), bölgesel düzeyde yerel yönetimlerin dışında faaliyet gösteren kuruluşlardır (Akiş, 2011). Avrupa Bölgesel Kalkınma Ajansı Birliğine göre, BKA, sektörel ve genel kalkınma problemlerini belirleyen bu problemlerin ortadan kaldırılmasına yönelik çözüm yolu bulan veya bulunan çözüm yolunun geliştirilmesine yönelik projeleri destekleyen kurumlardır (Tutar ve Demiral, 2007; Eren ve Cidecigiller, 2011). Temel amacı bölgeler arasında gelişmişlik farklarının ortadan kaldırılarak bölgeler arası rekabeti sağlamak olan bölgesel kalkınma ajanslarının genel olarak görevleri şu şekildedir (Türkoğlu, 2015):

- Bölgesel iktisadi kalkınma stratejisinin hazırlanması,
- Kırsal kesimin iktisadi kalkınmasının ve yenileşmesinin sağlanması,
- İçsel yatırımların bölgesel koordinasyonu,
- Bölgesel yatırımlarla ilgili yönetim birimlerine tavsiyelerde bulunmak,
- İşletmeleri desteklemek, kaliteli işgücünün yetiştirilmesi,
- Devlet desteğinin sağlanması,
- Bölgenin pazarlanarak yabancı yatırımcıları bölgeye çekmek,

- Altyapının geliştirilmesi,
- Teknoloji transferinin teşvik edilmesi.

Bölgesel Kalkınma Ajansları (BKA), bölgesel kalkınmayı sağlamak amacıyla Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından yürütülen çalışmalar sonucunda kurulan özerk kamu kuruluşlarıdır. BKA'nın kuruluşu, 25 Ocak 2006 tarihli ve 5449 sayılı Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun ile yasal bir zemine oturtulmuştur. Kanununun 1. maddesine göre, BKA'nın görevi; kamu kesimi, özel kesim ve sivil toplum kuruluşları arasındaki iş birliğini güçlendirmek, kaynakları etkin ve yerinde kullanmak, yerel potansiyeli harekete geçirerek ulusal kalkınma planı ve programlarıyla uyumlu olarak bölgesel gelişmeyi hızlandırmak, sürdürülebilirliğini sağlamak ve bölgelerarası ile bölge içi gelişmişlik farklarını azaltmaktır (Samırkaş, 2011).

### **2.5. Turizm Sektörünün Bölgesel Gelişmişlik Farklılıklarının Giderilmesine Etkisi**

Turizm, küreselleşme ve tüketim kültürünün etkisiyle yaygınlaşan ve dünya ekonomisinde önemli paya sahip olan bir sektördür (Song vd., 2017). Ayrıca turizm sektörü, gelir getirici, istihdam yaratıcı ve kalkınma sağlayıcı etkileriyle birlikte, bölgeler arasındaki ekonomik ve sosyal dengesizlikleri azaltmada da önemli bir rol oynamaktadır (Stynes, 1997). Bu kapsamda turizmin, ekonomik büyüme ve kalkınmaya etkisi ile bölgesel gelişme farklılıklarının giderilmesindeki etkisi araştırma kapsamında ele alınarak açıklanacaktır.

#### *➤ Turizmin Ekonomik Büyüme ve Kalkınmaya Etkisi;*

Ekonomik büyüme ve ekonomik kalkınma kavramları, çoğu kez birbirinin yerine kullanılmakla birlikte her iki kavramın temelde farklı anlamlar taşıdığı araştırma kapsamında daha önce açıklanmıştır. Bu kapsamda ekonomik büyüme, “gayri safi yurt içi hasıla (GSYİH) büyüklüğünün bir yıldan diğerine gösterdiği reel artış hızı” olarak tanımlanırken ekonomik kalkınma, sadece üretimin ve fert başına gelirin artması olmayıp bunun yanında, yapısal değişiklikleri de içerdiği (Çeken, 2008) vurgulanan durumlar arasında yer almaktadır. Öte yandan bu değişiklikler, ekonomik ve sosyo kültürel yapının değişmesine neden olurken aynı zamanda

ekonomik büyüme ile ekonomik kalkınma arasındaki farkı da göstermektedir. Bu durum ekonomik büyümenin nicel bir göstergesiye, ekonomik kalkınmanın daha çok nitel ağırlıklı bir gösterge olmasından kaynaklanmaktadır (Arslan, 2013). Ayrıca bölgesel kalkınma anlayışının temelini, bölgelerarası gelişmişlik düzeyi ve bölgelerarası gelir farklılıklarını en aza indirme amacı oluşturmakta olup bölgedeki istihdam olanaklarının, refah düzeyinin, yatırım hacminin, yaşam standartlarının ve çalışma koşullarının geliştirilmesi içermektedir (Ceyhan ve Özcan, 2018).

Bir ülkenin mal ve hizmetlerini belli bir değer karşılığında diğer ülkelere satılması anlamına gelen ihracatın, ekonomik büyüme ve kalkınma üzerinde birçok olumlu etkisi vardır. Bu kapsamda ihracatın ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini Bahar, şu şekilde açıklamıştır: İhracat sayesinde ülkeler ölçek ekonomilerinden yararlanarak maliyetlerini düşürebilir, döviz kısıtlamalarını azaltarak dış ticaret açığını azaltabilir, döviz rezervlerini artırarak döviz sıkıntısını hafifletebilir, ticaret dışı sektörlerde teknoloji transferi, bilgi paylaşımı ve inovasyon gibi pozitif dışsallıklar sağlayabilir, rekabet gücünü artırmak için kaynaklarını daha etkili ve verimli kullanabilir ayrıca geleneksel sektörlerde yatırım ve istihdam olanaklarını artırabilirler (Bahar 2006: 140).

Öte yandan ihracat ağırlıklı özelliği ile ön plana çıkan turizm, ekonomik büyüme ve kalkınma için önemli kaynak oluşturan bir sektördür (Crouch ve Ritchie 1999). Bu kapsamda turizm ihracat yoluyla, ülkelere döviz geliri sağlayabilir, ödemeler dengesini iyileştirebilir, gelir dağılımını düzelterek kırsal alanların gelişmesine yardımcı olabilir, kültürel mirasın korunmasına önem vererek çevre bilincini artırabilir ve sosyo-kültürel alışverişi teşvik edebilir (Yılmaz, 2023; Altınar, 2019).

Ayrıca turistlerin yapmış oldukları turizm amaçlı harcamaların o ülkeye sağladığı döviz geliri aynen ticari mal ihracatında olduğu gibi bir ihracat etkisi göstermektedir (Polat ve Günay, 2012). Bir diğer ifadeyle uluslararası turizm, ödemeler dengesi hesabında görünmez bir ihracat kalemi olarak yer alır ve ülke ekonomisine dış kaynaklı bir gelir akışı sağlar. Bu gelir, diğer ihracat sektörlerinde olduğu gibi, ekonomi içinde tekrar harcanarak kamu geliri, kişi başına gelir ve istihdam seviyesini yükseltir ve yeni iş fırsatları oluşturur.

Bu bağlamda, uluslararası turizm bir ülkeye döviz kazandırıcı bir etkiye sahipken iç turizm ise turizmden elde edilen gelirin ülke içinde yeniden dağıtılmasını kolaylaştırır ve bölgeler arası ekonomik kalkınma ve gelişmeye katkıda bulunur. Zira turist, ülkenin turizm potansiyeli olan bölgesinde yaptığı harcamalarla bu bölgeye gelir sağlamak ve bu gelir, ülkenin diğer bölgelerinde yatırım, istihdam ve yeni iş alanları yaratmak için kullanılabilir (Bahar ve Kozak, 2018).

Amerikalı iktisat tarihçisi Walt W. Rostow tarafından 1950-1960 yılları arasında geliştirilen Kalkınma Aşamaları Teorisinin, “geleneksel toplum, kalkışa hazırlık, kalkış, olgunluğa geçiş ve kitlesel tüketim toplumu” gibi aşamaları bulunmaktadır (Samırkaş, 2011). Turizm sektörünün ekonomik büyümeye katkısının, karşılaşılan zorlukların ve geliştirilmesi gereken alanların ortaya konulmaya çalışıldığı bu teorinin *geleneksel toplum aşamasında*, tarım ve el sanatlarına dayalı bir ekonomi hakimdir. *Kalkışa hazırlık aşamasında* ise üretkenlik artışı, altyapı geliştirme ve siyasi istikrar sağlanmaktadır. *Kalkış aşamasında*, sanayileşme başlar ve yatırım oranları yükselirken *olgunluğa geçiş aşamasında*, teknolojik yenilikler ve çeşitli sektörlerde büyüme görülmektedir. Son aşama olan *yüksek tüketim aşamasında* ise refah seviyesi artmakta ve tüketim mallarına olan talep yükselmektedir. Turizm sektörü ile de ilişkilendirilebilen bu teori kapsamında, Cumhuriyetin ilan edildiği yıllarda, Türkiye’nin turizm sektörünün geleneksel toplum aşamasında olduğu söylenebilir. Bu yıllarda ülkenin elde ettiği turizm geliri düşüktü ve ülkeye gelen turist sayısı oldukça azdı. Bununla birlikte ülkede talep gören turizm türleri genellikle kültürel, sağlık ve inanç turizmi şeklindeydi. Ülke turizmi için atılım dönemi olarak kabul edilen 80’li yıllarda ise turizm sektörü kalkış aşamasına geçmiş, turizm gelirleri artış gösterirken turist sayısı milyonlara ulaşmıştır. Ülke turizminde yaşanan bu gelişmelerin oluşmasında dış politika, dünyada yaşanan ekonomik kriz, uluslararası arenada yaşanan kültürel etkileşim gibi faktörler oldukça etkili olmuştur (Karaca ve Şahin, 2010).

İçerisinde bulunduğumuz zaman dilimi, Kalkınma Aşamaları Teorisi çerçevesinde Türkiye’nin turizm sektörü olgunluğa geçiş aşamasındadır. Pandemi dönemi öncesi olan 2019 yılında Türkiye’nin turizm gelirleri 34,5 milyar dolar olarak gerçekleşmiş ve turist sayısı 51,2 milyona ulaşmıştır (TÜİK, 2020). Bu

kapsamda Türkiye dünyada en fazla turist ağırlayan altıncı ülke konumunda olurken turizmden en fazla gelir elde eden ülkeler arasında dünya sıralamasında 14. sırada yer almıştır (Sakal, 2021). Ancak bu artışa rağmen Türkiye'nin turizm sektörü, rekabet gücünü kaybetmektedir. Dünya Ekonomik Forumu'nun 2019 yılı Seyahat ve Turizm Rekabet Endeksi'ne göre Türkiye 140 ülke arasında 43. sırada yer almıştır ([www.weforum.org](http://www.weforum.org), Erişim Tarihi, 05.07.2022 ). Bu durum Türkiye'nin kitle turizminin yanı sıra turizm sektöründe çeşitlilik sağlamak adına alternatif turizm türlerine yönelmesi gerektiğini göstermektedir.

Türkiye'de en yaygın olan turizm türü deniz-kum-güneş turizmi olmakla birlikte bu turizm türü hem mevsimsel hem coğrafik hem de ekonomik dalgalanmalara maruz kalmaktadır. Bu noktadan hareketle Türkiye'nin, kültürel miras, sağlık, spor, kongre, eko-turizm gibi alternatif turizm türlerine daha fazla yönelmesi ve bu alternatif turizm türlerini ülke geneline yayması gerekmektedir (Acuner, 2006).

Ayrıca ülkenin kitle turizm faaliyetleri kapsamında sürdürülebilirlik sorunları bulunmaktadır. Turizm sektörünün çevreye verdiği zararlar, doğal kaynakların tükenmesi, kültürel erozyon, çevre kirliliği, artan emlak fiyatları gibi sorunlar olup bunların dikkate alınması gerekmektedir (Uğurlar, 2017). Bu kapsamda, Türkiye'nin turizm sektörü yüksek tüketim aşamasına geçmek için teknolojik yeniliklere, çevresel duyarlılığa ve sosyal sorumluluğa odaklanmalıdır.

Teknolojik yenilikler, turizm sektörünün verimliliğini, kalitesini ve rekabet gücünü artırmak için önemli iken çevresel duyarlılık, turizm sektörünün doğal kaynakları koruması, çevre kirliliğini azaltması ve iklim değişikliği ile mücadele etmesi için önem arz etmektedir. Sosyal sorumluluk ise turizm sektörünün yerel toplumların refahını, kültürel mirasını ve insan haklarını gözetmesi açısından oldukça önemli bir unsurdur.

➤ *Turizmin Bölgesel Gelişme Farklılıklarının Giderilmesindeki Etkisi;*

Bölgesel gelişme farklılıkları, bir ülke veya bölge içindeki farklı coğrafik alanlar arasındaki ekonomik, sosyal ve çevresel gelişmişlik düzeylerindeki eşitsizlikler oranı olarak ifade edilebilir. Bununla birlikte bölgesel gelişme

farklılıkları hem neden hem de sonuç olarak birçok sorunu beraberinde getirmekte olup bu farklılıklarının nedenleri arasında; doğal kaynakların dağılımı, nüfus yapısı, ulaşım imkanları, sanayileşme düzeyi, ticaret hacmi, kamu yatırımları, siyasi kararlar gibi faktörler sayılabilirken sonuçları arasında ise gelir dağılımındaki bozulma, göç hareketleri, sosyal adaletsizlik, çevre sorunları gibi etkenler gösterilmektedir.

Öte yandan bölgesel gelişme farklılıklarını ölçmek için kişi başına gelir, işsizlik oranı, eğitim düzeyi, sağlık hizmetleri, altyapı kalitesi gibi göstergeler kullanılabilirken bölgesel gelişme farklılıklarının azaltılması için bölgesel planlama yapılması, yerel yönetimlerin güçlendirilmesi, bölgesel kalkınma ajanslarının kurulması ve bölgesel kalkınma projelerinin desteklenmesi gibi politikalar uygulanmaktadır. Bu politikaların yanı sıra turizm sektörü de bölgesel gelişme farklılıklarını gidermede önemli bir rol üstlenmektedir. Bu durum turizm sektörünün, hem bir bölgenin doğal ve kültürel kaynaklarına dayanması hem de bu kaynakları etkileyen bir faaliyet olmasından kaynaklanmaktadır.

Turizm sektörü, coğrafik bir alanın potansiyeline bağımlılık göstermenin yanı sıra bulunduğu coğrafyayı şekillendiren bir olgudur (Koşan, 2006). Bu kapsamda turizmin bölgesel gelişme üzerindeki etkileri, ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarda değerlendirilebilir. Ekonomik boyutta, turizm gelir ve istihdam yaratırken, aynı zamanda bölgesel gelişme farklılıklarını azaltabilmektedir. Sosyal boyutta, turizm yerel halkın yaşam kalitesini artırırken aynı zamanda kültürel mirası koruyabilir veya erozyona uğratabilir. Çevresel boyutta ise doğal kaynakları değerlendirirken, aynı zamanda çevre kirliliği veya çevre tahribatına neden olabilmektedir.

Bununla birlikte turizm açısından farklı alanlar, turistik gelişmenin düzeyi ve ihtiyaçlarına göre üç kategoriye ayrılmaktadır (Samırkaş, 2011). Bu kategorilerden *düzenli alanlar*, halen yoğun olarak seyahatlerde talep gören ve turistik gelişmede sektörün ihtiyaç duyduğu kalite iyileştirmelerini hedefleyen bölgelerdir. *Tasarım içinde olan alanlar* ise turistik gelişmenin orta düzeyde olduğu ve farklılaşma potansiyeli taşıyan alanlar olup hem farklı turistik donanımlara sahip hem de nicelik olarak henüz sınırlı şekilde genişleyebilecek nitelikte olan alanlardır. Buna karşın *gelişmekte olan alanlarda* nicelik bakımından yoğun bir açılıma ihtiyaç

duyulmaktadır. Bu sınıflandırma, turizm sektörünün bölgesel gelişme farklılıklarını gidermede hangi stratejilerin uygulaması gerektiğini göstermektedir.

Turizmin bölgesel gelişme üzerindeki olumlu sonuçları arasında, ekonomik büyüme, istihdam artışı, altyapı geliştirilmesi, sosyal hizmetlerin iyileştirilmesi, yerel kültürün tanıtılması ve korunması gibi etkenler de sayılabilmektedir. Öte yandan turizm, seyahat eden insanların konaklama, ulaşım, iletişim, sağlık, güvenlik gibi temel ihtiyaçlarını karşılayan fiziki alt yapıya bağlı bir sektör olmasından dolayı, turizm potansiyeli olan bölgelerde özel turizm altyapısının kurulması ve geliştirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda özel turizm altyapısı; yol, iletişim, marina, hava alanı vb. unsurları içermektedir. Bu sayede, turizm altyapısı hem turistlerin memnuniyetine etki ederek bölgedeki diğer sektörleri hareketlendirecek ve ticari faaliyetleri, istihdam olanaklarını çoğaltacak hem de bölgenin ekonomik ve sosyal açıdan gelişmesine önemli düzeyde bir katkı sunarak bölge halkının refahını artıracaktır (Gülbahar, 2009).

## **2.6. Kültürel Miras Turizminin Bölgesel Gelişmeye Etkisi**

Birçok ülke için önemli bir gelir kaynağı olarak görülen kültürel miras turizmi, aynı zamanda yaşam kalitesinin de önemli bir unsuru olarak değerlendirilmektedir (Murzyn-Kupisz, 2012). Bu kapsamda birçok ülke, kültürel miras değerlerini turistik ürün haline dönüştürerek kullanmakta ve bu ürünlerden ağırlıklı olarak gelir ve prestij elde etmektedir (Mohale vd., 2020; Tashi ve Ullah, 2019). Öte yandan niteliksel ve niceliksel açıdan önemli bir kültürel mirasın varlığı birçok yatırımı da beraberinde getirmekte ve çok sayıda kalıcı veya geçici istihdama yol açmaktadır (Virginija, 2016). Bu olgu yerel yönetimin gelirlerinin artmasını sağlarken bölge sakinlerinin yaşam standardının yükselmesine ve bölgenin çekiciliğini ön plana çıkararak yurt içi ve yurt dışından gelen turist sayısını artırmaktadır (Stratan vd., 2015).

Öte yandan bölgenin gelişmesine önemli düzeyde katkılar sağlayan kültürel miras turizmi, yerel halka bölgenin eşsiz güzelliklerini destinasyon merkezine gelen ziyaretçilerle paylaşma fırsatı sunarken yerel halkın sosyal ve kültürel gelişimine katkı sağlamakta, ziyaretçilere ise bölgenin eşsiz mirasını tanıma olanağı sunarak

farklı deneyimler yaşatmaktadır (Murzyn-Kupisz, 2012). Ayrıca, bölgeye ekonomik açıdan gelir getirerek bölgenin refahını artırmakta bununla birlikte kültürel ve tarihi merkezler, el sanatları ya da yaşam kültürü gibi unsurları birer gelir kalemi haline dönüştürmektedir (Alberti ve Giusti, 2012).

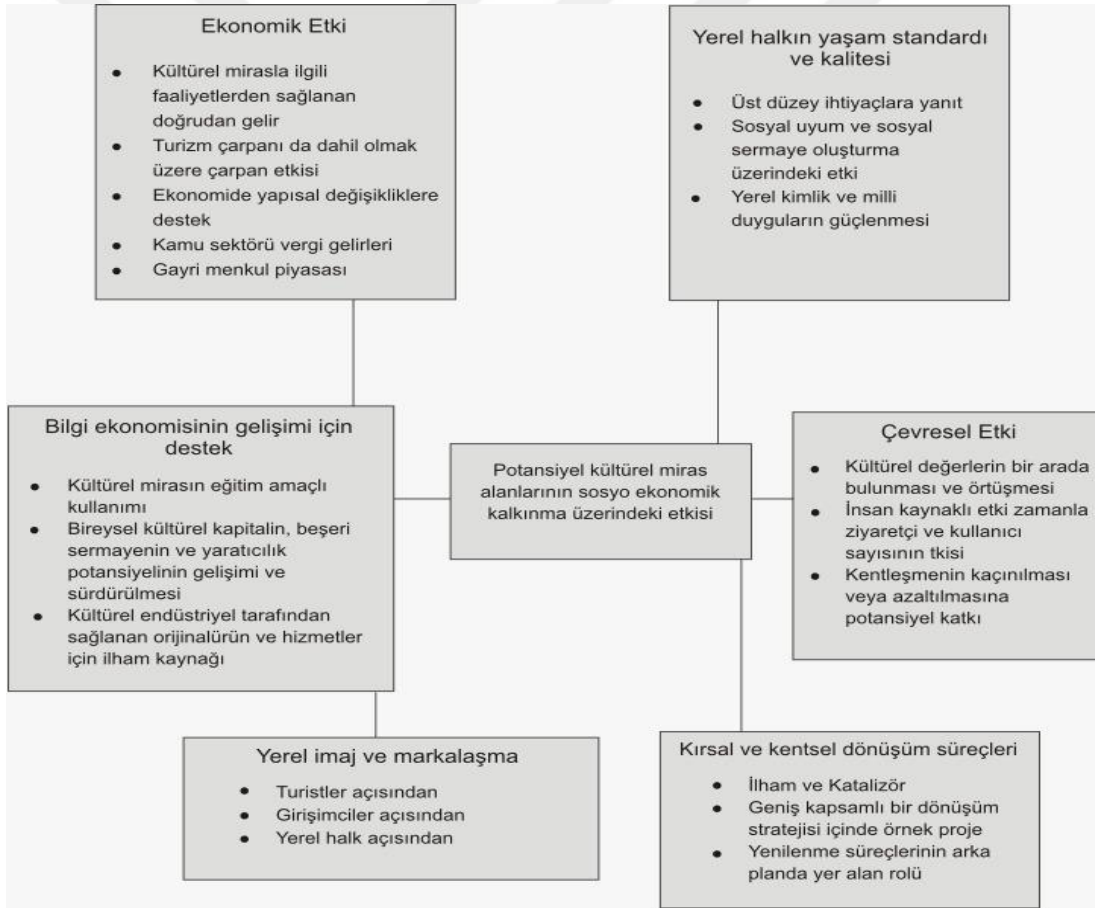
Eşsiz tarihi nesnelere kültürel turistleri destinasyon merkezlerine çekerek bölgeyi daha tanınır ve cazip hale getirebilmektedir. Bu nedenle, kültürel ve tarihi merkezlerin korunması ve tanıtılması, bölgenin sürdürülebilirliği ve gelişimi için önem arz etmektedir (Ismagilova vd., 2015). Bu kapsamda kültürel miras turizmi, kültürel kaynaklara sahip bölgeler için potansiyel bir ekonomik kalkınma stratejisi olarak değerlendirilebilir (Veghes, 2017).

Somut veya somut olmayan bu kaynakların turizme entegrasyonu, yeni iş alanları yaratılması ve mevcut işletmeler için yeni müşteri potansiyeli oluşturulması açısından ekonomik faydalar sağlayabilir. Kaynağın entegrasyon biçimine göre, turistlerin ilgisi ve geliri, yapılan çevrenin ve miras geleneklerinin korunmasına katkıda bulunabilir. Bu süreçte izlenecek yol, diğer gelişmiş bölgelerin deneyimlerinden yararlanırken toplumun sosyo-kültürel bağlamını da dikkate almaktır (Madden ve Shipley, 2012: 2). Bölgeler arası gelişmişlik farklılığının önemli nedenlerinden bir tanesi, coğrafi veya demografik faktörler nedeniyle yatırım ve ekonomik aktivitelerin belirli bölgelerde veya merkezlerde kümelenmesidir (Demirbulat, 2022). Bu durum, az gelişmiş bölgelerdeki mevcut kaynakların etkin bir şekilde kullanılmaması anlamına gelmektedir.

Küreselleşen dünyada gelişmiş ülkeler, ellerindeki sınırlı kaynakları gelir getiren bir unsur haline dönüştürmek için çaba göstermektedir. Bu bağlamda, kültürel ve tarih açısından zengin olan bölgelerde alternatif bir turizm alanı olarak kültürel miras turizmi tercih edilmektedir. Bu alanda yapılan turizm faaliyetlerine katılan insanlar, geçmişini deneyimlemek istemelerinden dolayı, antik kentler, kaleler ve müzeler gibi tarihi yerleri ziyaret etmektedir. Ayrıca kültürel mirasın birer temsilcisi olan halı dokuma, baklava yapımı ve gül festivali gibi kültürel ürünleri de deneyimleme amacı içerisinde hareket etmektedir.

Kültür ve tarih odaklı seyahatler, yerel yönetimler ve özel işletmeler tarafından genellikle toplumun ekonomik açıdan kalkınması ve bölgesel gelişme için bir araç olarak görülmekte ve değerlendirilmektedir (Chhabra vd., 2003; Yankholmes ve Akyeampong, 2010).

Bununla birlikte gelişmiş ülkelerdeki kültürel miras turizmi, gelişmekte olan bölgelerdeki kültürel miras turizmini de teşvik ederek bölgeler arası gelişmişlik farkını azaltmada önemli bir rol oynamaktadır. Bu noktadan hareketle aşağıdaki şekil üzerinde kültürel miras alanlarının sosyo-ekonomik kalkınma üzerindeki etkisini gösteren bir model yer almaktadır. Bu model kültürel miras turizminin bölgenin sosyo-ekonomik açıdan kalkınmasına etkisini görsel olarak ortaya koymaktadır.



Şekil 2.1. Potansiyel Kültürel Miras Alanlarının Sosyo-Ekonomik Kalkınma Üzerindeki Etkisi

**Kaynak:** Murzyn-Kupisz, (2012, p. 117).

*Kültürel mirasın doğrudan ekonomik etkileri*, mirasın korunması, muhafazası ve yorumlanması veya miras hizmetleri sunumu ve miras kurumlarının (müzeler,

kütüphaneler, arşivler, miras yorumlama merkezleri) işleyişi ile bağlantılı olarak gelir ve istihdam yaratılmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca, bir belediye veya yerel bölge de sağlanan gelir üzerinde dolaylı ve indüklenmiş etkiler, turizm çarpanı, kamu sektörü geliri ve gayrimenkul piyasası üzerindeki etkiler de dahil olmak üzere (çarpan etkileri), işyerlerinin bakımı ve oluşturulması şeklinde ortaya çıkabilmektedir.

*Mirasın uzun vadeli etkisi*, bilgi ekonomisine destek olma potansiyeli, eğitim kaynağı olarak kullanılması, yaratıcılığı teşvik etmesi, kültürel sermayeyi geliştirmesi veya kültür sektöründe, yaratıcı endüstrilerde ve turizmde yüksek kaliteli orijinal ürün ve hizmetlere ilham vermesi ile bağlantılıdır.

*Yaşam standardı ve kalitesi konusu*, mirasın etki alanlarından önemli birisi olabilir, çünkü kültürel miras, yerel toplumun rekreasyonel ve kültürel ihtiyaçlarını karşılayan önemli roller üstlenmektedir. Aynı zamanda bu değerler, yerel toplumun kimlik, gurur ve aidiyet duygusunu, nesiller arası ve nesil içi iletişimini ve sosyal bağlarını (sosyal sermaye) olumlu yönde etkilerken kültürel mirasın toplumsal sürdürülebilirliğe olan katkısını da göstermektedir (Murzyn-Kupisz ve Działek, 2013). Bununla birlikte kültürel miras, yerel nüfusun beceri ve yetkinlik gelişimine katkı sağlamakta (Wallace ve Beel, 2021) ve mirasın korunması, yönetimi ve tanıtımı gibi alanlarda ilgili bireylere eğitim, gönüllülük ve girişimcilik gibi imkânlar sunmaktadır.

Bununla birlikte, sanat, kültür ve iletişim gibi alanlarda yaratıcılığı, yeniliği ve kültürel çeşitliliği de teşvik etmektedir. Bu kapsamda kültürel miras, bir bölgenin insan kaynağı ve sosyal uyumunu güçlendirirken kalkınmaya etkisi, bölgenin insan kaynağı, sosyal uyum, ekonomik büyüme, turizm geliri, iş imkânı, kültürel ürünlerin ticareti ve yerel farklılaşma gibi kalkınmanın farklı boyutları şeklinde çok yönlü ve karmaşıktır (Öktem ve Kalyoncu, 2020). Öte yandan kültürel miras kaynaklarının tanınması, değerlendirilmesi ve kullanılması durumunda olumlu sonuçlar ortaya çıkarken kaynaklarının göz ardı edilmesi, yanlış değerlendirilmesi veya sürdürülemez şekilde kullanılması durumunda ise olumsuz sonuçlarla karşılaşılması kaçınılmazdır (Murzyn-Kupisz ve Działek, 2013).

Kültürel miras turizmi, mevcut kültürel değerlerden ve bireysel turizm olanaklarından ziyade kültürel miras destinasyonlarının birleşik turizm ürünü olarak sunulması şeklindedir (Yarış, 2019: 283). Avrupa Komisyonu tarafından gerçekleştirilen araştırma kapsamında ise Avrupa Birliği sınırları içerisinde, turizm destinasyonlarından kültürel miras kaynaklı ziyaretlerin %30 oranında gerçekleştiği ortaya konulmuştur (Karadal ve Gündoğdu, 2012; Richards, 2001). Söz konusu tercihlerin içerisine kültürel etkinlikler, öğeler ve festivallerin eklenmesiyle bu oranın %50 seviyelerine ulaşacağı varsayımı (Popescu ve Corboş, 2012) halen güncelliğini korumaktadır. Dünya turizm örgütü verilerine göre ise kültürel turizm kapsamında seyahat eden turistlerin diğer turizm türlerine katılan turistlere göre %40 daha fazla harcama yaptığı şeklindedir.

Dünya genelinde ekonomik kapsamda en hızlı büyüyen sektör konumunda yer alan turizm endüstrisi (Gaziyev ve Boyacıoğlu, 2021) özellikle gelişmemiş bölgelerin ekonomik açıdan gelişimi için eşsiz olanaklar sunmaktadır. Dünyada 2019 yılında 1.460 milyar kişi turizm hareketlerine katılmış olup yaklaşık 1.481 milyar dolar oranında harcama yapmışlardır. Bununla birlikte yine dünya toplam ihracatının %7 si turizm odaklı gerçekleşmiştir ([www.e-unwto.org](http://www.e-unwto.org), Erişim Tarihi, 15.04.2021).

Son zamanlarda kültürel kaynaklara olan ilginin artış göstermesi, kültürel açıdan zengin destinasyonlarda ekonomik açıdan yeni fırsatlar sunmakta olup bölgesel gelişmeyi olumlu yönde etkilemektedir. Bu durumun oluşmasında elde edilen gelirlerin, sadece sektör içerisinde değil çarpan etkisiyle ilişkili olduğu diğer sektörleri de etkiliyor olmasının payı oldukça yüksektir. Bu kapsamda kültürel miras turizminin ekonomik ve sosyal etkisinin önemi, son zamanlarda göz ardı edilemez düzeye ulaşmıştır (İsmail vd., 2014).

Turizmin en büyük biçimlerinden biri olan tarihi yerleri ziyaret eden kişiler ve bunlara eşlik eden konaklama, yemek, giriş ücretleri ve alışveriş gibi harcamalar, dünya ekonomisine her yıl milyarlarca dolar katkı sağlamakta ve doğrudan ve dolaylı olarak milyonlarca insana istihdam sağlamaktadır. (Timothy ve Boyd, 2006: 4). Bir destinasyonu ziyaret eden turistlerin yaş, gelir, eğitim, meslek vb. sosyo-ekonomik durumları, ziyaretleri sırasında harcama yapma eğilimleriyle yakından ilişkili olan bir durumdur. Bununla birlikte destinasyon ziyareti için kat edilen mesafe ve ayrılan

zaman da turistleri, farklı harcama davranışları içerisinde bırakabilmektedir. Örneğin turistik destinasyona uzak mesafeden gelen ziyaretçiler konaklama ve yeme-içme hizmetlerinden daha uzun süreli yararlanacak ve buldukları bölgede daha fazla turizm etkinliklerine katılacaklardır. Bu kapsamda etkinlikteki deneyim, turist harcamalarının önemli bir belirleyicisi olarak kabul edilmektedir (Chhabra ve Deepak, 2010: 78).

Kültürel miras turizmi, ekonomik aktiviteyi teşvik eden bir turizm türü olarak gelişimini sürdürmektedir (Kerstetter vd., 2014; Karagöz ve Savaş, 2021; Imon, 2013). Bir başka ifadeyle gerek yerel yönetimler gerekse esnaf ve ticari işletmeler kendi kaynaklarını kullanarak turizm sektörünün sunmuş olduğu fırsatlardan yararlanmaktadır. Kültürel miras turizm alanlarını ve kurumlarını ziyaret eden turistler, ziyaret ettikleri destinasyon alanlarının yanı sıra konaklama, perakende, yemek, rehberlik, ulaşım, eğlence gibi dolaylı ve indüklenmiş turizm hizmetlerine de harcama yapmaları çarpan etkisi sağlarken bu durum, yerel halkın yaşantısına da yansımaktadır (Chong ve Balasingam, 2018).

### **2.6.1. Ekonomik Etkiler**

Kültürel miras turizminin ekonomik değerlemesi ve etkisinin son yıllarda daha fazla ön plana çıkması (Bedate vd., 2004; Kim vd., 2007; Throsby, 2007), birçok ülke tarafından bölgesel kalkınma veya gelişme kapsamında bu turizm türünün önemli bir kaynak olarak kabul edilmesinde (Imon, 2013; 253) etkin rol oynamıştır. Bununla birlikte, Hansen vd., (1998), kültürel mirasın ekonomik yönden gelişmesinde iki temel faktörün etkili olduğuna vurgu yapmakta olup bunlardan birincisini, artan boş zamanın insanları kültürel miras alanlarına yönlendirmesi ikincisini ise yerel yönetimlerin piyasa ekonomisini destekleyen politikalar izleyerek kamu harcamalarını kısıtlamaları şeklinde açıklamışlardır. Bu durum ise kültürel miras faaliyetlerin finansmanını zorlaştırmaktadır.

Kültürel faaliyetler, toplumsal refahı artıran ve herkesin yararlanabileceği yerel özellik taşıyan değerlerdir. Ancak kültürel miras faaliyetleri, piyasa mekanizmasıyla yeterli düzeyde desteklemediği için kamu kaynaklarıyla da

desteklenmesi gerekmektedir (Choi vd., 2010). Carolyn Childs (2016) ise kültür ve miras turizminin ekonomik faydalarını şu şekilde ifade etmiştir;

- Yerel ekonomiye para akışı sağlayarak işletmelerin vergi gelirlerini artırır.
- Yeni işler, işletmeler, etkinlikler ve cazibe merkezleri ortaya çıkararak yerel ekonominin çeşitlenmesine yardımcı olur.
- Küçük işletmeleri destekler ve gelişmelerine olanak tanır.
- Yerel kaynakların, etkin şekilde korunmasını teşvik eder.
- Mevcut kültürel miras değerlerinin geliştirilmesi ve bakımını sağlayarak ekonomik açıdan değerlendirilmesine yardımcı olur ([www.mytravelresearch.com](http://www.mytravelresearch.com) Erişim Tarihi, 04.06.2022).

Bu ifadelerden de anlaşılacağı üzere kültürel miras turizmi yerel ekonominin çeşitlenmesine ve gelişmesine katkı sağlarken aynı zamanda destinasyon alanında yeni iş alanları, işletmeler, etkinlikler ve cazibe merkezleri oluşturmakta ve bu durumda istihdamı artırırken, rekabeti canlandırmakta ve yenilikçiliği teşvik etmektedir. Ayrıca, küçük işletmelerin de büyümesine ve sürdürülebilirliğine imkân sağlamaktadır.

Bu kapsamda Güneydoğu Anadolu Bölgesi içerisinde yer alan Gaziantep, “5600 yıllık geçmişi” (Birdir vd., 2016) ile dünyanın en eski yerleşim yerlerinden birisi olarak kabul edilen bir şehirdir. Gaziantep’in bu özelliği, tarihi dokusuna ve kültürel zenginliğine (Yıldız Özlü, 2017: 2) yansımıştır. Öte yandan Gaziantep’te eskiden beri süre gelen tarım faaliyetlerine ilave olarak son zamanlarda, sanayi ve turizm sektörleriyle de adından söz ettirmektedir. Bu kapsamda, Antep fıstığı ve kurutmalıkları, organize sanayi bölgeleri, Zeugma Antik Kenti, Yesemek Heykel Atölyesi, Gaziantep Kalesi, Karkamış, Rumkale, Bakırcılar Çarşısı, Kutnu kumaşı, baklavası, beyranı, Kendirli Kilisesi, Şirvaniye Camii, Gaziantep Mutfağı ve Lezzet Festivali vb. gibi somut ve somut olmayan kültürel miras değerleri, bölgenin ekonomik açıdan gelişmesinde etkin rol oynayan sektörel değerlerdir.

### 2.6.1.1. İstihdam Olanakları

Bir bölgede kültürel miras turizminin gelişimi, yerel halk için istihdam olanakları sağlarken, bölge halkı için gelir elde etme ve yoksulluğu azaltmaya yönelik fırsatlar sunmaktadır (Chong ve Balasingam, 2018). Bu kapsamda Bowitz ve Ibenholt (2009) ile Necissa'nın (2011) çalışmaları, kültürel miras gezginlerinin artan talepleri ile kültürel miras turizmi arasındaki istihdam fırsatları ve gelir sağlama arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koyar. Ayrıca, Bowitz ve Ibenholt, Norveç'in Røros kasabasında gerçekleştirdikleri bir çalışmada, kültürel miras turizminin bölgedeki genel istihdam ve gelire yaklaşık %7 oranında katkıda bulunduğunu ortaya koymuşlardır (Bowitz ve Ibenholt, 2009). Bu veriler, kültürel miras turizminin, istihdam ve gelir açısından önemli bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Bu potansiyeli değerlendirmek için Gaziantep'te de kültürel miras turizmini geliştirmeye yönelik çeşitli faaliyetler yürütülmektedir. Bu faaliyetlerden bir tanesi olan ve 2021 yılında Gaziantep'te kurulan Türk Arkeoloji ve Kültürel Miras Enstitüsü, Anadolu'nun kadim tarihini araştıran koruyan ve tanıtan alanında ilk enstitü olma özelliği taşımaktadır. Ayrıca bu enstitü, arkeometri laboratuvarı, arkeolojik kazılar, kültür ekonomisi çalışmaları ve kültürel miras eğitimleri gibi çeşitli projeler de yürütmektedir.

Öte yandan kültürel miras turizmi, Gaziantep'te istihdam olanaklarını artırmaktadır. Ancak, kültürel miras turizmi kapsamında istihdam edilen kişi sayısını, net olarak belirlemek mümkün değildir. Çünkü, kültürel miras turizmi çok çeşitli sektörleri ve meslek gruplarını kapsamaktadır. Gaziantep'te gastronomi, somut ve somut olmayan kültürel miras değerleri, müzeler, el sanatları, restorasyon çalışmaları, gibi alanlarda kültürel miras turizmi faaliyetleri yürütülmektedir. Bununla birlikte bu alanlarda çalışan kişilerin tamamının kültürel miras turizminden gelir elde ettiği söylenemez. Bu nedenle, araştırmada varsayımsal bir değerlendirme yapılmıştır. Varsayımsal değerlendirme, saha araştırması kapsamında yapılan görüşmeler temel alınarak yapılmıştır. Varsayımsal değerlendirmeye göre, Gaziantep'te kültürel miras turizmi kapsamında çalışan kişi sayısı toplam istihdamın yaklaşık %25 ile %30'una karşılık gelmektedir. Kültürel miras turizmi kapsamında

çalışan kişilerin büyük bir kısmı, yöresel yemekler, el sanatları, müzecilik ve restorasyon alanında faaliyet göstermektedir.

### **2.6.1.2. Bölgesel Gelir Artışı**

Kültürel miras turizmi, bölgesel gelir artışına katkı sağlayan bir alternatif turizm türüdür. Bu kapsamda kültürel miras turizmi, bölgedeki kültürel değerleri tanıtarak ziyaretçilerin destinasyon alanına gelmesini, konaklama yapmasını, kültürel ürünlere harcama yapmasını, yerel ürünleri satın almasını ve bölge ekonomisine katkıda bulunmasını sağlamaktadır. Ayrıca, kültürel miras turizmi, bölgedeki altyapı, ulaşım, konaklama, yeme-içme, rehberlik gibi hizmet sektörlerinin gelişmesine de katkı sağlamaktadır. Öte yandan kültürel miras turizminin bölgedeki gelir dağılımını iyileştirici ve yoksulluğu azaltıcı etkisi de bulunmaktadır.

Gaziantep'te kültürel miras turizminin bölgesel gelir artışına etkisi, özellikle el sanatlarından sonra son zamanlarda gastronomi alanında da kendini göstermektedir. Gaziantep'te el sanatları alanında birçok coğrafi işaretli değer bulunmakla birlikte, 2015 yılında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na gastronomi alanında dahil olmuştur. Bu sayede, Gaziantep mutfağı dünyaya tanıtılmış ve bölge genelinde gastronomi turizmi gelişmiştir. Ayrıca Gaziantep'te gastronomi turizmi sayesinde yeme-içme sektöründe çalışan kişi sayısı artmış, restoran, pastane, kafe gibi işletmelerin geliri yükselmiştir.

### **2.6.1.3. Yerel İşletmelerin Gelişimi**

Kültürel miras turizmi, destinasyonlarda yerel işletmelerin gelişimine katkıda bulunan bir alternatif turizm türüdür. Ziyaretçilerin yerel ürünleri satın alması, yerel işletmelerin gelirini ve istihdamını artırmaktadır (Chong ve Balasingam, 2018). Ayrıca yerel işletmeler, sunduğu hizmet ile bölgenin rekabet gücünü, kalite standartlarını, yenilikçilik kapasitesini ve müşteri memnuniyetini yükseltmektedir. Bu durum, sürdürülebilirlik ve bölgesel gelişmeye olumlu yönde bir katkı sağlanmaktadır. Gaziantep'te de kültürel miras turizminin yerel işletmelere etkisi oldukça büyük orandadır. Özellikle gastronomi alanında faaliyet gösteren işletmeler, Gaziantep gastronomisinin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dahil olmasıyla ulusal ve uluslararası düzeyde tanınır ve talep görür hale gelmiştir.

Ayrıca, bakırcılık, kilimcilik, yemenicilik gibi geleneksel el sanatları ile uğraşan işletmeler de kültürel miras turizmi kapsamında ürünlerini tanıtır ve satışlarını artırır hale gelmişlerdir. Gaziantep'te kültürel miras turizmi ile ilgili diğer unsurlar da yerel işletmelere katkı sağlamaktadır. Örneğin, Zeugma Mozaik Müzesi, Arkeoloji Müzesi, Yesemek Açık Hava Müzesi gibi müzeler ve ören yerleri ile Karkamış ve Rumkale, ziyaretçi çeker ve bölge ekonomisine katkıda bulunur hale gelmiştir. 2020 yılında Rumkale'de yapılan ve insanların hizmetine sunulan cam teras, bölge halkın ekonomik anlamda bir gelir kapısı olmuştur. Cam teras, Rumkale'nin muhteşem manzarasını ziyaretçilere sunan 80 metre uzunluğunda ve 3 metre genişliğinde bir platformdur. Cam teras ziyaretçilerden giriş ücreti alınmakta, bölgedeki konaklama, yeme-içme, ulaşım gibi sektörlere ekonomik açıdan katkı sağlamaktadır.

### **2.6.2. Sosyal Etkiler**

Günümüz dünyasında toplumsal değer yargıları ve alışkanlıklar küreselleşmenin etkisiyle sürekli değişim içerisinde bulunmaktadır. Bir diğer ifadeyle küresel kültürün etkisiyle tüketim alışkanlıkları, giyim-kuşam biçimleri, gelenek ve görenekler evrensel bir nitelik kazanmaktadır. Bu süreçte yerel kültürler de küresel kültürle etkileşime girmekte ve bazen çatışmalar yaşanmaktadır. Bu kapsamda küreselleşme, ulus ve devlet anlayışlarını zayıflatırken kültürel kimlik kavramını güçlendirmekte, uzman işgücünün küresel çalışma fırsatlarından yararlanmasını sağlamakta, farklı ülkeler arasındaki evlilik ilişkilerini artırırken kentleşme ve bireyselleşme eğilimlerini yükseltmekte, dinselleşme ve laikleşme trendlerinde değişimlere yol açmaktadır (Buluk ve Özkök, 2016). Bununla birlikte sosyo-kültürel küreselleşme süreci, turizm sektörünü de etkilemekte insanların talep ve beklentileri değişiklikler gösterir hale gelmektedir.

Turizm, sadece ekonomik ve teknolojik bir olay olmayıp aynı zamanda sosyo-kültürel yapısı olan bir sektördür. Bu nedenle toplumun beklentilerindeki değişiklikler, turizm işletmelerinin yönetim biçimlerinde değişiklik yapılmasını zorunlu kılmaktadır. Tatil yapmanın lüks bir faaliyet olmaktan çıkıp bir zorunluluk haline dönüştüğü günümüz dünyasında yadsınamaz bir gerçektir. Kent yaşamının stresli, baskıcı ve kurallarla dolu olması, insanları değişik turistik etkinliklere

yönelmeye itmektedir. Bu bağlamda kültürel miras turizmi, kent hayatından bunalan insanlara alternatif bir turizm seçeneği olarak sunulmaktadır. Ayrıca turistik tüketiciler, konakladıkları tesislerde sadece yeme-içme ve konaklama değil, eğlence ve rekreasyon aktivitelerine de katılmak istemektedirler. Bu nedenle turizm işletmelerinde turistik ürün çeşitlendirilmesine gidilmesi önemli bir durum haline gelmiştir.

Bununla birlikte kültürel miras turizmi, sadece ekonomik değil, aynı zamanda sosyal açıdan da önemli etkilere sahip bir turizm türüdür. Ziyaretçilerin ve yerel halkın kültürel farklılıkları tanımasını, anlamasını ve saygı duymasını sağlamaktadır. Böylece, kültürler arası uyum ve diyalog gelişirken öte yandan yerel halkın kültürel kimliğini, gururunu ve aidiyet duygusunu pekiştirmektedir. Bununla birlikte yerel halk, kültürel mirasını korumak ve yaşatmak için daha fazla çaba gösterir hale gelmekte, bu durum ise yerel halkın sosyal refahını ve yaşam kalitesini yansıtmaktadır. Yerel halk, turizm faaliyetlerinden elde edilen gelire sosyal altyapısını geliştirir ve insanların hayata bakış açılarıyla empati kurmalarına olanak sağlar. Özetle kültürel miras turizmi, destinasyon alanının sosyal yapısını, kültürünü ve değerlerini olumlu veya olumsuz yönde değiştirebilmektedir. Bununla birlikte Carolyn Childs (2016), kültürel miras turizminin sosyal faydalarını şu şekilde ifade etmiştir:

- Yerel gelenek-görenek ve kültürün korunmasını teşvik etmektedir.
- Yerel halkı ve turistleri, olumlu davranışlar içerisinde yer almaya teşvik etmektedir.
- Kültürel destinasyon alanlarının imajını ve prestijini geliştirmeye yardımcı olmaktadır.
- Kültürel mirasın korunması ve aktarılması için kültürel sorumluluk bilinci oluşturmaktadır.
- Kültürel miras varlıklarının korunması ve değerlendirilmesi için güçlü bir gerekçe sunmaktadır.

- Yerel halk ve ziyaretçiler arasında ilişkiler kurarak ziyaretçilere ve yerel halka daha anlamlı ve otantik deneyimler sunmaktadır ([www.mytravelresearch.com](http://www.mytravelresearch.com), Erişim Tarihi, 04.06.2022).

### **2.6.2.1. Kültürel Değişim ve Gelişim**

Kültürel miras turizmi, ziyaretçilerin ve yerel halkın farklı kültürleri tanımasına, öğrenmesine ve paylaşmasına olanak sağlayan (Santa-Cruz ve López-Guzmán, 2017) böylece kültürel değişimi ve gelişimi ortaya koyan bir turizm türüdür. Kültürel değişim, farklı kültürler arasında bilgi, değer, tutum, davranış, inanç, sanat, teknoloji gibi unsurların aktarılması ve alışverişi anlamına gelmekte olup kültürün dinamik ve sürekli bir süreç olduğunu, zaman içinde değişime ve yenilenmeye açık olduğunu ifade etmektedir. Ziyaretçiler, kültürel miras turizmi sayesinde farklı kültürlerin tarihini, yaşam tarzını, geleneklerini, sanatını vb. öğrenir ve deneyimler (Boniface, 1995). Böylece ziyaretçilerin kültürel farkındalığa karşı hoşgörüsü ve saygısı artar. Ziyaretçiler kendi kültürlerini de karşılaştırma imkânı bulur ve yeni bakış açıları kazanır. Yerel halk ise kültürel miras turizmi sayesinde, kendi kültürel değerlerini tanıtır ve paylaşır. Böylece yerel halkın kültürel kimliği ve aidiyet duygusu güçlenir. Yerel halk ayrıca ziyaretçilerden farklı kültürler hakkında bilgi alır ve yeni fikirler edinir. Bu kapsama kültürel miras turizmi hem ziyaretçiler hem de yerel halk için kültürel öğrenme ve gelişme fırsatları sunmaktadır.

### **2.6.2.2. Toplumsal Farkındalık ve Kimlik Oluşturma**

Kültürel miras turizmi, ziyaretçilerin ve yerel halkın kültürel mirasın değerini, anlamını ve önemini fark etmesine yardımcı olan bir turizm türüdür. Kültürel miras turizmi, böylece toplumsal farkındalığı artırır. Toplumsal farkındalık, bireylerin kendi toplumlarının ve diğer toplumların kültürel özelliklerini, sorunlarını, ihtiyaçlarını ve beklentilerini bilmesi ve anlaması anlamına gelmektedir. Bu kapsamda kültürel miras turizmi hem ziyaretçiler hem de yerel halk için toplumsal farkındalığı geliştirmektedir. Ziyaretçilerin kültürel miras turizmi sayesinde, farklı kültürlerin tarihi, sosyal, ekonomik, politik ve estetik bağlamlarını öğrenmesi ve kavraması, kültürel çeşitliliğe karşı duyarlılığını ve ilgisini artıracaktır. Ayrıca ziyaretçiler kendi toplumlarının kültürel mirasına karşı da farkındalık sahibi olacak

ve bu farkındalığı değerlendirecektir. Yerel halk ise kültürel miras turizmi sayesinde kendi kültürel miraslarının zenginliğini, çekiciliğini ve potansiyelini fark ederek koruyacaktır. Böylece yerel halkın kültürel miraslarına karşı sorumluluğu, ilgisi ve koruma bilinci artacak ayrıca ziyaretçilerle etkileşim kurarak diğer kültürler hakkında da farkındalık kazanarak yeni bakış açısı edinmesi sağlanacaktır. Bu kapsamda kültürel miras turizminin hem ziyaretçiler hem de yerel halk için toplumsal farkındalığı yükselttiği görüşü ortaya konulabilmektedir.

Kültürel miras turizmi, aynı zamanda ziyaretçilerin ve yerel halkın kendi kültürel kimliklerini oluşturma ve pekiştirme sürecine de katkıda bulunmaktadır. Kültürel kimlik, bireylerin kendilerini ait hissettikleri kültür grubunun ortak özelliklerini benimsemesi ve yansıtması anlamına gelmektedir. Ayrıca kültürel kimlik, bireylerin kendilerini tanımlama, ifade etme ve farklılaştırma biçimleridir. Ziyaretçiler, kültürel miras turizmi sayesinde farklı kültürlerle karşılaşır ve bunu kendi kültürleriyle karşılaştırır. Böylece turistlerin kendi kültürlerine olan bağlılığı, aidiyet duygusu ve özgüveni artacaktır. Ayrıca kendi kültürlerinin güçlü ve zayıf yönlerini değerlendirerek fikir sahibi olacaklardır. Yerel halk ise kültürel miras turizmi sayesinde turistlerin gösterdiği ilgiye dayanarak kendi kültürlerinin özgün, eşsiz ve değerli olduğunu görüp hissedecek, böylece kendi kültürlerine olan sahiplenme, koruma ve saygı gösterme duygusu artacaktır. Yerel halk ayrıca kendi kültürlerinin devamlılığında ve gelecek nesillere aktarılmasında aktif rol oynamaktadır.

### **2.6.2.3. Sosyal Uyum ve Barışçıl Ortam**

Kültürel miras turizmi, yapısı gereği sosyal uyum ve barışçıl ortamı desteklemektedir. Sosyal uyum, farklı kültürlerin bir arada yaşama, ortak değerler paylaşma ve toplumsal sorunlara çözüm bulma yeteneği anlamına gelmektedir. Barışçıl ortam ise farklı kültürlerin birbirine saygı, hoşgörü ve anlayış göstererek çatışma ve şiddetten uzak durduğu bir ortam anlamına gelmektedir. Kültürel miras turizmi hem ziyaretçiler hem de yerel halk için sosyal uyum ve barışçıl ortamı sağlamakta olup onları diyalog kurdurarak ortak noktalarda buluşturmaktadır. Böylece ziyaretçilerin farklı bölgelerde yaşayan insanlara karşı önyargıları azalırken empati yetenekleri gelişmekte ve çatışma potansiyelleri düşmektedir. Bu sayede

ziyaretçiler farklı kültürlerden insanlarla iş birliği yaparak toplumsal sorunlara karşı duyarlılık ve birliktelik göstermektedirler. Yerel halk ise kültürel miras turizmi sayesinde, kendi kültürlerini ziyaretçilere aktarırken onlarında kültürlerinden etkilenecekler ayrıca ziyaretçilerle etkileşim içinde olarak onlara misafirperverlik göstererek yeni dostluk ve arkadaşlık ortamları oluşturacaklardır.

### 2.6.3. Çevresel Etkiler

Gelişmiş, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde, farklı neden ve biçimlerde ortaya çıkan çevre sorunları genellikle hava, toprak, deniz kirliliği ve iklim değişikliği gibi ortak sorunlardır. Bu kapsamda çevre sorunları sınır ötesi bir nitelik taşıdığı için hiçbir devlet diğer bir devletin sınırları içindeki çevre sorunlarına kayıtsız kalamamaktadır. Aksi takdirde, çevre sorunu yaşamayan devletler de kendi yaşam kaynaklarını riske atacaktadırlar. Öte yandan turizm endüstrisi, doğal kaynaklara bağımlı bir sektör olduğu için, çevresel değişikliklerden en fazla etkilenen endüstrilerden birisidir. Özellikle kıyı turizmine dayalı turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu destinasyonlarda, deniz suyu ve plaj temizliği, gürültü, hava kirliliği, orman yangınları, çarpık kentleşme, betonlaşma gibi unsurlar, turizm destinasyonlarının talep edilirlilik oranını ve turizm işletmelerinin performansını doğrudan etkilemektedir.

Bu nedenle turizm endüstrisinde çevrenin sürdürülebilirliği için birtakım yenilik ve değişiklikler yapılması gerekmektedir (Buluk ve Özkok, 2016). Doğal kaynakların sınırlı olduğu ve bu kaynakların kullanımının dikkatli şekilde olması gerektiği bilinciyle son yıllarda ilgili kurum ve kuruluşlar çevreye duyarlı yönetim anlayışlarını geliştirmeye başlamışlardır. Bu kapsamda turizmde çevre duyarlılığı iki temel yaklaşımla ele alınmaktadır. Birincisi, turizm ürünlerinde çevreye duyarlı tedbirler almak ve bu tedbirleri geliştirmektir. Bu tedbirler arasında, doğal kaynakları korumak, su, elektrik gibi enerji kaynaklarında israfı önlemek için yeşil otelcilik uygulamalarını benimsemek ve turizm işletmelerinde geri dönüşüm sistemlerini faaliyete geçirmek gibi konular sayılabilir. İkincisi ise planlı gelişme sağlamaktır. Alternatif turizm ve sürdürülebilir turizm gibi çevre dostu turizm türleri ve turizm anlayışı, yeni yatırımlar yapmak yerine doğada var olan kaynakları bozmadan kullanmak için çeşitli turizm ürünleri oluşturmaktadır. Bu kapsamda turizm ve çevre

ilişkisinin yarattığı problemlere bağlı olarak kurum ve kuruluşlar, çevreci yaklaşımları benimseyerek bu durumu işletme politikası haline getirmelidir (Kızılırmak, 2011; Buluk ve Özkök, 2016).

Çeşitli kurum ve kuruluşlar, turizm faaliyetleri kapsamında çevre duyarlılığını sağlamak için çeşitli stratejiler geliştirmektedir. Bu stratejilerden birisi de kültürel miras turizmine yönelmektir. Kültürel miras turizmi yapısı gereği doğal kaynaklara, arkeolojik alanlara ve kültür varlıklarına karşı ilgi, bilinç ve sorumluluk duymaya teşvik etmektedir. Bununla birlikte çevreyle etkileşimi oldukça fazla olan kültürel miras turizminin hem olumlu hem de olumsuz çevresel etkileri bulunmaktadır:

- *Doğal kaynakların korunması:* Kültürel miras turizmi, doğal kaynakların değerini, güzelliğini ve önemini vurgulamaktadır. Böylece ziyaretçiler ve yerel halk doğal kaynaklara karşı saygı, ilgi ve koruma duygusu bilincini geliştirirken doğal kaynakların sürdürülebilir şekilde kullanımını teşvik etmektedir. Bu kapsamda kültürel miras turizminin etkisiyle milli parklar, doğal parklar, koruma alanları, biyosfer rezervleri gibi alanlar korunarak geliştirilmektedir.
- *Arkeolojik alanların ve kültür varlıklarının korunması:* Kültürel miras turizmi, arkeolojik alanların ve kültür varlıklarının tarihi, kültürel, sanatsal ve estetik değerlerini ortaya koyar. Böylece ziyaretçiler ve yerel halkın arkeolojik alanlara ve kültür varlıklarına karşı ilgi, saygı ve koruma bilinci gelişir. Öte yandan kültürel miras turizmi, arkeolojik alanların ve kültür miras varlıklarının restorasyonu, bakımı, tanıtımı ve yönetimi için çeşitli kaynaklar sağlamaktadır.
- *Çevre ile ilgili altyapının gelişmesi:* Kültürel miras turizmi, çevre ile ilgili altyapının gelişmesine de katkıda bulunmaktadır. Örneğin, kültürel miras turizm destinasyonunda ulaşım, konaklama, yeme-içme, rekreasyon gibi hizmetlerin kalitesi ve çeşitliliği artmaktadır. Ayrıca, kültürel miras turizmi, çevre dostu uygulamaların yaygınlaşmasını teşvik etmekte olup bu kapsamda atık yönetimi, su tasarrufu, enerji verimliliği ve geri dönüşüm gibi uygulamaları desteklemesi örnek olarak gösterilebilmektedir.

Kültürel miras turizminin olumsuz çevresel etkileri arasında ise şunlar sayılabilir (Gürpınar, 2001; Uslu ve Kiper, 2006):

- *Doğal kaynakların tahribi*: Kültürel miras turizmi, aşırı ziyaretçi akışı, plansız gelişme, kontrolsüz kullanım gibi nedenlerle doğal kaynakların tahribine yol açabilmektedir. Örneğin, kültürel miras turizmi kapsamında ziyaret edilen doğal alanlarda bitki örtüsünün zarar görmesi, toprak erozyonu, su kirliliği, biyolojik çeşitliliğin azalması gibi sorunlar ortaya çıkabilmektedir.
- *Arkeolojik alanların ve kültür varlıklarının zarar görmesi*: Kültürel miras turizmi, taşıma kapasitesinin aşılmasıyla yüksek oranda ziyaretçi akışı, yetersiz koruma, bakım ve yönetim eksikliği, vandalizm, kaçakçılık gibi nedenlerle arkeolojik alanların ve kültür varlıklarının zarar görmesi gibi durumlara neden olabilmektedir. Bu kapsamda ziyaret edilen arkeolojik alanlarda ve kültürel miras destinasyonlarında bulunan miras varlıklarında fiziksel hasar, aşınma, kırılma, çalınma, tahribat gibi sorunlar ortaya çıkabilmektedir.
- *Çevre ile ilgili altyapı yetersizliği*: Kültürel miras turizmi, çevre ile ilgili altyapının yetersizliğine de neden olabilmektedir. Örneğin, kültürel miras turizmi kapsamında ziyaret edilen bölgelerde ulaşım, konaklama, yeme-içme, rekreasyon gibi hizmetlere yönelik talep artmaktadır. Ancak bu hizmetlerin kalitesi ve kapasitesinin yeterli düzeyde olmaması halinde bu durum, ziyaretçilerin memnuniyetsizliğine yol açacaktır.

### **2.6.3.1. Sürdürülebilirlik ve Doğal Kaynak Kullanımı**

Kültürel miras turizmi, bölgesel gelişmeye güçlü bir itici güç oluşturarak sürdürülebilir kalkınma modellerine önemli katkılarda bulunmaktadır. Bu turizm türü, doğal kaynakları sürdürülebilir bir şekilde kullanma amacı güderek, bölgesel ekosistemlerin korunmasına etkileyici bir biçimde katkıda bulunmaktadır. Arkeolojik alanlar ve kültür varlıkları, sürdürülebilir turizm uygulamaları ile korunarak uzun vadeli kullanıma açılmaktadır. Kültürel miras turizminin kaynakları sürdürülebilir kullanma çabaları, yerel toplumları bu sürece dahil ederek, kültürel mirasın ve doğal kaynakların korunma süreçlerine aktif katılımı teşvik etmektedir. Bu katılım, doğal kaynakların yerel halkın refahını artıracak şekilde kullanılmasını sağlayarak bölgesel ekonominin güçlenmesine önemli bir katkı sağlamaktadır.

### 2.6.3.2. Çevresel Bilincin Artırılmasına Etki

Kültürel miras turizmi ziyaretçilerle birlikte yerel topluluklara da sürdürülebilirlik ve doğal kaynak kullanımı konularında rehberlik etmekte ve çevre bilincini artırmaktadır. Bu bağlamda turistik destinasyonlarda uygulanan sürdürülebilirlik ilkesi, hem turistlerin hem de yerel halkın çevresel sorumluluklarını anlamasına katkıda bulunarak daha bilinçli bir turizm anlayışının oluşmasına yardımcı olmaktadır. Bu durum, kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye sadece ekonomik değil, aynı zamanda çevresel anlamda da olumlu etkiler bırakmasını sağlamaktadır.

### 2.7. Kültürel Miras Turizmi ve Bölgesel Gelişmeye Etkisiyle İlgili Çalışmalar

Bu bölümde, kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye olan etkisini inceleyen çeşitli çalışmaları ele alınacaktır. Kültürel miras turizmi, sürdürülebilir kalkınma modelleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir ve Tablo 2.1, bu alandaki önemli araştırmaların bir özetini sunmaktadır. Çalışmalar, somut ve somut olmayan kültürel miras değerlerinin turizm kapsamında kullanımı ve bölgesel kalkınma ve yerel topluluklar üzerindeki etkilerin anlaşılmasına katkı sağlamaktadır.

**Tablo 2.1: Kültürel Miras Turizmi ve Bölgesel Gelişmeye Etkisiyle İlgili Çalışmalar**

<p>Günlü vd., (2009) tarafından gerçekleştirilen araştırma, İzmir kentinde kültürel miras turizmi ile bölgesel kalkınma arasındaki potansiyel ilişkiyi ortaya koymayı amaçlamıştır. Araştırma kapsamında nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmış olup, 15 kişiyle yüz yüze görüşmeler yapılarak veriler toplanmıştır. Elde edilen verilerin analizi sonucunda, İzmir'de kültürel miras turizminin bölgesel kalkınmaya olumlu katkı sağlayabileceği ancak bu konuda hükümet ve özel sektör arasında iş birliğinin gerekli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.</p>
<p>Bălan ve Vasile (2015), Romanya'nın ekonomik kalkınması üzerinde kültürel faktörlerin etkisini inceleyen bir araştırma gerçekleştirmiştir. Çalışma kapsamında nitel araştırma yöntemlerinden literatür inceleme tekniği kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, kültürel faktörlerin Romanya'nın ekonomik gelişimine önemli katkılar sağladığı ancak bu potansiyelin tam olarak kullanılmadığı sonucu ortaya konulmuştur.</p>
<p>McGrath vd., (2016), tarafından yürütülen çalışma, Pensilvanya eyaletinde kültürel miras turizminin ekonomik katkısını ölçmeyi amaçlamıştır. Araştırmada anket yöntemi kullanılmış ve 3.524 katılımcıdan geri dönüş alınmıştır. Toplanan veriler detaylı bir analiz sürecine tabi tutulmuş, yapılan analizler sonucunda kültürel miras turizminin bölgesel gelişim için önemli bir potansiyele sahip olduğu belirlenmiştir. Araştırma, turistlerin araştırma alanlarını ziyaret ederek 7,5 milyon gün/gece geçirdiği ve kültürel miras turizmi ile ilişkilendirilebilecek 2 milyar ABD doları civarında mal ve hizmet satın aldığı tahminine ulaşmıştır. Bu sonuçlar, kültürel miras turizminin ekonomik anlamda önemli bir faktör olduğunu ve bölgeye önemli ekonomik katkılarda bulunduğunu göstermektedir.</p>

**Tablo 2.2'**in Devamı

<p>Gunjić (2017), tarafından gerçekleştirilen araştırmada, Sırbistan'ın kuzeybatısında bulunan Baç'ın gelişmesinde kültürel miras değerlerinin etkisi ve yerel halkın bu değerlerin farkında olup olmadığının ortaya konulması amaçlanmıştır. Yapılan araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmış ve alanında uzman 14 kişi ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmelerin ardından elde edilen veriler, içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, yerel halkın bölgede bulunan kültürel miras değerlerinin farkında olduğu ve bu değerlerin bölgenin gelişimine önemli bir potansiyel taşıdığını kabul ettikleri ortaya çıkmıştır. Ancak, araştırma, kültürel miras turizminin bölgede henüz başlangıç aşamasında olduğunu ve Baç'ın ekonomik gelişimine yeterli düzeyde bir katkısının olmadığını göstermiştir. Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlar, bölgedeki kültürel mirasın potansiyelini değerlendirirken henüz atılacak adımların bulunduğunu ve bu alanda daha fazla çaba harcanması gerektiğini vurgulamaktadır.</p>
<p>Campoy-Muñoz vd., (2017) tarafından yürütülen araştırmada, kültürel miras destinasyonlarından biri olan Kurtuba Camii-Katedrali'nin çevresine olan ekonomik etkileri incelenmiştir. Literatür inceleme yönteminin kullanıldığı araştırma sonuçlarına göre, Cordoba Camii-Katedrali'nin bölge ekonomisine önemli bir katkı sağladığı belirlenmiştir. Çalışma kapsamında, 2013 yılında camii-katedrali ziyaret edenlerin toplam harcamasının 1,5 milyon euro civarında olduğu tahmin edilmiştir. Bu harcama, GSYİH'ye %0,96 artış olarak yansırken bölge ekonomisinde 2,4 milyon euroluk bir üretim artışına ve 32 bin kişinin doğrudan veya dolaylı olarak istihdamına katkı sağlamıştır. Ayrıca, araştırma kapsamında ortaya çıkan bilgiler, cami-katedral ziyaretçilerinin harcamalarının %80'inin bölge dışından gelen insanlar tarafından yapıldığını göstermektedir.</p>
<p>Öter ve Ünal (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışma, Beypazarı ilçesinde somut olmayan kültürel miras ile turizm etkileşiminin yerel ekonomiye katkısını anlamayı amaçlamıştır. Veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden amaçlı örneklem yöntemi tercih edilmiş, bu çerçevede kartopu örneklem yöntemi kullanılmıştır. Araştırma, ilçede bulunan dört kültürel miras değerinin kültürel miras turizmi bağlamında ekonomik değer taşıdığını ortaya koymuştur. Bu değerler, restore edilen tarihi konaklar, geleneksel yemekler, el sanatları ile son olarak festivaller ve kına gecesi gibi yerel etkinlikleri içermektedir.</p>
<p>Saltık, Akova ve Ertuğral (2019) tarafından yürütülen "Kültürel Miras Turizminin Bölgesel Kalkınmadaki Rolü: Fırat Güzergâhı Örneği (Malatya, Elâzığ, Bingöl ve Tunceli)" başlıklı çalışma, Malatya, Elâzığ, Bingöl ve Tunceli illerini içeren Fırat güzergâhı'ndaki kültürel miras turizminin bölgesel kalkınmadaki etkilerini incelemeyi hedeflemiştir. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden literatür taraması ve doküman analizi gibi yöntemler kullanılmıştır. Araştırma sonucunda Fırat güzergâhı'nın zengin kültürel miras turizmi kaynaklarına sahip olduğunu ve bu kaynakların etkin bir şekilde kullanılması durumunda bölgenin sosyo-ekonomik gelişimine önemli katkılar sağlayabileceğini vurgulamıştır.</p>
<p>Necissa ve Chemrouk (2020) araştırmalarında, Cezayir'in batısında yer alan Tlemcen Ulusal Parkı'nın kültürel miras turizmi kapsamındaki etkileri incelenmiştir. Araştırmada nitel bir yöntem olan literatür incelemesi kullanılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda, Tlemcen Ulusal Parkı'ndaki kültürel miras kaynaklarının bölgenin sürdürülebilir kalkınmasına düşük düzeyde katkı sağladığı ortaya konulmuştur. Bu durumun nedenleri arasında kültürel miras kaynaklarının turizm alanında yeterli düzeyde değerlendirilememesi ve tanıtılamaması, altyapı ve ulaşım eksikliği, yerel yönetimlerin karar alma sürecinde ve ilgili paydaşların katılımında yaşanan sorunlar gösterilmiştir.</p>
<p>Dilay (2021) tarafından yürütülen çalışmada, Karaman'daki Taşkale Ören Yeri ve şehir merkezinde yer alan bazı tarihi yapıları inceleyerek, bu yapıların bölge halkının yaşam tarzı, kültürü, yöresel özellikleri ve aynı zamanda bölge kalkınmasına etkilerinin anlaşılması amaçlamıştır. Çalışma kapsamında, gözlem, kayıt alma ve belge inceleme gibi nitel araştırma tekniklerinden yararlanılmıştır. Ayrıca, literatür taraması yapılarak bölgenin tarihi ve kültürel mirasına dair bilgiler derlenmiştir. Elde edilen veriler kapsamında Taşkale Ören Yeri'nin zengin bir kültürel potansiyele sahip olduğunu ortaya konulmuş ve bu alanın bölgenin ve yörenin kalkınmasına önemli katkılar</p>

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### GAZİANTEP'İN KÜLTÜREL MİRAS TURİZM POTANSİYELİ

Bu bölümde ilk olarak Gaziantep hakkında genel bilgilere yer verilecek olup daha sonra Gaziantep'in sosyo-kültürel ve ekonomik durumuna değinildikten sonra Gaziantep'in turizm potansiyeli bölümü ele alınacaktır. Bu bölüm, Gaziantep örneklemini üzerinden turizm alanında yapılmış bazı çalışmalara yer verilerek tamamlanacaktır.

#### 3.1. Gaziantep Hakkında Genel Bilgi

Gaziantep, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan, 6.222 km<sup>2</sup> yüzölçümüne ve 2023 yılı itibariyle 2.164.134 nüfusa sahip bir şehirdir ([biruni.tuik.gov.tr](http://biruni.tuik.gov.tr), Erişim Tarihi, 20.12.2023). Öte yandan ülkenin en önemli ticaret kapılarından birisi olarak kabul edilmekte olan Gaziantep (Ulusoy ve Turan, 2016; Sönmez, 2018), Türkiye'nin 8. büyük şehri ve bölgesinin en gelişmiş kenti konumundadır (Sönmez, 2018). Gaziantep'in tarihî önemi, Yukarı Mezopotamya sınırları içerisinde yer alması ve 5600 yıllık şehircilik geçmişiyle Paleolitik, Neolitik, Kalkolitik, Tunç, Hitit, Hurri-Mitanni, Asur, Pers, Roma, Bizans, Selçuklu, Memluklar, Dulkadiroğulları ve Osmanlı dönemlerine tanıklık etmesinden gelmektedir ([www.gaziantep.bel.tr](http://www.gaziantep.bel.tr) Erişim Tarihi, 05.07.2022). Şehir, ayrıca tarihi İpek Yolu'nun geçtiği stratejik bir konuma sahiptir (Şen ve Sandal, 2017; Yıldız Özlü, 2017). Bu özellikler Gaziantep'i, tarihsel ve kültürel zenginlikleriyle bir açık hava müzesi haline getirmiştir. İpek Yolu'nun geçmişi, şehri Orta Doğu'dan Avrupa'ya uzanan önemli bir ticaret merkezi haline getirmiştir. Bununla birlikte nüfus bakımından büyük ve ekonomik olarak gelişmiş olması, Gaziantep'i bölgenin öne çıkan bir kenti yapmaktadır.

Gaziantep'in kuzeyinde, tarihi Komagene Krallığı'na uzanan ve UNESCO'nun listesinde yer alan Nemrut Dağı ile öne çıkan Adıyaman ili bulunmaktadır. Doğusunda, tarihin sıfır noktası olarak kabul edilen ve Dünya'nın ilk ibadet tapınağını barındıran ve yine UNESCO tarafından tescillenmiş Göbeklitepe'nin sınırları içerisinde yer aldığı Şanlıurfa bulunmaktadır. Güneyinde, Suriye sınırları içerisinde yer alan ve Arap kültürünün hâkim olduğu Halep şehri,

batısında ise Türkmen kültürünün hâkim olduğu ve Türkiye'nin 2. Milli Parkı olan Karatepe'ye ev sahipliği yapan Osmaniye ili yer almaktadır. Kuzeybatısında, Kurtuluş Savaşı'ndaki savunma başarısı nedeniyle "Kahramanlık" unvanı alan ve el sanatlarıyla öne çıkan Kahramanmaraş bulunmaktadır. Öte yandan Güneybatısında, mozaikleri ve farklı din ve etnik grupların uyum içinde yaşadığı Anadolu'nun bir diğer kadim şehirleri olan Hatay bulunmaktadır.

Ayn” kaynak, pınar veya göz, ile şehir manasına gelen “tâb” sözcüklerinin birleşmesinden oluşan ve ‘*pınar şehir*’ anlamına gelen ayıntap ismine ilk kez XII yy. da Urfalı Mateous’un Vakayi-Namesinde (Birdir vd., 2016) rastlanılmaktadır. Türkçe telaffuza uygunluk açısından zaman içerisinde Antep şeklinde anılmaya başlayan şehir, bölge halkının kurtuluş savaşı sırasında gerek Fransızlara gerek Ermenilere karşı göstermiş olduğu destansı savunma sonucu, 1921 tarihli ve 93 sayılı kânunla Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından “Gâziyantâb” olarak değiştirilmiştir, 1928’de ise bu isim günümüzdeki kullanım şekli olan Gaziantep halini almıştır ([www.cografya.gen.tr](http://www.cografya.gen.tr). Erişim Tarihi, 10.08.2022).

Gaziantep, Paleolitik dönemden bu yana süregelen bir yerleşim yeri olup, sahip olduğu jeopolitik konumu nedeniyle tarihin çeşitli dönemlerinden izler taşıyan zengin kültürel miras değerlerine ev sahipliği yapmaktadır (Birdir vd., 2015). Bu özellik, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından sürdürülen 2023 Türkiye Turizm Stratejisi Marka Kent Projesi'nde öne çıkmaktadır. Proje kapsamında, Gaziantep'in kültürel değerleri turizme kazandırılarak bölgeye canlılık katması hedeflenmektedir. Bu strateji çerçevesinde, belirtilen illere 2023 yılına kadar yaklaşık 750 milyon TL'lik bir yatırım planlanmaktadır (Hocaoğlu, 2011). Ayrıca, Türkiye Turizm Stratejisi 2023 hedefleri arasında yer alan Kentsel Ölçekte Markalaşma Stratejisi şu şekildedir:

- Her yıl, iç ve dış turizmde kültür turizmi faaliyetlerini desteklemek amacıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belirlenen bir şehir, "Kültür Turizmi Kenti" olarak ilan edilecektir.
- Şehirlerimizin zengin kültürel mirasını vurgulayan ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtım ve pazarlama yapılması sağlanacaktır.

- Yöresel etkinlikler, uluslararası standartlara uygun olarak geliştirilerek, bölgenin kültürel zenginliğinin tanıtımına katkıda bulunacaktır.
- Kültürel ve sanatsal etkinliklerin daha geniş bir kitleye ulaşabilmesi için, bu etkinliklerin sergileneceği uygun tesisler ve mekânlar inşa edilecektir.
- Tarihi, kültürel ve mimari özelliği olan yapıların ve ören yerlerinin restorasyonu yaptırılacaktır.
- Yerel halkın, somut ve somut olmayan kültürel miras değeri ve bu değerlerin korunması konusunda bilinçlendirilmesi sağlanacaktır ([www.ktb.gov.tr](http://www.ktb.gov.tr), Erişim Tarihi, 13.11.2021).

Gaziantep, tarihi, kültürel ve gastronomik zenginlikleriyle Türkiye'nin en önemli turizm destinasyonlarından biridir. Bu gerçeklik, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yürütülen 2023 Türkiye Turizm Stratejisi Marka Kent Projesi'nde kendisini açıkça göstermiştir. Proje, Gaziantep'i kültürel açıdan daha fazla tanınır ve tercih edilir hale getirme hedefini taşımaktadır.

Bu strateji, Gaziantep'in kültürel mirasının korunması, geliştirilmesi ve tanıtılması için kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır. Aynı zamanda, kültür etkinliklerine daha fazla katılımı teşvik ederek şehrin sosyo-ekonomik kalkınmasına önemli bir katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Gaziantep'in Türkiye'nin kültür turizmi alanında öncü bir şehir olma hedefi, bu projeye birlikte daha da güçlenmiştir.

Bu kapsamda, Gaziantep'in zengin mirasının korunması ve kültür turizminin güçlendirilmesiyle şehir hem yerel halk hem de ziyaretçiler için daha cazip bir destinasyon haline gelmeyi amaçlamaktadır. Projeye dahil olan kültürel etkinlikler ve tanıtım faaliyetleri, Gaziantep'in turizm potansiyelini artırarak şehrin küresel arenada daha fazla öne çıkmasına olanak tanıyacaktır.

### **3.2. Gaziantep'in Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Durumu**

Gaziantep, MÖ 6000 yılına kadar uzanan zengin tarihiyle dünyanın en eski şehirlerinden biridir. Kalkolitik dönemden beri sürekli bir yerleşim bölgesi olan Gaziantep, bölgedeki bilinen ilk yerleşim alanlarından biri olan Dülük Antik Kenti

ve çevresi ile öne çıkar. Tarihi İpek Yolu'nun bu bölgeden geçmesi, Gaziantep'in ticaretini ve kültürünü büyük ölçüde etkilemiştir.

Gaziantep'in Yukarı Mezopotamya sınırları içinde bulunması ve Anadolu ile Mezopotamya arasında köprü görevi üstlenmesi, Zeugma Antik Kenti'nin bulunduğu bölgeyi önemli bir ticaret alanına dönüştürmüştür. Fırat Nehri'nin batı kıyısında, Nizip ilçesine bağlı Belkıs köyü yakınlarında MÖ 3. yüzyılda I. Seleukos tarafından kurulan Zeugma Antik Kenti, tarihsel süreç içinde Roma, Bizans, Sasaniler, Emeviler, Abbasiler, Selçuklular ve Osmanlılar gibi farklı uygarlıkların etkisi altında kalmıştır. Aynı zamanda, o dönemde ticaret kervanlarının geçiş güzergahı olması nedeniyle stratejik açıdan öne çıkan bir merkez haline gelmiştir.

Gaziantep, Osmanlı himayesine 1516 yılında girmiştir ve bu süreçle birlikte tarım ve hayvancılık, bölgenin genel geçim kaynağı olmuştur. Osmanlı toprakları içinde yer alan Gaziantep ve çevresinde tarımın önem kazanmaya başlaması, bölgenin zengin tarımsal potansiyelini ortaya koymuştur. Coğrafi yapısı itibarıyla tarım için elverişli bir zemin sunan Gaziantep, birçok tarımsal ürünün üretim ve pazarlamasında öne çıkmıştır.

Bu eğilim, sadece Osmanlı dönemiyle sınırlı kalmamış; Cumhuriyet sonrasında da devam etmiştir. Gaziantep, dünya çapında ünlü Antep fıstığı ile tanınmış olup, aynı zamanda bakliyatları, kurutmalıkları ve yöresel yemekleriyle de bu alanda aranan bir marka konumundadır. Bu zengin tarım kültürü, Gaziantep'in ekonomik yapısını güçlendirmiş ve şehrin dünya genelinde tanınan bir tarım ve gastronomi destinasyonu olmasına katkıda bulunmuştur.

Gaziantep, özellikle 1990 sonrasında sanayi alanında gösterdiği başarıyla dikkat çeken bir kent olmuştur. Kent, son dönemde açtığı 6. Organize Sanayi Bölgesi ile Türkiye'nin Ortadoğu'ya açılan kapısı konumunda yer almaktadır. Sanayi alanında ülkenin marka kentlerinden biri olan Gaziantep, tarımsal alanda da kendini göstermiş ve bu alanda ülkenin önde gelen isimlerinden birisi haline gelmiştir. Son yıllarda turizmde de önemli adımlar atan Gaziantep, 2015 yılında gastronomi alanında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dahil olmuş ve ülkenin bu alanda UNESCO'ya giren ilk şehri olma unvanını kazanmıştır.

Gaziantep, sadece gastronomi alanında değil, aynı zamanda kültürel kimliğini yansıtan müzeleriyle de müzeler kenti olarak kabul görmektedir. UNESCO'nun geçici listesinde 3 eşsiz değeri bulunan kent, aynı zamanda birçok alanda kültürel miras değerlerini gün yüzüne çıkarmak için kazı çalışmalarını sürdürmektedir. Geçmişin izlerini takip ederek, bu değerleri gelecek nesillere aktarmaya yönelik çabalar kentte öne çıkan bir tema haline gelmiştir. Özellikle yerel yönetimlerin gösterdiği çaba, kentin dokusunu yansıtan birçok kültürel değerın restorasyon çalışmalarının tamamlanmasında veya devam etmesinde etkili olmuştur. Gaziantep, bu çabalarıyla sadece sanayi ve tarım alanında değil, aynı zamanda kültürel ve turistik anlamda da kendini ön plana çıkarma çabası içerisinde dir.

Ülkelerin temel sektörleri arasında yer alan tarım, sanayi ve hizmet sektörünün üçününde yapılmaya elverişli olduğu Gaziantep, bu sektörlerden en yüksek düzeyde verim alarak ülkenin en az gelişmiş bölgelerinden biri içinde yer almasına rağmen, gelişmişlik açısından ülke ortalamasının üzerinde konumlanarak ülkenin öne çıkan kentlerinden birisi olmayı başarmıştır. Cumhuriyetin ilk yıllarına dayanan Gaziantep'teki alansal gelişim, 1950'li yıllardan itibaren ivme kazanmış ve özellikle 1980'li yıllarda büyük bir artış göstermiştir. Bu dönemde bölgede başlayan sanayileşme süreci, özellikle kırsal alanlarda yaşayan insanlar için yeni iş imkanlarının oluşmasına katkı sağlayarak, Gaziantep'in alansal olarak genişlemesinde etkin bir rol oynamıştır.

Osmanlı döneminde önemli bir yerleşim yeri ve iskân bölgesi olan Gaziantep, 20. yüzyıl başlarında 6 km<sup>2</sup>'lik bir alana yayılmıştı. Ancak bu alan 70'li yıllara kadar küçük oranlarda artış gösterirken, 1975 yılında 9,2 km<sup>2</sup>'lik olan alansal oran, 1984 yılında 21,5 km<sup>2</sup>'ye çıkmıştır. 2000 yılında 36,1 km<sup>2</sup>'lik bir alana ulaşan kent, 2010 yılında 48,5 km<sup>2</sup>'lik bir alana yayılmış ve 2018 yılında yaklaşık %75 büyüme ile 84,6 km<sup>2</sup>'lik bir alana ulaşmıştır (Sönmez, 2018). Bu oran, 1975 yılı ile 2018 yılları arasında yaklaşık 40 yıllık bir zaman dilimi içerisinde %900 civarında bir artış anlamına gelmektedir.

Gaziantep'in alansal olarak bu oranda gelişimi, nüfus artışıyla doğru orantılı olarak gerçekleşmektedir. Gaziantep'in son 15 yıl içerisindeki nüfus değişim oranı dikkate alındığında, 2007 yılında 1.560.023 olan nüfus sayısı, 2012 yılında 1.799.558

kişiyse, 2018 yılında 2.028.563 kişiyse ve bu sayı 2023 yılında 2.164.134 kişiyse ulaşmıştır ([biruni.tuik.gov.tr](http://biruni.tuik.gov.tr), Erişim Tarihi, 20.12.2023). 2012 yılında Suriye'de meydana gelen iç karışıklık nedeniyle oradan gelen Suriyeli sığınmacılar bu oranın dışında tutulmuştur. Yaklaşık 500 bin civarında olduğu tahmin edilen mülteciler de bu sayıya eklenirse, kentin nüfusu son 10 yılda 1 milyonun üzerinde artış göstermiş olacaktır.

Öte yandan, bölgeye 80'li yıllarda sanayileşme süreciyse başlayan hızlı göç dalgası, 2000'li yıllarda artarak devam etmiştir. Bu durum, Gaziantep'te özellikle eski kenar mahallelerde plansız, projesiz ve altyapısız çarpık yerleşimlere neden olmuştur. Gaziantep ve çevresinde oluşan bu yerleşimler, Adana yolu ile Kilis yolu güzergahında daha yoğun bir şekilde gerçekleşmiştir.

2012 yılında, Suriye'deki siyasi olayların patlak vermesi sonucu ortaya çıkan iç savaş, Gaziantep'in çevresel yapısını olumsuz etkilemiş olsa da Ortadoğu ülkeleri ile ilişkilerin normalleşmesi ve gelişen ticari faaliyetler, kentin sanayi ve hizmetler sektörü içerisinde yürütülen faaliyetlere olumlu yansımıştır. Bu gelişmeler, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi'nin 2010 yılında ortaya sürdüğü "yılda 2 milyon turist" sloganıyla başlattığı kent turizmini geliştirme projelerine de olumlu bir şekilde yansımıştır (Sönmez, 2018).

80'li yıllardan sonra ülke genelinde yaygınlaşmaya başlayan alternatif turizm anlayışı, özellikle deniz, güneş ve kum gibi doğal kaynaklara sahip olmayan bölgelerin turizm sektöründen yeterince faydalanamadığı kitle turizmi dönemini sona erdirmiştir. Bu kapsamda tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan ve günümüzde bu medeniyetlerin çeşitli izlerini taşıyan Gaziantep (Aşkın, 2015), sahip olduğu bu özelliği ile kültürel miras turizmi alanında ön plana çıkar hale gelmiş, bu durum ise bölge turizmin geliştirilmesi adına ilgili kurum ve kuruluşlara avantajlar sağlamıştır.

- *Gaziantep, GSYH, İthalat ve İhracat Oranları*

Tablo 3.1'de yer alan GSYH, ithalat ve ihracat oranlarına göz attığımızda, Gaziantep'in ekonomik performansının yıllar içindeki değişimini gözlemleyebiliriz. 2013 yılında en düşük GSYH oranının 29.901.857 TL olduğu dikkat çekerken, 2021

yılında bu rakamın 148.588.413 TL'ye yükseldiği görülmektedir. Kişi başına GSYH'de yaşanan artış, döviz kuru etkisiyle TL bazında 2013 ile 2021 yılları arasında %328'lik bir artışa işaret etmektedir. İhracat ve ithalat rakamlarında ise belirgin bir artış eğilimi göze çarpmaktadır. Bu veriler, Gaziantep'in ekonomik büyüme potansiyelini ve ticaret hacmindeki artışı vurgulamaktadır.

**Tablo 3.1: Gaziantep, GSYH, İthalat ve İhracat Oranları (2013-2021)**

Yıl	GSYH (bin TL)	Kişi Başına GSYH (\$)	Kişi Başına GSYH (TL)	Toplam İhracat (bin \$)	Toplam İthalat (bin \$)
2013	29.901.857	8.624	16.412	6.707.624	5.072.731
2014	34.505.859	8.454	18.482	6.950.431	5.381.079
2015	41.106.824	7.935	21.515	6.719.406	4.478.431
2016	45.502.350	7.710	23.298	6.860.579	4.507.358
2017	54.805.379	7.550	27.542	6.990.184	5.068.823
2018	67.402.191	7.087	33.416	7.208.951	4.874.476
2019	76.732.284	6.595	37.449	7.418.005	5.006.595
2020	99.285.765	6.763	47.613	8.164.823	5.276.938
2021	148.588.413	7.819	70.228	9.798.729	7.341.157

**Kaynak:** TÜİK, 2022

- *İktisadi Faaliyet Kollarına Göre Cari Fiyatlarla Gayrisafi Yurtiçi Hâsıla*

İktisadi Faaliyet Kollarına Göre Cari Fiyatlarla Gayrisafi Yurtiçi Hâsıla analizi, tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinin ekonomik yapıdaki rolünü değerlendirmek açısından önem taşımaktadır. Genellikle tüm ülkeler için temel sektörler arasında bulunan tarım, geçmişte insan hayatında etkin bir rol oynarken, Sanayi Devrimi sonrasında yerini sanayi sektörüne bırakmıştır. Bu dönüşümle birlikte, bir ülkenin kalkınma düzeyi genellikle sanayi sektörünün durumuyla ölçülmeye başlanmıştır.

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından hizmet sektörü, birçok ülkede temel sektörler arasında önemli bir yer edinirken, sanayi sektörüyle rekabet etmeye başlamıştır. Bu sektörlerin ekonomik etkileri, ülkelerin Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (GSYH) üzerindeki etki düzeylerine göre değerlendirilmektedir. Bu analiz, ülkedeki

ekonomik dengeleri anlamamıza ve sektörler arası ilişkileri gözlemlememize yardımcı olacaktır.

Bu bağlamda, Tablo 3.2. üzerinden Gaziantep'in 2004-2021 yılları arasındaki ekonomik değişimini incelediğimizde, tarım, sanayi ve hizmetler sektörlerinin performansındaki farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Tarım sektörü, bu dönemde daha küçük oranlarda bir artış göstermiş gibi görünmektedir. Sanayi sektörü ise 2004 yılında 3,084,906 TL olan gayrisafi katma değer payını 2021 yılında %2298 oranında bir artışla 74,031,645 TL'ye çıkarmıştır. Bu durum, Gaziantep'in sanayi sektöründe önemli bir büyüme yaşadığını göstermektedir, bu da kentin bir sanayi merkezi olma yolunda olduğunu göstermektedir. Hizmetler sektöründe de benzer bir trend gözlemlenmektedir. 2004 yılında 3.579.904 TL olan hizmetler sektörü oranı, özellikle 2013 yılından itibaren önemli bir yükseliş göstermiş ve 2021 yılında %1400 oranında bir artışla 53.692,792 TL'ye ulaşmıştır. Tarım sektörü ise diğer sektörlerle göre daha düşük oranlarda bir artış göstermiştir. 2004 yılında 551.677 TL olan tarım sektörü GSYH'sı, 2021 yılına gelindiğinde %830'luk bir artışla 5.129,481 TL'ye yükselmiştir. Bu veriler, Gaziantep'in ekonomik dengelerindeki sektörel farklılıkları ve büyüme eğilimlerini yansıtmaktadır.

Bu bağlamda, 2004 yılından itibaren Gaziantep'te gözlemlenen ekonomik göstergelerdeki değişim dikkat çekicidir. Gayrisafi katma değer oranı 2004-2020 döneminde %1123 oranında artarken, 2021 yılında %85'lik sert bir düşüşle 13.853.920 TL'ye gerilemiştir. Benzer bir trend, GSYH oranında da gözlenmiştir. 2004 yılında 8.245.934 TL olan GSYH oranı, 2020 yılında %1104 artışla 99.285.765 TL'ye yükselmiş, ancak 2021 yılında pandeminin etkisiyle %85 oranında bir düşüşle 148.588.413 TL'ye gerilemiştir. Pandemi sonrası, sağlık koşullarının normale dönmesiyle birlikte sektörlerin eski güçlerine kavuşma eğiliminde oldukları gözlemlenmektedir.

Gaziantep'te 2004-2020 döneminde belirgin bir ekonomik büyüme yaşanırken, pandeminin etkisiyle 2021'de gözlenen sert düşüş, şehrin ekonomik direncini ve pandemi sonrası toparlanma potansiyelini yansıtmaktadır.

**Tablo 3.2: Gaziantep İktisadi Faaliyet Kollarına Göre Cari Fiyatlarla Gayrisafi Yurtiçi Hâsıla Değişim Oranı**

Yıl	Tarım (1000 TL)	Sanayi (1000 TL)	Hizmetler (1000 TL)	Gayrisafi Katma Değer (1000 TL)	Gayrisafi Yurtiçi Hâsıla (1000 TL)
2004	551.677	3.084,906	3.579,904	7.216,488	8.245,934
2005	725.464	3.314,058	4.200,386	8.239,908	9.422,706
2006	902.560	3.774,274	5.108,776	9.785,610	11.175,587
2007	877.279	4.102,332	5.854,831	10.834,443	12.213,036
2008	787.805	4.461,916	6.743,563	11.993,284	13.458,118
2009	855.019	4.235,886	6.792,038	11.882,941	13.313,099
2010	1.281,469	5.080,998	7.680,310	14.042,777	15.957,447
2011	1.340,427	7.286,586	9.012,653	1.7639,664	20.031,948
2012	1.516,570	9.364,412	10.782,303	21.663,285	24.520,146
2013	1.351,956	12.271,795	12.598,432	26.222,183	29.901,857
2014	1.425,355	14.191,019	14.921,937	30.538,312	34.505,859
2015	2.702,697	16.645,874	16.898,737	36.247,308	41.106,824
2016	2.434,414	18.402,134	19.301,805	40.138,353	45.502,350
2017	2.278,371	23.683,472	22.654,265	48.616,108	54.805,379
2018	3.950,263	29.059,791	27.413,471	60.423,525	67.402,191
2019	3.484,365	33.237,482	32.360,590	69.082,436	76.732,284
2020	4.741,155	45.146,326	38.373,669	88.261,151	99.285,765
2021	5.129,481	74.031,645	53.692,792	132.853,920	148.588,413

**Kaynak:** TÜİK, 2022

• *TRC 1 Bölgesi Kapsamında İktisadi Faaliyet Kollarına Göre İstihdam Edilenler*

TRC-1 bölgesi, Gaziantep, Adıyaman ve Kilis illerini içeren bir alt bölgeyi ifade eder. Bu alt bölgede, Gaziantep öne çıkarken, Kilis diğer illere göre daha geri planda yer almaktadır. 2021 yılı itibariyle TRC-1 genelinde, en fazla istihdamın gerçekleştiği sektör %48,5 ile hizmetler sektörü olup, ikinci sırada %32,4 ile sanayi

sektörü ve üçüncü sırada %19,2 ile tarım sektörü gelmektedir. Ancak, sektörlerin genel durumuna bakıldığında tarım sektörünün düzenli bir oranda düşüş gösterdiği, sanayi sektörünün ise genel hatlarıyla benzer oranlar taşıdığı görülmektedir. Bu durum, sanayi sektörünün Gaziantep'te yoğun faaliyet gösterirken diğer illerde geri planda kalmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca, Suriye'den gelen göç dalgasıyla birlikte nüfusun bölgede artması, sektörlerin genel durumunu da etkilemektedir. Hizmetler sektörü 2016 yılına kadar genel hatlarıyla bir artış göstermiş, ancak sonrasında oransal olarak bir artış olmakla birlikte % olarak bir düşüş yaşanmıştır.

**Tablo 3.3: TRC-1 Bölgesi Kapsamında İktisadi Faaliyet Kollarına Göre İstihdam Edilenler (2009-2021)**

Yıl	Sanayi		Tarım		Hizmet		İşsizlik Oranı
	Oran (Bin)	%	Oran (Bin)	%	Oran (Bin)	%	
2009	172	32,4	130	24,5	229	43,1	17,2
2010	198	32,2	150	24,4	265	43,3	12,1
2011	204	35,1	129	22,2	248	42,7	14,4
2012	219	34,7	147	23,3	265	42	11,8
2013	226	32	169	23,9	312	44,1	7,3
2014	229	33,4	128	18,7	328	47,9	8
2015	224	31,8	125	17,7	355	50,4	9,9
2016	233	32,8	93	13,1	384	54,1	14,3
2017	249	34,1	95	13	387	52,9	15,1
2018	252	33	115	15	397	51,9	12,8
2019	229	30,3	134	17,7	393	52,1	15,2
2020	242	30,6	149	18,9	399	50,5	13
2021	282	32,4	167	19,2	422	48,5	10,1

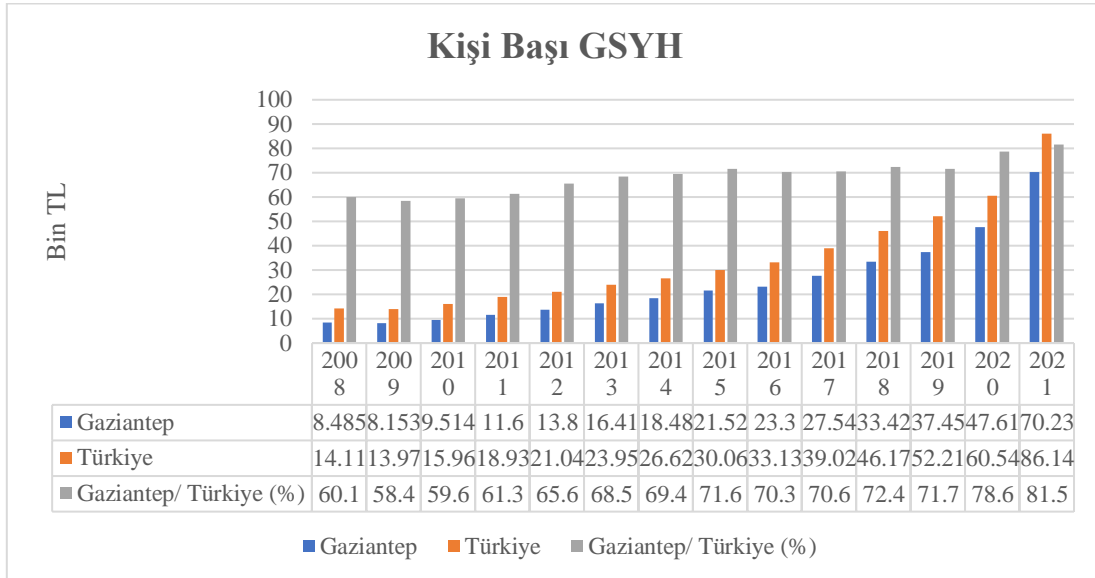
**Kaynak:** TÜİK, 2022

TRC-1 bölgesindeki işsizlik oranı, en yüksek %17,2 ile 2009 yılında gerçekleşmiş, en düşük oran ise %8 ile 2014 yılında kaydedilmiştir. Ancak, Tablo

3.3’de görüldüğü üzere bölgedeki işsizlik oranının dalgalı bir seyir gösterdiği çıkarımı yapılabilmektedir. Bu veriler, TRC-1 bölgesindeki ekonomik dinamiklerin sektörel dağılımı ve işsizlik oranlarındaki değişimleri ortaya koymaktadır.

Bir ülkenin veya bölgenin yaşam standardının ve ekonomik gücünün bir ölçüsü olarak kabul edilen kişi başı Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH), bir ülke veya bölgedeki belirli bir zaman dilimi içinde (genellikle bir yıl) üretilen tüm mal ve hizmet değerlerinin o yıl için ortalama nüfusa bölünmesiyle elde edilmektedir. Ancak, Şekil 3.1’e bakıldığında görüldüğü üzere, Gaziantep’in kişi başı GSYH’si, Türkiye’nin kişi başı GSYH’sinden her zaman daha düşüktür.

Öte yandan, Gaziantep’in kişi başı GSYH’sinin Türkiye’nin kişi başına GSYH’sine oranı zaman içinde artış göstermektedir. Bu durum, Gaziantep’in Türkiye ortalamasına göre daha hızlı büyüdüğünü ve ekonomik olarak geliştiğini göstermektedir. Gaziantep’in kişi başına GSYH’si, 2008-2021 yılları arasında yaklaşık %728 artış gösterirken, Türkiye’nin kişi başına GSYH ortalaması aynı dönemde yaklaşık %510 oranında bir artış gerçekleştirmiştir, ki bu da Gaziantep’in son zamanlarda Türkiye ortalamasından daha yüksek oranda üretim yaptığını veya daha fazla gelir elde ettiğini göstermektedir.



**Şekil 3.1. Kişi Başı GSYH Oranı**

**Kaynak:** TÜİK, 2022

Ayrıca, Gaziantep'in kişi başı GSYH'sindeki bu artış, bölgenin ekonomik çeşitliliğini ve rekabet gücünü yansıtabilir. Sanayi, tarım ve ticaret gibi sektörlerdeki güçlü performansı, Gaziantep'in ekonomik büyüme sürecine katkıda bulunmuş olabilir. Bu bağlamda, Gaziantep'in kişi başı GSYH'sindeki artış, sürdürülebilir kalkınma ve ekonomik iyileşme açısından olumlu bir gösterge olarak değerlendirilebilir. Ayrıca, bölgedeki yatırım ortamının ve girişimcilik potansiyelinin de bu başarıdaki etkisi göz önüne alındığında, Gaziantep'in gelecekteki ekonomik büyüme potansiyeli oldukça umut vericidir.

### 3.3. Gaziantep'in Turizm Potansiyeli

Gaziantep, zengin tarihi dokusuyla birlikte kültürel mirasları barındıran bir destinasyon olma özelliği taşımaktadır. Şehirdeki turizm faaliyetleri, toplumun derin kültürel bağlarına, tarihine, el sanatlarına, geleneklere ve göreneklere olan ilgisinden güç almaktadır. Gastronomi ve kültür turizmi, bu faaliyetler arasında öne çıkan unsurlardır, ancak Gaziantep'te inanç turizmi, kamp-karavan turizmi, av turizmi ve kongre turizmi gibi çeşitli alanlarda da talep görmektedir. Bu çeşitlilik, Gaziantep'in turizm potansiyelini artırmakta ve bölgede farklı turizm türlerinin gelişimine olanak tanımaktadır.

➤ **İnanç turizmi;** Türk Dil Kurumu'na (TDK) göre "bir düşünceye gönülden bağlı bulunma" [sozluk.gov.tr](http://sozluk.gov.tr) erişim, 20.05.2022) anlamına gelen inanç kavramının turizm faaliyetleri içinde değerlendirilmesiyle ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, çok eski tarihlerden itibaren var olan inanç turizmi, çeşitli dinlere mensup bireylerin dini ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla dini çekim merkezlerine yaptıkları seyahatleri kapsayan bir turizm faaliyeti olarak tanımlanmaktadır (Kurtaran Çelik vd., 2020: 52). Diğer bir tanıma göre ise inanç turizmi, çeşitli dini merkezlere, kutsal kabul edilen mekanlara ve dini özellik değeri taşıyan anıtlara, yapılara ve mimari değerlere yapılan ziyaretleri içermektedir (Čučulović vd., 2014). Bu turizm türü, büyük dini etkinliklere, dini bayramlara, geçit törenlerine, ayinlere vb. katılımı da içermektedir. Bu turizm türü insanların manevi duygularıyla yakın ilişki içinde olmalarını ve inançları gereği bir destinasyon merkezine seyahat etmelerini içeren bir dizi özellikleriyle öne çıkmaktadır (Albayrak, 2013: 236-237):

- İnanç turizmi kişilerin hac gezisi, dini toplantı veya kutsal kabul edilen yer ya da yapıları ziyaret etmek amacıyla gerçekleştirdikleri bir turizm türüdür.
- İnanç turizmi faaliyetleri kapsamında insanlar, bireysel ya da grup halinde seyahatlerini gerçekleştirebilirler.
- İnanç turizmi, yapılış şekline göre yılın on iki ayına yayılabilen bir turizm faaliyetidir.
- İnanç turizmi, dini çekim özelliği olan merkezlerde gerçekleştirilen bir turizm türü olduğu için talep oluşturma özelliği de olan bir turizm türüdür.
- İnanç turizmi, insanların ruhsal, zihinsel ve sosyal olarak rahatlama sağlama özelliği olan bir turizm türüdür.
- İnanç turizmi kapsamında turistler, diğer alternatif turizm alanlarına göre daha fazla harcama yapmaktadırlar.
- İnanç turizminde kalış süresi, diğer turizm türlerine göre daha uzundur.
- İnanç turizmi, üçüncü yaş turizmiyle yakından ilgilidir.
- İnanç turizmi, ziyaret edilen yerlerin çeşitli kültürlerden izler taşımasından dolayı kültürel miras turizmi ile yakından ilişkilidir
- İnanç turizmi, manevi değerlerin maddi değer haline dönüştürülmesine olanak sağlayan bir turizm türü olmasından dolayı gerçekleştirildiği bölgeye ekonomik gelir sağlama özelliğine sahiptir.

En eski turizm türlerinden biri olan inanç turizmi, çoğunluğunu Müslümanlar, Hristiyanlar ve Hinduların oluşturduğu katılımcı kitlesiyle her geçen yıl popülerliğini artırmaya devam etmektedir. Camiler, kiliseler, kutsal mimari yapılar ve kalıntılar, inanç turizminin öne çıkan cazibe merkezleridir (Şen Demir, 2017: 143). Dünya genelinde 5.000'den fazla tapınağa ev sahipliği yapan ve 200 civarında kişinin inandığı Mazu inancı, 2009 yılında UNESCO tarafından insanlığın somut olmayan kültürel mirası olarak tanınmıştır. Çin'in güneydoğu kıyılarında denizcilerin koruyucu tanrıçası olarak gördüğü Mazu'ya olan tapınma, Çin'de olduğu gibi Tayvan, Hong Kong, Makao, Singapur, Malezya ve diğer Güneydoğu Asya ülkelerinde de yaygındır. Çin halkının tarihini, kültürünü ve yaşam tarzını yansıtan bu inanç biçimi, Çin kültürünün önemli bir bileşenidir. Bu kapsamda Mazu tapınakları, ziyaretçilere hem dini hem de kültürel açıdan zengin bir deneyim sunmaktadır. Turistler,

Mazu'nun heykellerini görebilir, Mazu'nun hayat hikayesini öğrenebilir ve Mazu'ya adanmış çeşitli festivalleri izleyebilirler. Bu tapınaklar aynı zamanda yerel halka ekonomik olarak katkı sağlamakta ve bölgenin kalkınmasına önemli bir destek sunmaktadır (Yao vd., 2020).

Gaziantep ve çevresi, Antik dönemden günümüze kadar uzanan zengin bir inanç ve kültür mirasına ev sahipliği yapmaktadır. Semavi dinlere ait olan Müslümanlık, Hıristiyanlık ve Musevilik gibi inançlarla birlikte, Antik dönemlere ait Teşup ve Mitras gibi eski inançların izlerini de taşımaktadır. Gaziantep'in bu çok katmanlı tarihî mirası, şehri farklı din ve inançlara ev sahipliği yapmış bir merkez haline getirmiştir. Özellikle Şarklı Mağara ve Mitras Tapınağı, Antik dönemden günümüze kadar uzanan inançların bu bölgedeki temsilcileridir (Birdir vd., 2015).

Gaziantep, aynı zamanda tarih boyunca önemli bir konumda bulunarak farklı kültürlerin etkileşimine maruz kalmıştır. Mezopotamya'nın cennetin bahçesinin giriş kapısı olarak kabul edildiği bu bölge, çeşitli inanç ve kültürleri bir araya getirmiştir (Aşkın, 2015). Karkamış ilçesi, Hristiyan ve Yahudi tarihinde önemli bir rol oynamış olup, Rumkale'de Yuhanna İncili'nin yazıldığına ve saklandığına inanılmaktadır. Gaziantep'te bulunan Hristiyan kiliseleri arasında Kendirli Kilisesi, Valide Meryem Kilisesi ve Fevgani Kilisesi önemli dini yapılar arasındadır ([www.rehberim.gen.tr](http://www.rehberim.gen.tr), Erişim Tarihi, 28.01.2022).

Yahudi cemaati için de önemli kabul edilen yerler Gaziantep'te bulunmaktadır. Yahudi Havrası ve Hz. Yuşa Peygamber Türbesi, bu kültürel çeşitliliğin bir yansımasıdır. İslam dininin etkisi altında da kalmış olan Gaziantep, Hz. Ömer döneminde şehit düşen sahabelerin türbelerine ev sahipliği yapmaktadır. Ayrıca, İslam Peygamberi Hz. Muhammed'in (sav) peygamberlik mührünü gören ve öpen Hz. Ökkeşiye'nin türbesi Nurdağı ilçesinde yer almaktadır. Gaziantep'te birçok evliyanın türbesi de bulunmaktadır, bunlar arasında Dülükbaba Türbesi, Hacıbaba Türbesi, Nesimi Hz. Türbesi ve Şeyh Fettullah Türbesi önemli ziyaret noktalarındandır ([www.yolcu360.com](http://www.yolcu360.com), Erişim Tarihi, 05.02.2022)

Gaziantep, tarih boyunca gösterdiği büyük mücadele ile Kurtuluş Savaşı'nda binlerce şehit vermiş ve bu kahramanlığın izlerini taşımaktadır. Bu çerçevede,

Şehitler Abidesi ve Şahinbey'in mezarı gibi anıtsal yapılar, inanç turizmi kapsamında ziyaretçiler tarafından büyük bir ilgi görmektedir.

➤ **Gastronomi turizmi**, turistlerin yerel kültürün bir yansıması olarak tükettikleri, bölgesel turizmin gelişimine önemli katkı sağlayan, yerel tarım ve ekonominin büyümesinde etkili olan ve rekabetçi bölgelerin pazarlamasında önemli bir rol oynayan bir unsurdur (Albayrak, 2013: 245). Başka bir deyişle, gastronomi turizmi; bir destinasyonun eşsiz mutfak özelliklerini ve geleneklerini deneyimlemek amacıyla yapılan seyahatleri ifade etmektedir (Suna ve Alvarez, 2019). Lucy M. Long tarafından ilk defa kullanılan "gastronomi turizmi" kavramı, farklı kültürlerin yiyeceklerini ve bu yiyeceklerle ilgili deneyimleri ifade etmek üzere literatüre kazandırılmıştır (Karataş vd., 2023). Long, gastronomi turizmini, "bilinenden farklı bir mutfak kültüründeki yiyeceklerin tüketilmesi, hazırlanması, sunulması ve mutfağı, öğün sistemleri ve yeme biçimlerini keşfetmek amacıyla gerçekleştirilen bir turizm şekli (Aksoy ve Sezgi, 2015: 81)" olarak tanımlamıştır. Yunanca kökenli "gaster" ve "nomas" kelimelerinin birleşimiyle oluşan (Özdemir ve Altınar, 2019) gastronomi turizmi, yöresel yiyecek ve içecekleri turizm faaliyetiyle ilişkilendirerek bölgesel kalkınmayı destekleyen bir anlayışı ifade etmektedir (Everett ve Aitchison, 2008). Bu kapsamda, gastronomi turizminin temel özellikleri şu şekilde ifade edilmektedir (Albayrak, 2013: 248-249);

- Gastronomi turizmi bir bölgeye ait geleneksel olan yiyecek-içecekleri deneyimlemek için gerçekleştirilen bir turizm türüdür.
- Bir bölge ya da ülke kendisine özgü yiyecek ve içecekleri gastronomi turizmi kapsamında değerlendirerek ülke ekonomisine katkı sağlayabilir.
- Gastronomi turizmi bir bölge veya bir ülkeye has olduğundan görülerek ve yaşanılarak deneyimlenen bir alternatif turizm türüdür.
- Gastronomi turizmi bir bölgeye özgü olan yiyecek-içeceklerin kendisine has dokusunun korunarak, günümüze ulaşmasını sağlayan bir turizm türüdür.
- Gastronomi turizmi yılın on iki ayı gerçekleşebilme özelliğinden dolayı, turizmin bütün yıla yayılmasına olanak sağlayan bir turizm türüdür.
- Gastronomi turizmi, gerçekleştiği bölgeye turist çekme özelliğinin olmasından dolayı talep oluşturan bir turizm türüdür.

- Gastronomi turizmi yöresel veya ulusal yiyecek-içeceklerin markalaşmasında etkin rol oynamaktadır.
- Gastronomi turizmi, bölgeye gelen insanların deneyimledikleri yiyecek-içecekler vasıtasıyla o bölgeye yönelik bir bağ kurulmasında aktif rol oynamaktadır.
- Gastronomi turizminin aktif olduğu birçok destinasyonda yerel halk turizm endüstrisi içerisinde çalışmaktadır. Bu durum istihdamı artırıcı bir etki sağlarken aynı zamanda bölge ekonomisinin gelişmesine de katkı sağlamaktadır.

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na üye olan Gaziantep, popülerliğini 2015 yılından bu yana sürekli olarak artırarak devam ettirmektedir. Gaziantep, köklü tarihi ve kültürel zenginlikleriyle ön plana çıkan bir şehirdir ve bu zenginlik, özellikle şehrin eşsiz mutfağına da yansımıştır (Karataş vd., 2023). Gaziantep mutfağı, gastronomi turizmi alanında ülkedeki parlayan yıldız konumundadır ve 102'si coğrafi işaret ile tescillenmiş ([www.ci.turkpatent.gov.tr](http://www.ci.turkpatent.gov.tr), Erişim Tarihi, 05.10.2023). olmak üzere 400'den fazla yemek çeşidi bulunmaktadır (Suna ve Alverez, 2019).

➤ **Av turizmi:** belirli bir eğitime dayanarak bilinçli bir şekilde yapılan ve doğaya zarar vermeden sadece belirli olgunluğa erişmiş hayvanların avlanmasını içeren bir faaliyettir (Kozak vd., 2022: 34). Şen Demir'in (2017) tanımına göre, av turizmi avcı niteliğine sahip kişilerin belirlenmiş ilkelerle avlanma amaçlarını gerçekleştirmek üzere yaptıkları etkinlikleri kapsar (s. 148). Türkiye'de av turizmi, 70'li yıllarda turizm kapsamında başlamış olup, 1981 yılında Antalya'nın Düzlerçamı bölgesinde dağ keçisi avı ile profesyonel anlamda canlanmıştır. Ancak, ilgili Merkez Av Komisyonunun altyapı eksikliği nedeniyle belirli bir dönem sekteye uğramıştır. 1992 yılında Milli Parklar Av ve Yaban Hayatı Genel Müdürlüğü'nün faaliyetlerine tekrar başlamasıyla av turizmi popülerliğini bir kez daha kazanmıştır ve A grubu seyahat acenteleri bünyesinde gerçekleştirilmektedir.

Özellikle Gaziantep'in sınırları içinde bulunan avlak merkezlerinde gerçekleştirilen av turizmi faaliyetleri, bölgenin önemli ve zengin potansiyele sahip iller arasında yer aldığını göstermektedir. Bu kapsamda Gaziantep sınırları içerisinde bulunan nehir ve baraj kenarlarında zengin bir av popülasyonu bulunmakta olup keklik, turaç, yaban ördeği ve yaban kazı gibi avlar bu bölgede gerçekleştirilmektedir.

➤ **Kamp ve karavan turizmi:** Avrupa'da oldukça popüler olan, Türkiye'de ise son zamanlarda büyük ilgi gören alternatif turizm türlerinden biri kamp turizmidir (Kurtaran Çelik vd., 2020). Kamp turizmi, küçük gruplar halindeki gezginlerin kamp yapmak amacıyla kendilerinin kurduğu çadırlarda veya belirli bir bölge içerisinde ayrılmış kamp alanlarında belirli bir süre konaklayarak, kendi ihtiyaçlarını karşıladıkları bir turizm türüdür (Aksöz vd., 2020). Karavan turizmi ise bireylerin kendi ulaşım, konaklama ve belirli ölçüde yeme içme ihtiyaçlarını karşılayarak çeşitli destinasyonları keşfetme ve tanıma amacıyla gerçekleştirdikleri bir turizm türüdür (Albayrak, 2013: 155). Gaziantep kenti, özellikle kamp ve karavan turizmi alanında son zamanlarda önemli bir yer edinmeye başlamıştır. Yamaçtepe Mahallesinde doğa severlere ayrılmış olan karavan alanı, bu bölgeyi tercih edenlere hizmet vermektedir.

➤ **Kongre turizmi;** Kongre turizmi, Türkiye'de hızlı bir şekilde gelişen turizm türleri arasında yer almakta olup, özellikle Avrupa ülkeleri, Hong Kong, Tayland ve Singapur gibi merkezlerde ana turizm kaynaklarından biri olarak öne çıkmaktadır (Kozak vd., 2022; 31). Kongre turizmi, "insanların ikamet ettikleri ve iş yerleri dışında uzman oldukları sahalarda ve mesleklerde bilgi paylaşımı maksadıyla toplanmalarından dolayı oluşan seyahat, konaklama, olay ve ilişkilerin tümü (Kurtaran Çelik vd., 2020, 44)" şeklinde tanımlanmaktadır.

Gaziantep, kongre turizmi kapsamında Türkiye'nin gelişen illeri arasında önemli bir konuma sahiptir. Giritlioğlu ve Armutçu'nun (2016) yılında gerçekleştirdiği "Gaziantep şehrinde kongre turizminin mevcut durumu ve geliştirilmesine yönelik bir saha araştırması" adlı çalışmaya göre, Gaziantep kenti, Büyükşehir Belediyesi ve merkez ilçe belediyeleri başta olmak üzere çeşitli otellerde toplamda 75 adet kongre merkezi bulunmaktadır. Bu merkezlerin toplam kapasitesi yaklaşık 20.000 kişiyi aşmaktadır, bu da şehrin kongre turizmi alanında öne çıkan bir destinasyon merkezi olduğunu göstermektedir.

➤ **Kültür turizmi:** Kültür turizmi, katılımcılara mimari, arkeolojik ve tarihi öneme sahip yerleri ziyaret ederek farklı bölgelerde yaşayan insanların çeşitli yaşam tarzlarını tanıma fırsatı sunan bir turizm türüdür (Kurtaran Çelik vd., 2020). Bu sayede katılımcılar, gelenek-görenekleri, fiziksel çevreleri ve entelektüel bakış açıları hakkında doğrudan bilgi edinme şansına sahiptir.

Kültür, genel olarak bir toplumun sanatsal değerleri, örf, adet, gelenek-görenekleri, düşünce biçimleri, yaşam şekilleri, bireyler arasındaki iletişim-etkileşim, mimari yapılar, düğün-nişan-doğum gibi etkinlikler, yerleşim şekli, üretim, tüketim faaliyetleri vb. gibi insan yaşantısının hemen hemen her yönüyle ilgilenilmesinden dolayı dünyanın en karmaşık ve tanımlanması en zor kavramlarından biridir. Kültür turizmi, bu karmaşıklığı yansıtarak alternatif turizm türlerinden biri olarak tanımlanmaktadır (Craik, 1997).

Kültür turizminin turistik arz kaynakları içerisine her şeyi kapsayacak şekilde geniş bir tanımı bulunurken, kültüre dayalı turizm türleri arasında etnik turizm, dark turizm, İpek Yolu turizmi, festival turizmi, inanç turizmi, gastronomi turizmi, üçüncü yaş turizmi ve kültürel miras turizmi yer almaktadır (Seyhan, 2014: 23). Başka bir bakış açısına göre ise kültür turizmi sadece geçmişin kültürel ürünlerinin tüketimini değil, aynı zamanda çağdaş kültürü veya bir halkın veya bölgenin 'yaşam biçimini' de içerdiğinden hem miras turizmini (geçmişin eserleriyle ilgili) hem de sanat turizmini (çağdaş kültürel üretimle ilgili) kapsamaktadır (Richards, 2001: 7).

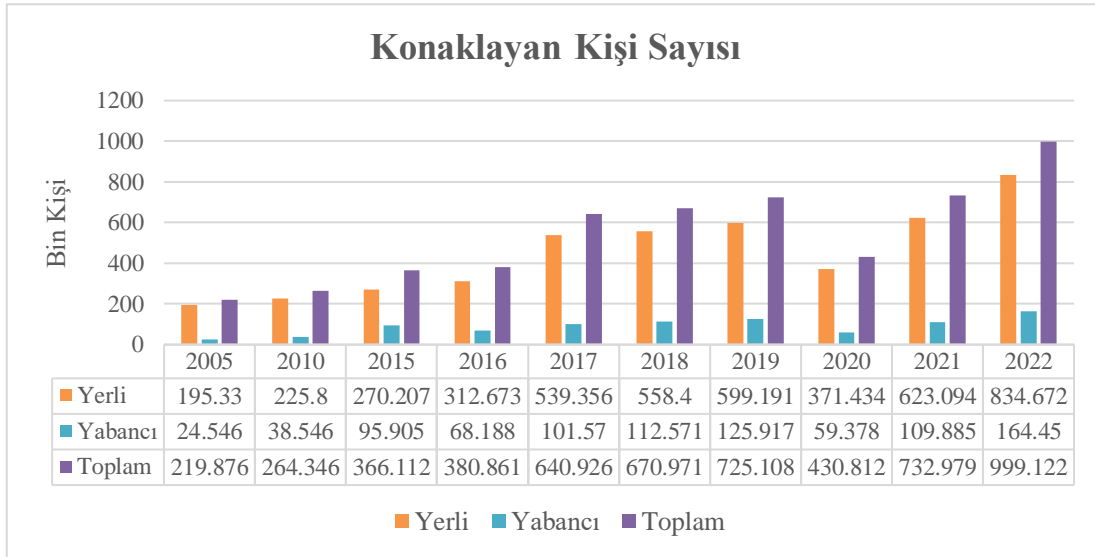
Gaziantep'in turizm potansiyelini daha yakından değerlendirmek adına Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK) verileri ele alınacaktır. TUİK verilerine göre, Gaziantep son yıllarda turizmde önemli bir ivme kazanarak turistlerin dikkatini çeken bir destinasyon haline gelmiştir. Şehir, sadece tarih ve kültür açısından değil, aynı zamanda gastronomi, inanç turizmi, kamp-karavan turizmi, av turizmi ve kongre turizmi gibi çeşitli turistik aktivitelerle zenginleşmiş ve çeşitlenmiştir. Bu sayede Gaziantep, Türkiye'nin turistik haritasında kendine sağlam bir yer edinme içerisinde. TUİK'in verileri, Gaziantep'in turistik potansiyelini destekleyen önemli göstergeler sunmaktadır. Bu kapsamda, Gaziantep'e gelen yerli yabancı ziyaretçi durumu, bu ziyaretçilerin geceleme oranı, bölgeye gelenlerin ulaşım tercihleri vb. durumlar ele alınacaktır.

Gaziantep'teki turizm işletme belgeli konaklama tesislerine gelen ziyaretçi durumu, 2005-2022 yılları arasında Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK) verileriyle değerlendirilmiştir. Şekil 3.2'de görüldüğü üzere 2020 yılı ve önceki dönemlerde yerli ve yabancı ziyaretçi oranlarındaki genel artışa rağmen, 2020'de küresel COVID-19 salgını nedeniyle konaklama tesislerine gelen ziyaretçi durumunda önemli bir

düşüş yaşanmıştır. Ancak, 2022 yılında salgının etkisinin azalmasıyla birlikte turizm faaliyetleri tekrar canlanmıştır.

2005 yılında Gaziantep'teki turizm işletme belgeli konaklama tesislerine gelen yerli ziyaretçi sayısı 195.330 kişi, yabancı ziyaretçi sayısı ise 24.546 kişi olarak kaydedilmiştir. Bu dönemde yerli ziyaretçilerin oranı %89, yabancı ziyaretçilerin oranı ise %11 olmuştur. 2010 yılında ise yerli ziyaretçi sayısı 225.800'e yükselirken, yabancı ziyaretçi sayısı 38.546'ya çıkmıştır. Bu dönemde yerli ziyaretçilerin oranı %85, yabancı ziyaretçilerin oranı ise %15 olarak gerçekleşmiştir.

2015 yılında Gaziantep'teki konaklama tesislerinde toplam ziyaretçi sayısında artış yaşanmıştır. Yerli ziyaretçi sayısı %74 artarak 270 bin kişiye ulaşmış, yabancı ziyaretçilerde %26 artışla 96 bin kişi olmuştur. Bu dönemde yerli ziyaretçilerin oranında %20'lik bir artış, yabancı ziyaretçilerde ise %149'luk bir artış gözlemlenmiştir. 2019 yılında Gaziantep'e gelen yerli ziyaretçi sayısı 599.191 kişi iken, 2020'de 371.434'e düşmüştür. Yabancı ziyaretçi sayısı ise 2019'da 125.917 iken, 2020'de 59.378'e gerilemiştir. Bu durum, 2020 yılında yerli ziyaretçi sayısında %38'lik, yabancı ziyaretçi sayısında ise %53'lük bir düşüş olduğunu göstermektedir.



**Şekil 3.2. Gaziantep Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Konaklayan Sayısı**

**Kaynak:** TÜİK, 2023

2022 yılında ise turizmde bir canlanma yaşanmıştır. Gaziantep'e gelen yerli ziyaretçi sayısı 834.672'ye ulaşırken, yabancı ziyaretçi sayısı 164.450 olarak

kaydedilmiştir. Bu dönemde yerli ziyaretçi oranı, 2020'ye kıyasla %125 artarken, yabancı ziyaretçilerde %177'lik bir artış gözlemlenmiştir. 2022 yılında Gaziantep'teki turizm işletme belgeli konaklama tesislerine gelen ziyaretçilerin genel oranlarına bakıldığında, yerli ziyaretçilerin oranının %84, yabancı ziyaretçilerin ise toplam ziyaretçiler içinde %16 civarında olduğu görülmektedir.

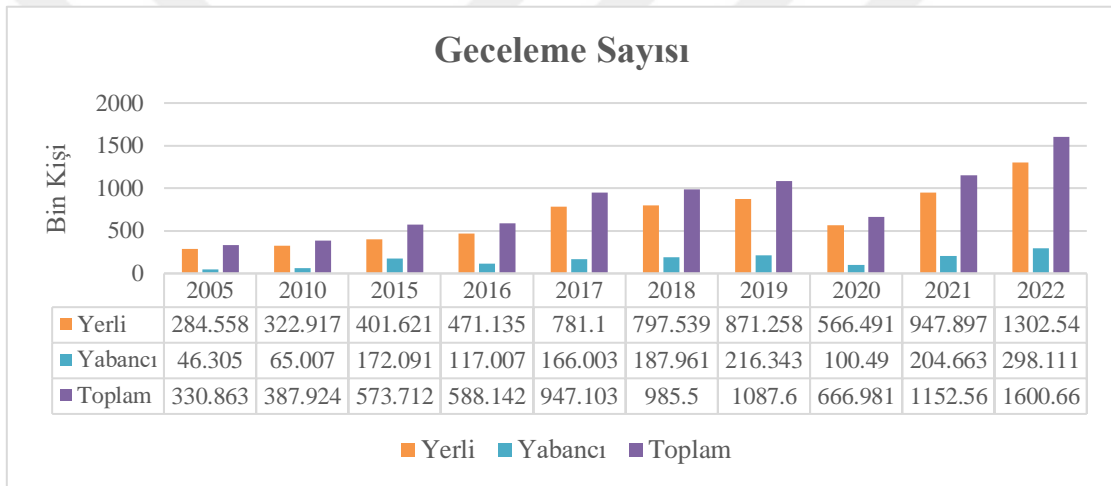
Gaziantep'teki turizm işletme belgeli konaklama tesislerinde konaklayan ziyaretçilerin geceleme durumu, Şekil 3.3'te sunulan istatistiklere göre değerlendirilmiştir. Şekildeki verilere göre, 2020 yılına kadar genel olarak yerli ziyaretçi oranında düzenli bir artış gözlemlenirken, yabancı ziyaretçilerde genel bir artış eğilimi 2016 ve 2020 yılları dışında sürmüştür.

2005 yılında turizm işletme belgeli konaklama tesislerinde geceleleyen yerli ziyaretçi oranı 284.558 iken, bu dönemde yabancı ziyaretçiler 46.305 geceleme oranına sahiptir. İstatistiksel olarak değerlendirildiğinde, bu yıl yerli ziyaretçi oranının %86, yabancı ziyaretçi oranının ise %14 olduğu görülmüştür. 2010 yılında yerli ziyaretçi oranı %13 artarak 322.917'ye yükselirken, yabancı ziyaretçilerde ise 2005 yılına kıyasla %40 artışla 65.007 geceleme oranına ulaşılmıştır. 2010 yılındaki bu durum, toplam geceleme oranının %83'ünün yerli ziyaretçilerden, %17'sinin ise yabancı ziyaretçilerden oluştuğunu göstermektedir. 2015 yılında yerli ziyaretçilerin geceleme oranı %24 artarak 401.621'e ulaşmış, yabancı ziyaretçilerde ise %165 artışla 172.091 geceleme gerçekleşmiştir. Bu verilere göre, 2015 yılında toplam geceleme oranının %70'i yerli ziyaretçilerden, %30'u ise yabancı ziyaretçilerden oluşmuştur.

2016 yılında ülke genelinde krize neden olan 15 Temmuz Darbe Girişimi, yabancı ziyaretçilerin geceleme oranında %32'lik bir düşüşe neden olurken, yerli ziyaretçiler bu durumdan daha az etkilenmiş ve geceleme oranında bir önceki yıla göre %17'lik bir artışla 471 bin civarında gerçekleşmiştir. Öte yandan, 2020 yılında dünya genelinde etkili olan COVID-19 salgını, turizm işletme belgeli konaklama tesislerinde hem yerli ziyaretçilerin hem de yabancı ziyaretçilerin geceleme oranlarında önemli düşüslere neden olmuştur. 2019 yılında yerli ve yabancı ziyaretçilerin toplamda 1.087.600 geceleme gerçekleştirdiği turizm işletme belgeli konaklama tesislerinde, bu oran 2020 yılı içerisinde 666.981 geceleme şeklinde

gerçekleşmiştir. Bu kapsamda 2020 yılında geceleme oranında yaklaşık %39 oranında bir düşüş yaşanmıştır.

Ancak, 2022 yılına gelindiğinde yerli ziyaretçilerin geceleme oranı 1.302.540 gecelemeye ulaşırken, yabancı ziyaretçilerin geceleme oranı 298.111 şeklinde gerçekleşmiştir. 2020 yılına göre kıyaslandığında, 2022 yılında yerli ziyaretçi geceleme oranında %130'luk bir artış meydana gelirken, yabancı ziyaretçilerde bu durum %197'lik bir artış şeklinde gerçekleşmiştir. Bu durum hem yerli hem de yabancı ziyaretçilerin pandemi sonrası dönemde Gaziantep'i turistik bir destinasyon olarak görmeye devam ettiklerini göstermektedir.

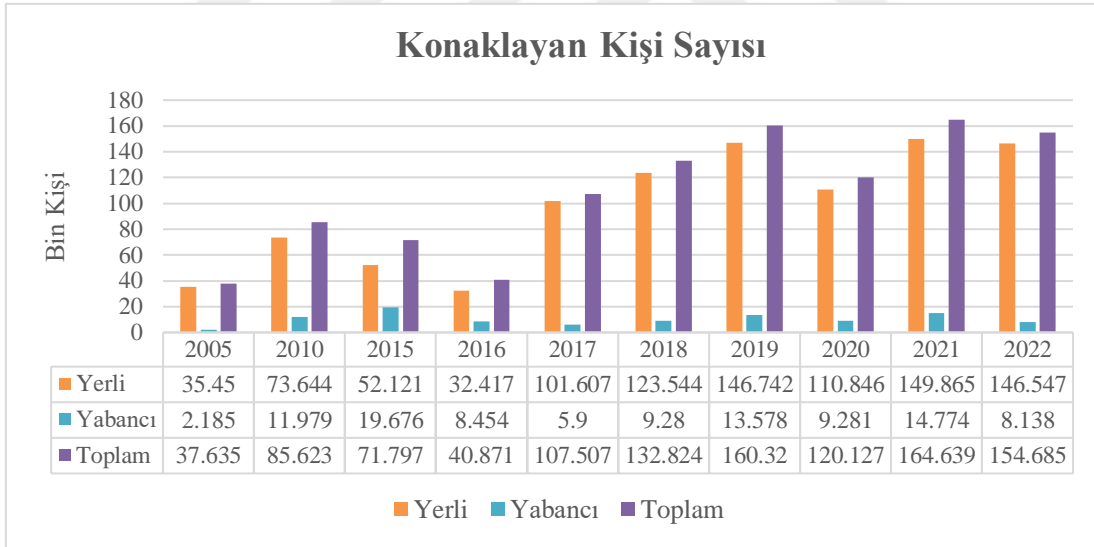


**Şekil 3.3. Gaziantep Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Geceleme Sayısı**

**Kaynak:** TUİK, 2023

Gaziantep'teki belediye işletme belgeli konaklama tesislerine yönelik istatistiksel değerlendirme, Şekil 3.4. üzerinden gerçekleştirilmiştir. İlgili şekilde görüldüğü üzere, belediye işletme belgeli konaklama tesislerini tercih eden yerli ve yabancı ziyaretçi oranları yıllar içinde genel olarak dalgalı bir seyir izlemektedir. Ancak, ilgili yıllar içerisinde yerli ziyaretçilerin oranı genel olarak yabancı ziyaretçilerden daha yüksektir. 2016 yılı, yerli ziyaretçilerin belediye işletme belgeli konaklama tesislerini en düşük oranda tercih ettiği yıl olup, bu tesislerde konaklayan kişi sayısı 32.416 olmuştur. Bu duruma karşılık, yabancı ziyaretçilerin en düşük konaklama talebini gösterdiği yıl ise 2005 olup, bu yıl içinde 2.185 kişi belediye işletme belgeli tesislerde konaklamıştır.

Aynı şekilde, Şekil 3.4'e göre yerli ziyaretçilerin belediye işletme belgeli konaklama tesislerini en yüksek oranda tercih ettiği yıl 2021'dir ve bu yılda 149.865 kişi bu tesislerde konaklama yapmıştır. Bu duruma karşılık, yabancı ziyaretçilerin en yüksek konaklama talebini gösterdiği yıl ise 2015 olup, bu yıl içinde 19.676 kişi belediye işletme belgeli tesislerde konaklamıştır. Başka bir ifadeyle, belediye işletme belgeli tesisleri tercih eden yerli ziyaretçilerin en düşük talep gösterdiği 2016 ile en yüksek talep gösterdiği 2021 arasında %360'lık bir artış yaşanmıştır. Yabancı ziyaretçilerde ise bu durum, belediye işletme belgeli tesislerde konaklamanın en düşük oranda tercih edildiği 2005 yılı ile en yüksek oranda konaklayan kişinin olduğu 2015 yılı arasında %800 oranında bir artış gerçekleşmiştir. Genel olarak, belediye işletme belgeli konaklama tesislerini tercih eden ziyaretçilerin en düşük olduğu dönem 2005 yılı olurken, en yüksek oranda tercih edildiği yıl 2021'dir ve bu yıl içerisinde belediye işletme belgeli konaklama tesislerinde 164.639 kişi konaklama gerçekleştirmiştir.



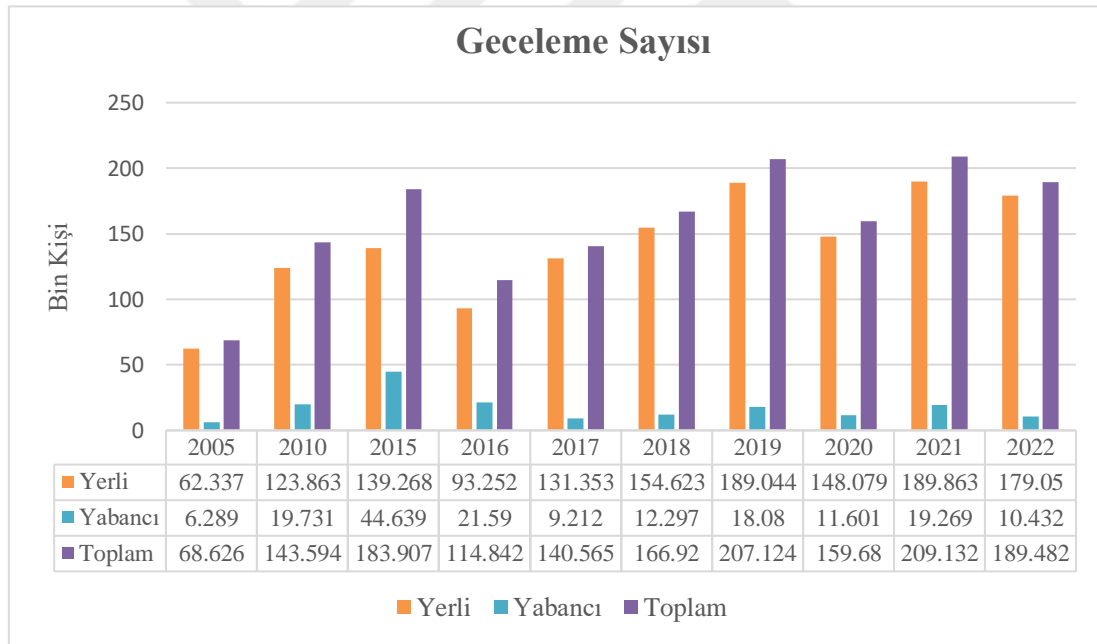
**Şekil 4.4. Gaziantep Belediye İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Konaklayan Sayısı**

**Kaynak:** TÜİK, 2023

Gaziantep'teki belediye işletme belgeli konaklama tesislerine yönelik yapılan istatistiksel analiz, yerli ve yabancı ziyaretçilerin geceleme oranlarının yıllara göre değişkenlik gösterdiğini ortaya koymaktadır. Şekil 3.5'e göre, yerli ziyaretçilerin belediye işletme belgeli konaklama tesislerinde en yüksek düzeyde geceleme oranını

2021 yılında 189.863 geceleme ile gerçekleşirken, bu tesislerde en düşük düzeyde yerli geceleme oranı 2005 yılında 62.337 geceleme ile gerçekleşmiştir. Yabancı ziyaretçiler açısından değerlendirildiğinde ise en yüksek oranda gecelemenin 2010 yılında 19.731 geceleme ile, en düşük düzeyde yabancı ziyaretçi geceleme oranının ise 2005 yılında 6.289 geceleme ile gerçekleşmiş olduğu ilgili şekil üzerinden gözlemlenmektedir.

Ayrıca, bu tesislerdeki yerli ve yabancı ziyaretçi geceleme toplamlarının en yüksek olduğu dönem, 2021 yılında 209.132 geceleme ile gerçekleşirken; en düşük geceleme oranı ise 2005 yılında 68.626 geceleme ile gözlemlenmiştir. Bu yıllar arasında (2005-2021) Gaziantep'te bulunan belediye işletme belgeli konaklama tesislerindeki geceleme sayısında yaklaşık %200 oranında bir artış meydana gelmiştir.



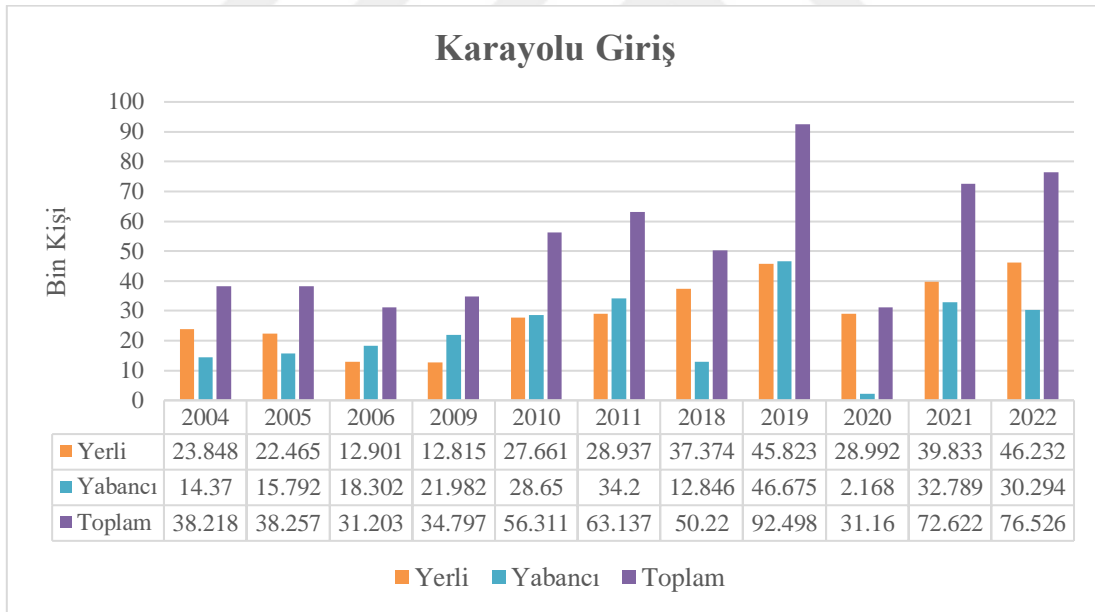
**Şekil 3.5. Gaziantep Belediye İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Geceleme Sayısı**

**Kaynak:** TÜİK, 2023

Sahip olduğu coğrafi konum ve yol bağlantı güzergahları, Gaziantep'i ulaşım açısından oldukça gelişmiş kılmıştır. Bu bağlamda, bölgeye ulaşım için tercih edilen taşıtlı araçlarla seyahat eden kişi sayısı, Şekil 3.6'da gösterilmiştir. 2006 yılından itibaren karayoluyla bölgeye ulaşan kişi sayısı genel olarak artan bir trend

gösterirken, 2022 yılında karayoluyla seyahat eden kişi sayısı en yüksek düzeye ulaşarak 76.526 kişiye ulaşmıştır. Bu dönemde, karayoluyla gelen ziyaretçilerin %60'ını yerli, %40'ını ise yabancı ziyaretçiler oluşturmuştur.

Diğer yandan, bölgeye karayoluyla gelen ziyaretçilerin oransal olarak en düşük düzeyde olduğu 2005 yılında, yerli ziyaretçilerin oranı %62 iken, yabancı ziyaretçilerin oranı %38 olarak gerçekleşmiştir. Ancak, 2006 ve 2011 yılları arasında bölgeye karayoluyla gelen ziyaretçilerin oranında, yabancı ziyaretçiler yerli ziyaretçilerden daha yüksek olmuştur. Ancak, pandemi döneminin başlangıç yılı olan 2020'de karayoluyla bölgeye gelmeyi tercih eden yabancı ziyaretçi sayısında önemli bir düşüş yaşanmıştır. Başka bir ifadeyle, 2019 yılına kıyasla 2020 yılında karayoluyla bölgeye gelen yabancı ziyaretçi oranında %95 civarında bir düşüş gözlenmiştir. Aynı dönemde bu durum yerli ziyaretçilerde %37 oranında bir azalış şeklinde yaşanmıştır.



**Şekil 3.6. Gaziantep Bölgesine Ulaşım Yolunun Türüne Göre Giriş Yapan Yerli ve Yabancı Ziyaretçilerin Durumu**

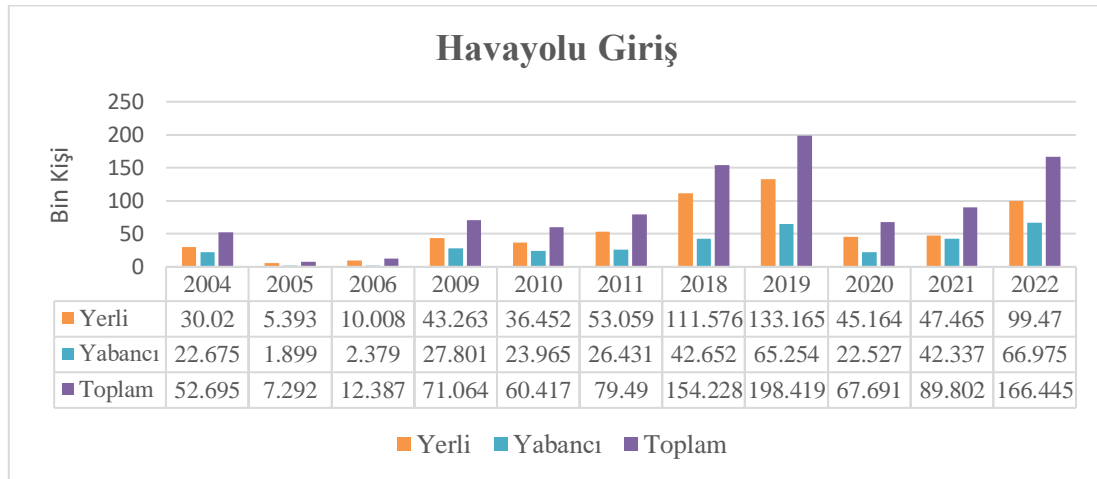
**Kaynak:** TÜİK, 2023

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte 1950'li yıllardan sonra havayolu ulaşımı, insan yaşamında daha aktif bir rol oynamış ve özellikle zaman kazanımı açısından büyük kolaylıklar sağlamıştır. Bu durum, insanların daha uzak mesafelere daha kısa sürede ulaşmalarını ve gidecekleri bölgeye ulaşmak için harcadıkları zamanı

gittikleri yerde değerlendirmelerini mümkün kılmıştır. Özellikle turizm faaliyetlerine katılan bireyler için büyük bir avantaj oluşturmuştur.

Bu bağlamda, 1976 yılında faaliyete geçen ve o zamandan bu yana hizmet sunan Gaziantep Havalimanı, Şekil 3.7'de görüldüğü üzere, 2004 yılında 30.020 yerli ve 22.675 yabancı olmak üzere toplam 52.695 kişinin kent merkezine ulaşımını sağlamıştır. Ancak, 2005 (7.292) ve 2006 (12.387) yıllarında düşük tercih edilen havayolu taşımacılığı, 2009 (71.064) yılından itibaren tekrar yüksek oranda tercih edilmeye başlanmıştır.

2019 yılında, Gaziantep'e havayolu taşımacılığıyla ulaşan kişi sayısı 133.165 yerli ve 65.254 yabancı olmak üzere toplam 198.419 şeklinde gerçekleşmiştir. Ancak, pandeminin ortaya çıktığı 2020 yılında, bu rakam yaklaşık %66 oranında bir düşüşle 67.691 kişiye gerilemiştir. Pandemi sonrasında, normalleşme süreciyle birlikte havayolu taşımacılığına olan ilgi yeniden artmış ve 2022 yılında Gaziantep'e havayolu taşımacılığıyla ulaşan kişi sayısı 99.470 yerli ve 66.975 yabancı olmak üzere toplam 166.445 kişiye ulaşmıştır. Bu süreçte, 2004 yılından 2022 yılına kadar Gaziantep'e havayolu taşımacılığıyla gelen yolcu sayısında yaklaşık %216 oranında bir artış yaşanmıştır.

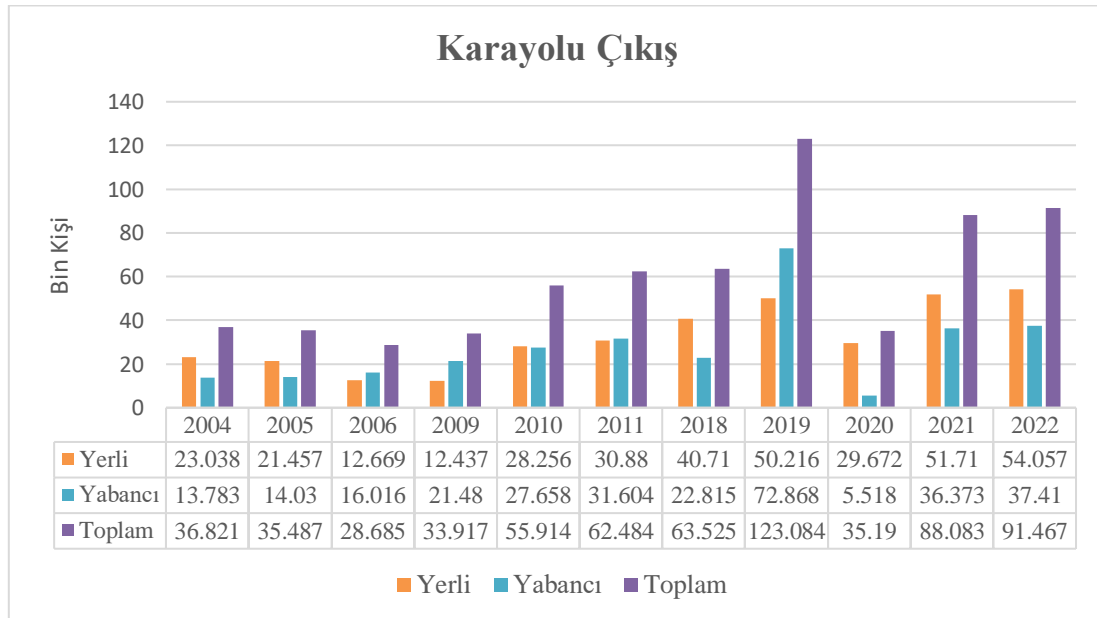


**Şekil 3.7. Gaziantep Bölgesine Ulaşım Yolunun Türüne Göre Giriş Yapan Yerli ve Yabancı Ziyaretçilerin Durumu**

**Kaynak:** TÜİK, 2023

Gaziantep bölgesine gelen veya burada bulunan insanların bölgeden ayrılırken tercih ettiği ulaşım araçlarının başında karayolu taşıtları gelmektedir.

Özellikle Gaziantep'in gelişmiş bir şehirlerarası ulaşım ağına sahip olması, bölgeden ayrılan ziyaretçilerin çoğunlukla karayolu taşımacılığını tercih etmelerinde etkili bir rol oynamaktadır. Şekil 3.8'de yer alan verilere göre, 2004 ve 2022 yılları arasında karayolu ile bölgeden ayrılan ziyaretçilerin durumu incelendiğinde, yerli turistlerin kara yolunu tercih ederek bölgeden ayrıldığı en düşük oranın 2009 yılında 12.437 kişiyle gerçekleştiği görülmektedir. Yerli ziyaretçiler tarafından kara yolu taşımacılığının en yüksek oranda tercih edildiği yıl ise 2022'de 54.057 kişiyle tespit edilmiştir. Yabancı ziyaretçiler açısından değerlendirildiğinde, bölgeden ayrılma konusunda kara yolunun en düşük oranının 2020 yılında 5.518 kişiyle gerçekleştiği, en yüksek düzeyde tercih edildiği yılın ise 2019 olduğu, bu yılda 72.868 kişiyle bölgeden ayrıldığı görülmektedir. Pandeminin etkisiyle 2020 yılında Gaziantep'ten karayolu vasıtasıyla ayrılan yabancı ziyaretçilerin sayısında %92,43 oranında bir düşüş yaşandığı belirlenmiştir. Şekilde görüleceği üzere, Gaziantep'ten karayolu ile ayrılan toplam ziyaretçilerin en düşük olduğu yıl 2006 (28.685 kişi) iken, kara yoluyla bölgeden ayrılmanın en yüksek oranda olduğu yıl ise 2022'de 91.467 kişiyle kaydedilmiştir. Bu durum, 2006 yılından 2022 yılına karayoluyla bölgeden ayrılan ziyaretçi sayısında yaklaşık %220 oranında bir artış olduğunu göstermektedir.

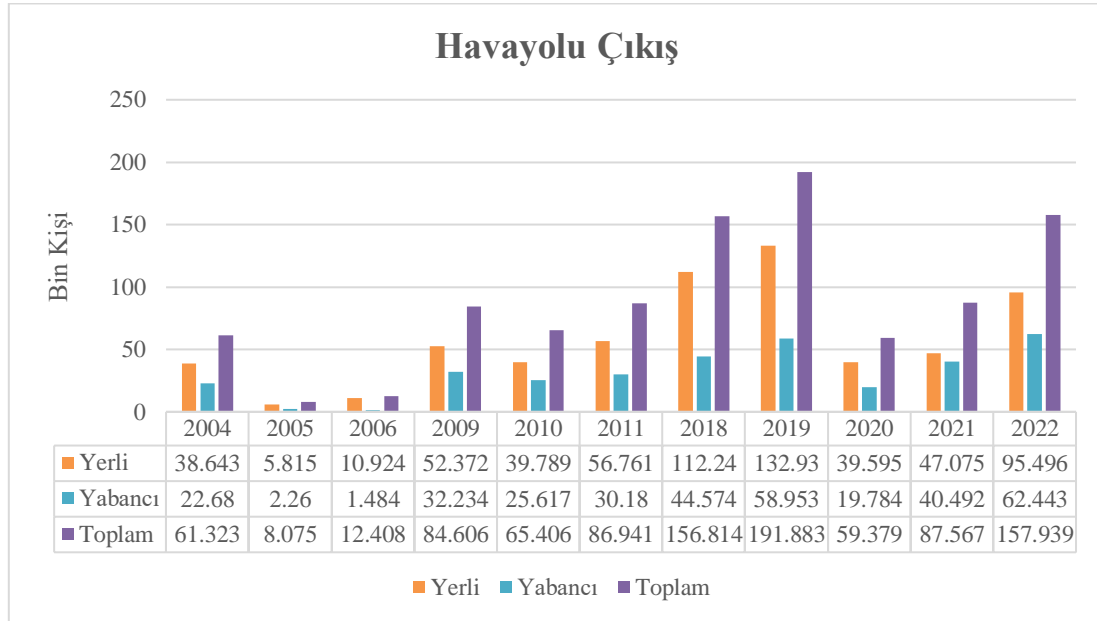


**Şekil 3.8. Gaziantep Bölgesine Ulaşım Yolunun Türüne Göre Çıkış Yapan Yerli ve Yabancı Ziyaretçilerin Durumu**

**Kaynak:** TUİK, 2023

Gaziantep bölgesinden havayoluyla ayrılan ziyaretçilerin yer aldığı Şekil 3.9'a bakıldığında, bölgeden havayolu taşımacılığı ile ayrılan ziyaretçi oranının yıllara göre dalgalı bir seyir izlediği gözlemlenmektedir. Ayrıca, verilen yıllar içerisinde iki kez sert düşüşler yaşandığı görülmektedir. Bu düşüşlerden birincisi 2005 yılında %87 oranında gerçekleşirken, bu durum yabancı ziyaretçilerde bir önceki yıla göre %90 oranında azalma, yerli ziyaretçilerde ise %85 oranında bir düşüşün olduğunu göstermektedir. 2005 yılında Gaziantep'ten havayolu taşımacılığıyla ayrılan insanların sayısında yaşanan düşüşün sebepleri arasında, o zamanki havaalanında yapılan inşaat faaliyetleri ve havayolu taşımacılığının artan maliyeti gösterilmektedir.

Benzer bir durumun yaşandığı 2020 yılında ise, 2019 yılına göre havayoluyla bölgeden ayrılan ziyaretçi sayısında, 132.504 kişilik bir azalmanın söz konusu olduğu diğer bir ifadeyle %69 oranında bir düşüş yaşandığı ilgili şekil üzerinden anlaşılmaktadır. Bu oran içerisinde yerli ziyaretçi sayısı 93.335 kişilik bir azalma şeklinde yer alırken bir diğer ifadeyle %70 oranında bir düşüş şeklinde gerçekleşirken, yabancı ziyaretçilerde bu durum 39.169 kişilik bir azalma sonucu %66 oranında bir düşüşle 19.784 kişi olarak gerçekleşmiştir.



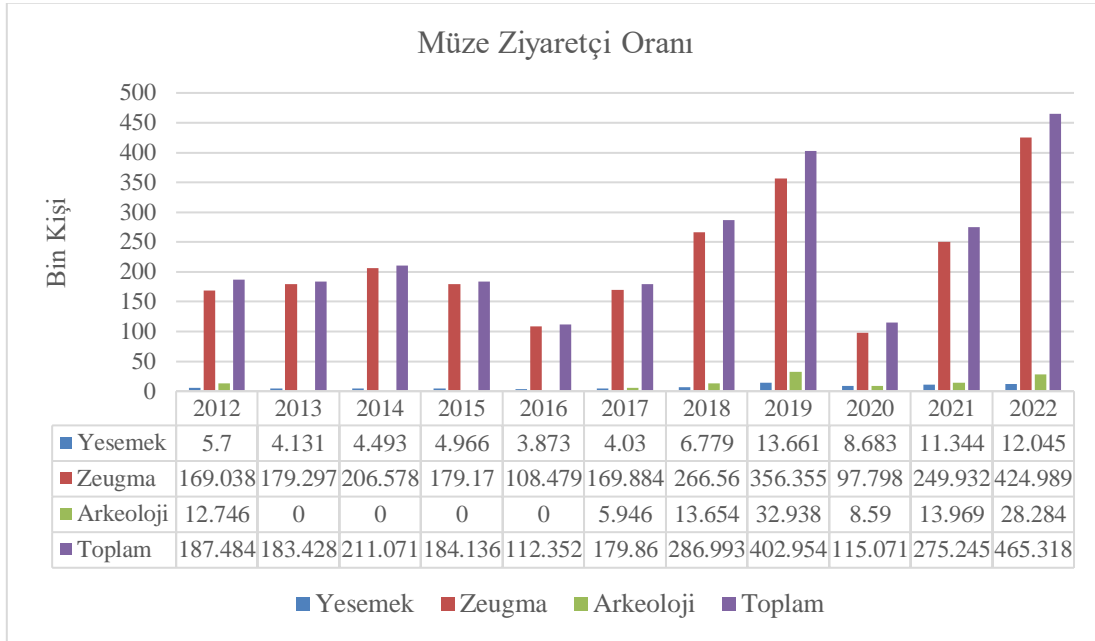
**Şekil 3.9. Gaziantep Bölgesine Ulaşım Yolunun Türüne Göre Çıkış Yapan Yerli ve Yabancı Ziyaretçilerin Durumu**

**Kaynak:** TÜİK, 2023

Gaziantep, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı müzeleriyle zengin bir kültürel miras turizm destinasyonudur. Şehirdeki müzeler, mozaiklerden yerel kültüre, geleneksel el sanatlarından otantik mutfağa kadar çeşitli kültürel unsurları içinde barındırmaktadır. Müzeler Şehri olarak bilinen Gaziantep, 20'nin üzerindeki müzeleri aracılığıyla geçmişin izlerini taşıyan değerleri ziyaretçilerle buluşturmaktadır. Özellikle dünyanın en büyük mozaik müzesi olan Zeugma Müzesi, mozaiklerden tarihi eserlere kadar geniş bir yelpazede zengin bir koleksiyona ev sahipliği yapmaktadır. Arkeoloji Müzesi, 2013-2016 yılları arasında tadilatla olmasına rağmen, 2019'dan itibaren ziyaretçi portföyünü artırmayı başarmıştır. Ayrıca, 2020 yılında hizmete açılan 25 Aralık Panorama Müzesi, kurtuluş mücadelesini canlandıran ve Antep savunmasının gelecek nesillere aktarılmasına odaklanan kentin talep gören bir diğer müzesidir. Diğer müzeler arasında Hamam Müzesi, Mutfak Müzesi, Oyuncak Müzesi gibi  ne çıkanlar, geleneksel el sanatlarından otantik mutfağa kadar çeşitli deneyimler sunmaktadır.

Ziyaretçi sayıları, Şehrin zenginliğini keşfetmeye gelenlerin sayısını ölçmede kritik bir gösterge olarak değerlendirilmekte, aynı zamanda Gaziantep'in kültür ve turizm alanındaki etkileşimini belirlemede önemli bir araç olarak görülmektedir. Gaziantep İl Kültür Turizm Müdürlüğü'nden alınan verilere göre, bölgedeki Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı müzeler içerisinde en fazla ziyaret edilen müze Zeugma Mozaik Müzesi'dir. Şekil 3.10, 2012-2022 yılları arasında Gaziantep'te bulunan Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı müzelerin ziyaretçi sayılarını göstermektedir.

İlgili Şekilde görüleceği üzere, Zeugma Mozaik Müzesi genel olarak diğer müzelerden çok daha fazla ziyaretçi çekmektedir. Arkeoloji Müzesi 2017 yılında tadilattan sonra ikinci sraya yükselmiştir. Diğer yandan, Yesemek Heykel Atölyesi, Şehir merkezine uzak bir konumda olması ve devam eden kazı çalışmaları nedeniyle düşük bir ziyaretçi sayısına sahiptir. 2022 yılı itibariyle Zeugma Mozaik Müzesi'ni 424.989 kişi, Arkeoloji Müzesi'ni 28.284 kişi ve Yesemek Heykel Atölyesi'ni ise 12.045 kişi ziyaret etmiştir.



**Şekil 3.10. Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müze Ziyaretçi Sayısı**

**Kaynak.** Gaziantep İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2023

### 3.3.1. Gaziantep Kültürel Miras Turizmi

Kentlerdeki kültürel miras değerleri, turizmin en büyük çekiciliklerinden birisidir (Imon, 2017). Bu değerler, sadece kentlerin kimliklerini, tarihlerini ve kültürlerini yansıtmakla kalmayıp aynı zamanda turistlerin ilgisini de çekmektedir. Bu kapsamda Gaziantep, 2021 yılı itibariyle taşınmaz kültür varlıkları bakımından zengin bir mirasa ev sahipliği yapmakta olduğu Tablo 3.4'te detaylıca görülmektedir. Şehirde bulunan 3 anıt ve abide, 91 kültürel varlık, 22 endüstriyel ve ticari varlık, 797 sivil mimari, 8 kalıntı kültür varlığı toplamda 921 değeri kucaklamaktadır. Ayrıca, Gaziantep özelindeki 316 arkeolojik sit alanı, 2 kentsel sit alanı, 1 tarihi sit alanı ve 1 kentsel arkeolojik sit alanıyla birlikte 320 sit alanı, şehrin tarihî, kültürel ve arkeolojik zenginliklerini korumak adına belirlenmiş önemli bölgeleri içermektedir.

Özellikle ilçelerde birçok höyük ve antik yerleşim yeri bulunmaktadır. Bu bölgelerde yapılan kazı çalışmaları, geçmişin farklı dönemlerine ait eserlerin gün yüzüne çıkarılmasına katkı sağlamaktadır. Gaziantep, kültürel zenginlikleriyle öne çıkarken, bu taşınmaz kültür varlıkları şehrin tarihî kimliğini ve mirasını gelecek nesillere aktarmak adına büyük bir öneme sahiptir.

Ayrıca, Gaziantep'te bulunan sit alanları ve taşınmaz kültür varlıkları, bölgenin tarihî derinliğini ve çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapmış olduğunu göstermektedir. Bu zengin kültürel miras, sadece şehir sakinleri için değil, aynı zamanda turistler için de çekici bir destinasyon haline gelmektedir. Gaziantep, bu tarihî ve kültürel zenginlikleriyle UNESCO tarafından koruma altına alınan ve uluslararası düzeyde tanınan bir şehir olma yolunda ilerlemektedir. Şehir, geçmişin izlerini günümüze taşıyan bu kültürel varlıklarıyla hem yerel halka aidiyet duygusu sağlamakta hem de kültürel miras turizmine önemli bir katkı sunmaktadır.

**Tablo 3.4: Gaziantep Özelinde Taşınmaz Kültür Varlıkları ve Sit Alanları**

Taşınmaz Kültür Varlıkları					
Anıt ve Abideler	Kültürel	Endüstriyel ve Ticari	Sivil Mimari	Kalıntılar	Toplam
3	91	22	797	8	921
Gaziantep Sit Alanı					
Arkeolojik	Kentsel	Tarihi	Kentsel Arkeolojik	Karma	Toplam
316	2	1	1	-	320

**Kaynak:** TÜİK, 2022

➤ *Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müzelerdeki Eserlerin Yılsonu Mevcut Durumu;*

Gaziantep'in kültürel mirasının zenginliği Tablo 3.5. detaylı bir şekilde görülmektedir. Gaziantep'te 2021 yılı itibariyle envanteri yapılmamış toplam 13.344 eser bulunmakta olup bu eserler arasında 6.909 adet arkeolojik materyal ve 6.435 adet sikke tarzı eser yer almaktadır. Envanteleri yapılmış eserler ise 55.949 adet arkeolojik materyal, 2.407 adet etnoğrafik materyal ve 43.031 adet sikke tarzı eser olmak üzere 101 387 adettir. Bu zengin eser koleksiyonu, Gaziantep'in tarih boyunca farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış olmasının bir yansımasıdır. Ayrıca, bölgedeki antik kentlerde devam eden kazı çalışmaları, geçmişin çeşitli dönemlerine ait eserlerin gün yüzüne çıkarılmasını sağlayarak, bu zenginliği daha da artırmaktadır.

Bununla birlikte Gaziantep'in zengin kültürel mirası, şehirdeki müzeler, tarihi mekanlar ve antik kentler aracılığıyla ziyaretçilere büyük bir tarihî keşif fırsatı sunmaktadır. Zeugma Mozaik Müzesi, Gaziantep Arkeoloji Müzesi ve mutfak müzesi gibi mekanlar, bölgenin tarihini ve kültürünü anlamak için önemli birer kaynaktır. Ayrıca, Zeugma Antik Kenti'nden çıkarılan eşsiz eserler, tarih severlere Roma İmparatorluğu döneminden kalma değerli mozaikleri ve antik yaşamın izlerini keşfetme imkânı sunmaktadır. Bu kapsamda Gaziantep, kültürel mirasıyla sadece yerel halkına değil, aynı zamanda ulusal ve uluslararası ziyaretçilere tarihî deneyim yaşama fırsatı sunmaktadır.

**Tablo 3.5: Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müzelerdeki Eserlerin Yılsonu Mevcut Sayıları**

Gaziantep de Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı müzelerdeki eserlerin Mevcut Durumu				
Gaziantep	Arkeolojik Materyal	Etnografik Materyal	Sikke	Toplam
Envanteri Yapılmamış	6 909	-	6 435	13 344
Envanteri Yapılmış	55 949	2 407	43 031	101 387
Toplam	62 858	2 407	49 466	114 731

**Kaynak:** TÜİK, 2022

- *Müze, Eser ve Ziyaretçi Sayıları;*

Tablo 3.6'ya göre, Gaziantep'te Bakanlığa bağlı 4 adet ören yerinin yanı sıra 3 adet müze bulunmaktadır. 2021 yılı itibariyle bu müzeler ve ören yerleri toplamda 291.723 kişi tarafından ziyaret edilmiştir. Bakanlığa bağlı 3 adet müzede toplam 114.731 adet eser sergilenmekte ve bu eserler ziyaretçilere tarih ve kültür mozağini sunmaktadır.

Gaziantep'teki 12 özel müzede sergilenen 1.869 eseri, 2021 yılında toplamda 550.393 ziyaretçi tarafından ziyaret edilmiştir. Bu müzeler, şehrin zengin tarihi ve kültürel dokusunu koruyarak, ziyaretçilere keşif dolu bir atmosfer sunmaktadır. Hem yerli hem de uluslararası turistler için büyük bir ilgi merkezi olan Gaziantep'in

müzeleri, bölgenin tarihi ve kültürel mirasının keşfedilmesine olanak tanıyan önemli birer destinasyon olarak değerlendirilmektedir.

**Tablo 3.6: Gaziantep’te Bulunan Müzelerin Genel Durumu**

Gaziantep								
Yıl	Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müzeler				Özel Müzeler			
	Müze Sayısı	Ören Yeri Sayısı	Müze Eser Sayısı	Müze ve Ören Yeri Ziyaretçi Sayısı	Müze Sayısı	Eser Sayısı	Ziyaretçi Sayısı	Personel Sayısı
2014	3	2	113.230	210.035	8	5.233	480.003	65
2015	3	2	113.230	182.097	9	5.873	256.089	51
2016	3	2	113.102	116.122	9	5.848	256.408	53
2017	3	3	114.417	177.618	11	6.708	432.705	73
2018	3	4	114.521	282.027	11	3.868	696.661	67
2019	3	4	114.521	401.494	11	1.746	877.696	70
2020	3	4	114.182	108.269	11	1.078	197.431	102
2021	3	4	114.731	291.723	12	1.869	550.393	103
2022	3	4	114.983	497.454	13	1.844	999.319	100

**Kaynak:** TUIK, 2023

Öte yandan turizm sektörü içinde özellikle kültürel miras turizminde, destinasyonun özgünlüğü arttıkça değer algısı da artmaktadır (Kolar ve Zabkar, 2010). Gaziantep, Türkiye’nin güneydoğusunda konumlanan ve 2015 yılında UNESCO tarafından gastronomi kenti ilan edilen bir destinasyon merkezidir. Tarihi, kültürel ve eşsiz gastronomik zenginlikleriyle Gaziantep, kültürel miras turizminde önemli bir potansiyele sahiptir. Bu bağlamda, bölüme Gaziantep’in kültürel miras turizmi kapsamında, öne çıkan somut ve somut olmayan kültürel miras değerleri ele alınarak devam edilecektir.

### 3.3.1.1. Somut Kültürel Miras Değerleri

Somut kültürel miras değerleri, fiziksel olarak var olan ve insanların kültürel birikimini, geçmişle sentezlenmiş şuanaki yaşam biçimini ve insanların yetenek ve becerilerini gösteren değerlerdir. Bu kategori, yapılar, binalar, anıtlar, müzeler, ören yerleri, arkeolojik alanlar, sanat eserleri, geleneksel giysiler, müzik aletleri gibi çeşitli unsurları içermektedir. Bu kapsamda Gaziantep, somut kültürel miras değerleri açısından oldukça zengin bir kenttir. Şehirdeki somut kültürel miras örnekleri arasında yapılar, binalar, anıtlar, müzeler ve daha birçok önemli unsurları içermektedir. Bu bağlamda, Gaziantep'te öne çıkan somut kültürel miras değerlerinden bazıları şunlardır;

*Yesemek Taş Ocağı ve Heykel Atölyesi*, Gaziantep'in İslâhiye ilçesine 23 km kadar güneydoğusunda, Yesemek köyünde bulunmaktadır. Bu tarihi miras alanı, ilk kez 1890 yılında Alman bilim adamı Felix Von Luschan tarafından fark edilmiş ve 1957-1961 yılları arasında B. Alkım ve ekibi tarafından gerçekleştirilen kazı çalışmalarıyla Ortadoğu'nun en büyük ve tek "Açık Hava Müzesi" haline dönüştürülmüştür. Yesemek Taş Ocağı ve Heykel Atölyesi, dünyada eşsiz bir heykel atölyesi konumundadır ve heykel yapımının geçirdiği aşamaların örneklerini sunmaktadır (Çorbacı, 2015). Ayrıca, kazı çalışmaları hala devam etmekte olduğu bu miras değeri 2012 yılından buyana UNESCO'nun geçici listesinde yer almaktadır. Gaziantep Müze Müdürlüğü ve Gaziantep Büyükşehir Belediyesine bağlı Koruma Uygulama ve Denetim Büroları (KUDEB) tarafından kayıt altına alınan 500'den fazla yontu taslağı bulunmaktadır. Açık Hava Müzesindeki taslakların büyük çoğunluğu kapı aslanları içermektedir. Bu büyüklükteki bir atölyenin ve atölyede çalışan çok sayıda heykeltıraşın varlığı, günümüzdeki teknolojik ve sanatsal gelişmelere rağmen eşsizdir. Bu durum, o dönemdeki insan topluluklarının sanata olan ilgi ve değerlerini yansıtmaktadır ([www.gaziantep.bel.tr](http://www.gaziantep.bel.tr) Erişim Tarihi, 05.07.2022).

*Kastel ve Livaslar*, Gaziantep'in eşsiz kültürel miras değerleri arasında yer almaktadır. Bu özel su yapıları, yer altı suyunu buharlaşmadan belirli bir noktaya iletmek amacıyla inşa edilmiş su kanallarıdır. Su tünellerine "livas" denirken, suyun halkın kullanımına sunulduğu yapılara ise "kastel" adı verilmektedir. UNESCO

tarafından 2018 yılında geçici listeye alınan bu su mimarisi örnekleri, o dönemki koşullarda kullanılan yapı tekniğini günümüze net bir şekilde yansıtmaktadır. İlk zamanlarda 20 adet olduğu bilinen bu eşsiz miras eserlerinden sadece 6 tanesi günümüze ulaşabilmiştir. Ancak, son zamanlarda kültürel miras turizminin canlanmasıyla birlikte, Selçuklu ve Osmanlı mimarisinin izlerini taşıyan kastel ve livaslar, Gaziantep'in özgün kimliğini yansıtarak, bölgenin turizm potansiyeline önemli katkıda bulunabilecek değerler arasındadır ([www.referansgazetesi.com.tr](http://www.referansgazetesi.com.tr) Erişim Tarihi: 03.05.2022).

*Dülük Antik Kenti*, Gaziantep ilinin kuzeyinde yer almakta ve Dülük Köyü'nde bulunan kalıntılara ev sahipliği yapmaktadır. Dülük Köyünde yer alan kalıntılar *antik kent* ve *kutsal alan* olmak üzere iki ayrı yerde bulunmaktadır. Tarihsel olarak, Dülük Antik Kenti, Hitit İmparatorluğu döneminde önemli bir kült merkezi olarak kabul edilmiş ve bölgede gök Tanrı Teşup'a ait bir tapınak bulunduğu belirtilmiştir (Çorbacı, 2015). Ayrıca, Dülük Antik Kenti, Teşup, Zeus ve Jüpiter Dolikhenos gibi inançlar için bir merkez olmasının yanı sıra, Mitras inancına da ev sahipliği yapmıştır (Kopar, 2015).

Dünya genelinde bilinen yer altına inşa edilmiş Mithras tapınaklarının en büyüğü ve iki ayrı salona sahip bilinen tek Mitras tapınağı, Dülük'ün Keber Tepesi'nin güney eteğinde yer almaktadır (Çorbacı, 2015). Ayrıca, Keber Tepesi'nin karşı sırtlarında, Dülük'ün nekropol alanında kayaya oyulmuş 100'den fazla mezar bulunmaktadır. Bu mezarlardan bazıları zengin bezemelere sahipken, diğerleri daha basit kutu şeklinde tasarlanmıştır. Mezarların içinde, dini ve mitolojik konuları işleyen kabartmalı lahitler bulunmaktadır ([www.kulturportali.gov.tr](http://www.kulturportali.gov.tr), Erişim, 05.08.2022). Öte yandan "Resimli Mağara" olarak adlandırılan bir mezar odasının duvarında, Hermes'in ölünün ruhunu Hades'e götürmek için asası ile yolu gösterdiği mitolojik bir sahnede yer almaktadır (Çorbacı, 2015).

*Karkamış Antik Kenti*: Gaziantep'in yaklaşık 60 km güneyinde Karkamış ilçesi ile Suriye sınır hattı üzerinde yer almaktadır. Antik kentin yaklaşık 55 hektarlık kısmı Türkiye sınırları içerisinde yer alırken 35 hektarlık kısmı Suriye sınırları içerisinde bulunmaktadır. M.Ö. 5.000'li yıllardan bu yana yerleşim yeri olduğu tahmin edilen kent, M.Ö. 2000'li yıllarda Anadolu'dan Mezopotamya ve Mısır'a

uzanan yol kavşağı üzerinde konumlanmıştır. İlk kez 17. yüzyılda fark edilen antik kent, 2011 yılında, Bologna Üniversitesi'nden N. Marchetti liderliğindeki bir ekip tarafından yeniden başlatılan kazı çalışmalarında, Tunç ve Demir Çağı ile Roma dönemi kent düzeninin detaylı bir şekilde incelenmesi planlanmıştır (Çorbacı, 2015). Bununla birlikte 2021 yılında Karkamış Antik Kentini 3.695 kişi ziyaret etmiştir ([www.gaziantep.ktb.gov.tr](http://www.gaziantep.ktb.gov.tr), Erişim Tarihi: 06.11.2022). Bölgenin düşük düzeyde ziyaret edilmesindeki ana nedenlerden birisi, antik kentin Suriye sınır bölgesinde konumlanmış olması nedeniyle duyulan güvenlik endişesidir.

*Belkıs/Zeugma Antik Kenti:* Belkıs/Zeugma Antik Kenti, Nizip ilçesinin 10 km doğusunda, Belkıs köyünde bulunmaktadır. M.Ö. 300'de Büyük İskender'in komutanlarından Selevkos Nikator tarafından kurulan bu antik kent, tarih boyunca önemli olaylara ev sahipliği yapmıştır. Selevkos kralının kızı Leodike ile Kommagane kralının oğlu I. Kallinikos'un evlenmesiyle bölge, çeyiz olarak Kommagane krallığına geçmiştir. Leodike'nin oğlu Antiokhos, Zeugma'dan elde ettiği gelire Nemrut Dağı'ndaki ünlü heykelleri yaptırmıştır. M.Ö. 64 yılında Roma İmparatorluğu'na geçen kentin adı, bu dönemde geçit ve köprü anlamına gelen "Zeugma" olarak değiştirilmiştir. Öte yandan Çin'den Anadolu'ya uzanan tarihi İpek Yolu'nun Zeugma Antik Kenti'nden geçmesi, batıdan Dülük, güneyden Antakya ve Halep ile doğudaki Edessa'dan gelen antik yolların yine Zeugma üzerinde birleşmesi, kenti farklı din ve kültür öğelerinin bir araya toplandığı bir merkez haline getirmiştir. Bu durum, Zeugma'nın bölgesel bir ticaret merkezi olarak önem kazanmasına neden olmuştur. İpek ve baharat gibi ürünler ile değerli taşlar gibi uzakdoğu pazarından getirilen ürünler, Zeugma gümrüğünden geçerek pazar yerinde ilgili tüccarlara teslim edilmiştir. Ayrıca, arşiv odasında ele geçen dünya rekorları kıran 100.000'den fazla mühür baskısı, Zeugma Antik Kenti'nin haberleşme ve ticaretteki stratejik önemini vurgulamakta ve aynı zamanda bölgenin bir ticaret merkezi olduğunu kanıtlamaktadır ([www.gaziantepturizm.gov.tr](http://www.gaziantepturizm.gov.tr) Erişim Tarihi, 04.03. 2022).

Zeugma Antik Kenti'nde ilk kazı çalışmaları, 1987 yılında kaçak kazı ihbarının değerlendirilmesi üzerine Gaziantep Müze Müdürlüğü tarafından başlatılmıştır. Kurtarma çalışmaları sırasında, oda biçimli aile kaya mezarının ön terasına dizilmiş, mezar sahiplerine ait heykeller bulunmuştur. Ayrıca Birecik

Barajı'nın yapımı sırasında antik kent sular altında kalma tehlikesiyle karşı karşıya kalmıştır. Bu durum, birçok üniversitenin katılımıyla gerçekleştirilen kurtarma kazılarına yol açmıştır. Bu kazılar sırasında, antik kentin içinde önemli eserlerin bulunduğu ortaya çıkmıştır. Sualtı kazıları sırasında gün yüzüne çıkarılan eserler arasında çok sayıda sikke, bronz ve pişmiş toprak heykelcikler, kandiller, çömlekler ve bronz Mars heykeli gibi çeşitli objeler bulunmaktadır. Suların yükselmesiyle gerçekleştirilen kazı çalışmaları sırasında ortaya çıkan mozaikler, freskler, mimari parçalar ve diğer buluntular, özenle çizilerek kayıt altına alınmış ve su altından kurtarılarak Gaziantep Müzesi'ne taşınmıştır. Zeugma Antik Kentini, 2020 yılının son beş ayında 1.932 kişi ziyaret ederken 2021 yılında 13.571 kişi ziyaret etmiştir.

*Gaziantep Kalesi:* Gaziantep şehir merkezinde yer alan, yaklaşık 25 metre yükseklikteki bir tepe üzerine Romalılar döneminde gözetleme kulesi olarak inşa edilmiş bir tarihi yapıdır. Daha sonra, özellikle Bizanslılar döneminde bugünkü şeklini almıştır. Tarih boyunca, Memluklar, Dulkadiroğulları ve Osmanlılar gibi farklı medeniyetler tarafından çeşitli durumlarda onarımlar yapılarak günümüze kadar ulaşılması sağlanan Gaziantep Kalesi, ülke turizmüne kazandırılan kalelerden birisidir ([www.gaziantep.bel.tr](http://www.gaziantep.bel.tr) Erişim Tarihi, 05.07.2022). Öte yandan, Gaziantep Kalesi, sadece mimari özellikleriyle değil aynı zamanda geçirdiği tarihi evrimle de dikkat çekmektedir. Romalılar tarafından gözetleme kulesi olarak inşa edilmiş olması, kaleye olan stratejik önemi vurgularken, Bizanslılar döneminde yapılan değişiklikler ise kaleye karakteristik bir özellik kazandırmıştır. Ayrıca, kalenin korumak ve kullanmak amacıyla gerçekleştirilen onarımları günümüzde ziyaretçilere açık ve ilgi çekici bir turistik mekân haline getirmiştir.

*Rumkale:* Gaziantep'in Yavuzeli ilçesine bağlı Kasaba köyü yakınında bulunan Rumkale, Gaziantep kent merkezine yaklaşık 60 km, Yavuzeli ilçesine 25 km uzaklıkta yer almaktadır. Merzimen Çayı ve Fırat Nehri'nin birleştiği yerde, dik kayalar üzerinde bulunmaktadır. Kaledeki en ilginç yapı 8 metre genişliğinde, silindirik biçiminde bir havalandırma kuyusu ile bu kuyunun kenarından helezon biçimli bir yol vasıtasıyla aşağıya, Fırat'ın su seviyesinin altına inerek su ihtiyacını karşılayan yapıdır (Çorbacı, 2015). Rumkale, bölgede önemli bir kültür ve turizm noktası olarak öne çıkmaktadır.

*Tilbaşar Kalesi:* Oğuzeli ilçesine bağlı Gündoğan köyünde yer alan ve bu alanda yüksek bir tepe üzerinde bulunan Tilbaşar Kalesi, höyüğün üzerine 11.-12. yüzyılda inşa edilmiştir. 1995 yılında Gaziantep Müzesi ve Fransız Anadolu Araştırma Enstitüsü tarafından birlikte gerçekleştirilen kazı çalışmaları sonucunda, höyüğün çevresinde Eski Tunç Çağı, Bizans ve Eyyübi dönemlerine ait yerleşim yerleri gün yüzüne çıkarılmıştır. Aynı zamanda kazılar sırasında, kale çevresinde şiddetli bir haçlı savaşının izlerine de rastlanmıştır. Bu bilimsel kazılar, Tilbaşar Kalesi çevresinin tarihi zenginliklerle dolu olduğunu göstermektedir. Ayrıca, bölgede yaşanan haçlı savaşı gibi olaylar, kale ve çevresinin stratejik bir öneme sahip olduğunu vurgulamaktadır. Sadece bilimsel kazı çalışmaları sırasında gidilen bu alan keşfedilmeyi bekleyen unutulmaya yüz tutmuş bir kültürel miras konumundadır ([www.gaziantep.bel.tr](http://www.gaziantep.bel.tr) Erişim Tarihi, 05.07.2022)

*Araban Kalesi:* Araban ilçe merkezinde prehistorik bir höyük üzerinde yer almakta olan Araban Kalesi'nin kalıntıları, Orta Çağ döneminde yapılmış kale-şehir kalıntıları şeklindedir. 11.-12. yüzyılda önemli bir yerleşim yeri olan kale ve çevresi, günümüzde unutulmaya yüz tutmuş bir kültürel miras konumunda yer almaktadır. ([www.gaziantep.bel.tr](http://www.gaziantep.bel.tr) Erişim Tarihi, 05.07.2022)

*Tilmen Höyük,* İslâhiye ilçesinin 10 km doğusunda yer almakta olup 1958 yılında ilk kez keşfedilmiş ve İslâhiye çevresinde bulunan yaklaşık 50 civarındaki höyükten birisidir, yüksekliği ise 21 metredir. Prof. Dr. Uluğ Bahadır Alkım başkanlığında 1958 yılında başlatılan kazı çalışmaları, çeşitli zaman dilimlerinde devam ederek 1972 yılına kadar sürmüştür. Daha sonra, 2005 yılında La Sapienza ve Bolonya Üniversitesinden N. Marchetti ile İstanbul Üniversitesinden Prof. Dr. Refik Duru'nun liderliğinde başlatılan son dönem kazı çalışmaları hala devam etmektedir. Bu çalışmalar sırasında, Prof. Dr. Uluğ Bahadır Alkım'ın liderliğindeki ekip önceki kazı çalışmaları sonucunda, höyüğün tarihinin M.Ö. 4000'li yıllara kadar uzandığı tezini ortaya koymuştur.

Günümüzde "Tilmen Höyük Onarım ve Çevre Düzenlemesi Projesi", Prof. Dr. Refik Duru'nun sorumluluğunda devam etmekte olup Tilmende yapılan kazı çalışmaları, İtalyan bir kazı ekibi tarafından belirli dönemlerde yürütülmektedir. Ancak, bütçe sınırlamalarından dolayı kazı çalışmaları yıl boyunca düzenli bir

şekilde sürdürülememektedir. Öte yandan Höyüğe ait buluntular, eski Mezopotamya ve Suriye kültürleri ile eski Anadolu kültürleri arasındaki bağlantıları ve karşılıklı ilişkileri göstermektedir ([www.gaziantepturizm.gov.tr](http://www.gaziantepturizm.gov.tr), Erişim Tarihi, 04.03.2022). Ayrıca, höyüğün mimarlık tarihi açısından önemi, Önasya'da sahte kemer tekniğinin en eski örneğinin burada bulunmuş olmasıdır (Çorbacı, 2015). Tilmen Höyüğü, 2021 yılında 2.455 kişi tarafından ziyaret edilmiştir ([gaziantep.ktb.gov.tr](http://gaziantep.ktb.gov.tr), Erişim Tarihi, 04.06.2022).

*Coba Höyük (Sakçagözü)*, Gaziantep il merkezine yaklaşık 45 km uzaklıkta, Nurdağı ilçe sınırları içerisinde bulunmakta aynı zamanda Sakçagözü mahallesinin kuzeybatısında ve 3 km uzaklığında yer almaktadır. İlk kazı çalışmaları, 1908 yılında İngiliz John Garstang başkanlığındaki bir ekip tarafından gerçekleştirilmiştir. Öte yandan Coba Höyük'ün keşfi, 1883 yılında Karl Humann ve Felix von Luschan tarafından gerçekleştirilmiştir. Garstang'ın ekibinden sonra, 1949 yılında John Waechter başkanlığında, Seton Lloyd ve ekibi tarafından bir kazı çalışması yapılmıştır. Bu çalışmalar sonucunda, on iki farklı kültür tabakası tespit edilmiştir ([www.gaziantepturizm.gov.tr](http://www.gaziantepturizm.gov.tr), Erişim Tarihi, 04.03.2022). Garstang liderliğindeki kazı çalışmaları sırasında, yaklaşık 3 yıl süren bir süreçte, Geç Hitit dönemine tarihlenen heykeller ortaya çıkarılmıştır. Waechter liderliğindeki daha sonraki kazılarda ise, etrafı duvarlar ile çevrili bir saray yapısı ve bu saraya uzanan bazalt taşlar ile süslenmiş portiko keşfedilmiştir (Üngör, 2017).

*Zincirli Höyük*, İslâhiye ilçesinin 10 km kuzeyinde yer almaktadır. İlk yerleşimin M.Ö. 4000'li yıllara dayandığı tahmin edilmektedir. Zincirli'nin ortasında, üzerinde yönetime ait yapıların yer aldığı akropolü oluşturan "Höyük" ve burasını daire şeklinde çeviren "Aşağı Kent" bulunmaktadır (Çorbacı, 2015).

Bununla birlikte kültürel miras değerlerinin korunması, sergilenmesi ve tanıtılması açısından önemli kurumlar olan ve toplumun gelişimine katkı sunan müzeler (Zbucnea, 2008), ziyaretçilere tarihi, kültürel ve sanatsal bilgiler sunmanın yanı sıra onlara keyifli zaman geçirme fırsatı da sunmaktadır (Kalaba, 2021). Uluslararası Müzeler Komisyonu tarafından yapılan tanıma göre, müzeler toplumun ve toplumsal gelişimin hizmetinde bulunan, halka açık, insanın ve yaşadığı çevrenin tanıklığını yapan materyaller üzerinde araştırma yapan, toplayan, koruyan ve estetik

zevkleri geliştirmek amacıyla sergileyen, kâr düşüncesinden bağımsız ve sürekli bir kuruluştur (Gülertekin Genç, 2020: 111). Bununla birlikte farklı temalarda müzeler ile insanlara hizmet sunan ve bu özelliği ile müzeler kenti olarak nitelendirilen Gaziantep'te bulunan müzelerden bazılarına aşağıda yer verilmiştir.

*Gaziantep Arkeoloji Müzesi*, 1944 yılında Nuri Mehmet Paşa Camii'nde hizmet vermeye başlamış ve 1969 yılında şu anda bulunduğu binaya taşınmiştır ([www.gaziantep.bel.tr](http://www.gaziantep.bel.tr) Erişim Tarihi, 05.07.2022). Müze, alt paleolitik dönemden Cumhuriyet dönemine kadar olan tarihi dönemlere ait sergileme üniteleri ile ziyaretçilere tarihsel bir yolculuk sunmaktadır. Gaziantep Arkeoloji Müzesi'nde, Anadolu Uygarlıkları, Pers Dönemi, Kommagene Krallığı, Dülük Antik Kenti, Karkamış Antik Kenti, Zeugma Antik Kenti, Tilmen Höyük, Zincirli Höyük, Tilbaşar Höyük, şarağa Höyük, Ayyıldız Höyük, Horum Höyük, Belentepe, Sam ve Bağlarbaşı gibi önemli arkeolojik merkezlerden elde edilen buluntular sergilenmektedir. Ayrıca müze, çocuklara yönelik eğitim alanlarına sahip olup, modern müzecilik anlayışını yansıtmaktadır. Ayrıca, müzenin girişinde yer alan hediyelik eşya mağazasında yöresel ürünler ve özgün el sanatları da satışa sunulmaktadır.

*Gaziantep Müzesi (Zeugma Mozaik Müzesi)*, Gaziantep'in Nizip ilçesinde Fırat Nehri kıyısında kurulmuş olan Zeugma Antik Kentinden çıkartılan mozaiklerin sergilendiği Arkeoloji Müzesi alan bakımından yetersiz kalınca 9 Eylül 2011 tarihinde Zeugma Mozaik Müzesi hizmete girmiştir. Müze gerek bina büyüklüğu gerekse sergilenen mozaiklerin kapladığı alan bakımından dünyanın en büyük mozaik müzesi konumunda yer almaktadır. Müzede, mozaiklerin yanı sıra duvar resimleri, Roma çeşmeleri, tunçtan yapılan Mars heykeli, mezar stelleri ve lahitler gibi çeşitli eserler de sergilenmektedir. Müze ismini Zeugmadan almasından dolayı Zeugma teması müzeye işlenmiştir.

*Hasan Süzer Etnografya Müzesi*, Bey Mahallesi Hanifioğlu Sokakta, Antep'in eski kent dokusuna uygun kesme taş duvarlı, kiremitli, kırma çatılı evlerden biri olan bu tarihi Antep evi, 20. yüzyılın başlarında inşa edilmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığına bağışlanarak "Hasan Süzer Etnografya Müzesi" haline getirilen bina, konak-müze tarzında tasarlanmıştır. Bina, anakaya içine oyulmuş mahzen üzerine

kurulu 3 katlı bir yapıdır. Ana yola ve ara sokağa açılan üç kapısı vardır. Büyük ve işlemeli kapıdan orta bahçeye, küçük kapıdan ise “selamlık” bölümüne geçilmektedir. Zemin katta, sabahın ilk ışıklarıyla aydınlanan iş odasında, ipek üzerine gergef işleme, çıkırık çevirme ve gergahta ipek germe çalışmaları mankenlerle canlandırılmaktadır. Antep evlerindeki ısınma sistemi olan tandır da burada görülebilmektedir. Tandır, odanın merkezindeki gömülü taş ocağın üzerine konan kürsü ve onun üzerine örtülen geniş yorgandan oluşur. Közün sıcaklığıyla ısınan yorgan, aile fertleri tarafından üzerlerine alınmaktadır. Geçmiş geleceğe taşıyan bu müze, Gaziantep’i ziyaret eden yerli ve yabancı misafirlere kültürel bir deneyim sunmaktadır ([www.gaziantep.ktb.gov.tr](http://www.gaziantep.ktb.gov.tr), Erişim Tarihi: 06.11.2022).

*25 Aralık Panorama Müzesi*, 2021 yılında hizmete girmiş olan 25 Aralık Panorama Müzesi, İngiliz ve Fransız işgaline karşı yaklaşık 36 ay süren ve Gaziantep’e gazilik ünvanı kazandıran destansı savunmayı panoramik bir şekilde anlatmaktadır. Panorama müzesi, yaklaşık 14 bin m<sup>2</sup> bir alana kurulmuş olup 12 metre yüksekliğinde ve 120 metre uzunluğundaki tam panoramik bir resim, üç diorama ve on üç tablodan oluşmaktadır.

*Gaziantep Mevlevihanesi Vakıf Müzesi*, 1639 (H.1048) yılında Türkmen ağalarından Mustafa Ağa tarafından mevlevihâne olarak inşa edilmiştir ([www.gaziantep.bel.tr](http://www.gaziantep.bel.tr) Erişim Tarihi, 05.07.2022). Yaklaşık 4 asırlık tarihi bina, kesme taştan inşa edilmiş olup iki bölümden oluşmaktadır. Kozluca Mahallesi, Buğday Arasa’sı ve Şehitler Caddesi arasında yer almaktadır. Müzede maden eserleri, el yazması Kur’an-ı Kerimler, Türk hat sanatından örnekler, avlunun sağında yer alan 2 katlı mekânda ise kilim ve halılar teşhir edilmektedir ([www.kulturportali.gov.tr](http://www.kulturportali.gov.tr), Erişim Tarihi: 06.11.2020).

### **3.3.1.2. Somut Olmayan Kültürel Miras Değerleri**

Somut olmayan kültürel miras değerleri, fiziksel varlıkları olmayan ancak insanların kültürel kimliğini, gelenek-göreneklerini ve yaşam biçimlerini anlamlandıran değerler bütünüdür (Akyıldız, 2023). Bu kapsamda somut olmayan kültürel miras değerleri içerisinde; dil, edebiyat, müzik, dans, tiyatro, ritüeller, törenler, gastronomi, gelenekler, inançlar, bilgi, beceri gibi uygulamalar, nesilden

nesile aktararak toplumların kimliklerini şekillendiren önemli unsurlardır (Kesar, Matečić ve Ferjanić Hodak, 2018). Bununla birlikte somut olmayan kültürel miras, turizm sektörü için önemli bir kaynak oluşturmaktadır.

Bu kapsamda turizm, somut olmayan kültürel mirasın tanıtılması, korunması ve geliştirilmesi için bir fırsat sunarken aynı zamanda somut olmayan kültürel mirasın turistik cazibe, koruma aracı ve kültürel farkındalık yaratıcı olarak turizme katkı sağladığı da görülmektedir. Esfehani ve Albrecht (2016) tarafından yürütülen araştırmada, İran'ın güneyinde bulunan Qeshm Parkı'ndaki somut olmayan kültürel miras örnekleri incelemiş ve bu mirasın turizmle etkileşimi ortaya konulmuştur. Çalışma, somut olmayan kültürel mirasın turizme yönelik çekiciliği artırma, turizme katkı sağlama, doğal çevre ile yerel topluluk için koruma aracı olma, aynı zamanda ziyaretçilerin kültüre ve doğaya duyarlılıklarını artırma gibi üç farklı boyutta etkili olduğunu göstermektedir. Bu kapsamda Gaziantep, sadece somut kültürel miras değerlerine sahip olmakla kalmayıp aynı zamanda somut olmayan kültürel miras değerlerine de sahip bir şehirdir. Bu değerler, Gaziantep'i kültürel miras turizmi alanında öne çıkararak ve tanıtarak bir kültürel miras turizm destinasyonu yapma özelliği taşımaktadır. Bu bağlamda Gaziantep'te öne çıkan somut olmayan kültürel miras değerlerinden bazıları şunlardır;

*Yemek-Gastronomi Kültürü*, Gaziantep mutfağı, Türkiye'nin ve dünyanın en zengin ve çeşitli mutfaklarından birisini barındırmaktadır. Anadolu, Mezopotamya ve Akdeniz kültürlerinin etkisiyle şekillenen Gaziantep mutfağı, tarihi, coğrafi ve sosyal faktörlerle zenginleşmiştir (Şimşek ve Selçuk, 2018). 400'ün üzerinde yemek çeşidi, tatlıları, baklavası, dondurmaları, kahvaltıları, kahveleri, baharatları ve yöresel ürünleri ile Gaziantep mutfağı, gastronomi alanında önemli bir konuma sahiptir (Uçuk ve Kayran, 2020). Gaziantep mutfağı, 2015 yılında UNESCO tarafından Yaratıcı Şehirler Ağı'na, gastronomi kenti olarak dahil edilmiştir (Gastroantepfest, 2022). Aynı zamanda bölge mutfağı, ürün çeşitliliği bakımından zengin olduğu kadar coğrafi işaretli ürün sayısı bakımından da öne çıkmaktadır. Gaziantep'te coğrafi işaret almış ürünler arasında Antep baklavası, Antep fıstığı ve Antep beyranı gibi lezzetler bulunmaktadır (Karataş, Aksu ve Deniz, 2023). Gaziantep mutfağından seçilmiş bazı örnekler şunlardır:

*Baklava:* Gaziantep'in en meşhur tatlısıdır. İnce yufkaların arasına ceviz veya Antep fıstığı konularak yapılan şerbetli bir tatlıdır.

*Beyran:* Gaziantep'in en sevilen kahvaltılıklarından biridir. Kuzu eti, pirinç ve sarımsaklı suyun kaynatılmasıyla yapılan bir çorbadır.

*Ali Nazik:* Gaziantep'in en lezetli yemeklerinden biridir. Yoğurtlu patlıcan püresinin üzerine kuzu kuşbaşı et konularak servis edilen bir yemektir.

*Cartlak Kebabı:* Gaziantep yemekleri arasında en bilinen yiyeceklerden bir tanesidir. Minik minik kesilen ciğerler şişe geçirilip mangalda pişirilir. Ardından lavaşın içine konularak afiyetle yenir.

*El sanatları,* "Bireyin bilgi ve becerisine dayanan genellikle doğal hammaddelerin kullanıldığı, elle ve basit aletler dışında makine gücüne ihtiyaç duyulmadan yapılan ve toplumun kültürünü, gelenek ve göreneklerini, folklorik özelliklerini taşıyan, yapan kişinin zevk ve becerisini yansıtan gelir sağlayıcı üretime yönelik etkinliklerdir (Özdemir ve Yıldırım, 2016: 416)". Bu tanım, el sanatlarının bireyin bilgi ve becerisiyle şekillenen, kültürü yansıtan, geleneksel faaliyetler olduğunu vurgulamaktadır (Arıkan, 2009).

El sanatları, bir milletin gelenek-göreneklerini, yaşam biçimlerini ve milli kültürünü somutlaştırarak geliştirmesinde ve kuşaktan kuşağa aktarılmasında etkin bir rol oynamaktadır. Bu faaliyetler, bireylerin bilgi ve becerileriyle birlikte evde, atölyede ya da tam zamanlı olarak gerçekleştirilen gelir sağlayıcı veya destekleyici geleneksel faaliyetlerdir (Pelit ve Türkoğlu, 2019). Bir diğer ifadeyle, el sanatları, çeşitli malzemeleri ekonomik ürünlere dönüştüren, bireysel, ailesel ve ulusal ekonomiye katkı sağlayan, araştırmacı bir çalışma biçimi sunan milletlerin kültürel mirasını koruyan ve aktaran duygu ve beğeni ifade eden geleneksel sanatlardır.

El sanatları, turizm sektöründe önemli bir turistik ürün grubunu oluşturmaktadır, çünkü bir toplumun sosyo-ekonomik ve kültürel geçmişi ile birikiminin somut birer ifadesidir (Can, 2013). Bu haliyle, el sanatı ürünleri bölgesel olarak değişiklikler gösterebilir ve ziyaretçilere farklı kültürlerin özelliklerini yansıtabilir. Ayrıca, el sanatı ürünleri ziyaretçiler için çekicilik oluşturabilir ve onların hedonik motivasyonlarını tatmin edebilir. Buna ek olarak, bir bölgeye özgü el

sanatları, o bölgenin kültürel kimliğini yansıtan ve korunması gereken somut olmayan kültürel miras değerleri içerisinde yer almaktadır. Bu nedenle el sanatları, turistik ürün geliştirme sürecinde dikkate alınması ve desteklenmesi gereken unsurlardır.

Gaziantep, tarihi boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış ve bu sayede kültürel ve el sanatları açısından oldukça zenginleşmiştir. Gaziantep'in geleneksel kültürünü yansıtan birçok el sanatı bulunmaktadır. Sedef kakmacılık, bakırcılık, kutnuculuk, aba dokumacılığı, yemenicilik, Antep işi el işlemeciliği, gümüş işlemeciliği, Antep kilim ve halı dokumacılığı, küpçülük, kuyumculuk, semercilik, müzik aletleri yapımıcılığı gibi çeşitli el sanatları Gaziantep'in kültürel mirasını yansıtan ve ekonomik gelir kaynağı sağlayan değerlerdir (Akın, 2018).

*Bakırcılık sanatı*, Türk el sanatlarının köklü geçmişine sahip ve oldukça zengin çeşitliliğe ev sahipliği yapan önemli bir dalıdır. Ancak, diğer el sanatları gibi, emek ve zaman yoğunluğu, düşük üretim ve gelir, sanayi ürünlerinin rekabeti gibi nedenlerle giderek azalmaktadır. Gaziantep ilinde bakırcılık sanatının başlangıcı kesin olarak bilinmemekle birlikte, Antep harbi öncesinde Antepli ve Ermeni ustalar tarafından yapıldığı çeşitli kaynaklarda belirtilmiştir (Özdemir ve Kaya, 2011).

Öte yandan el sanatları ürünleri, yazılı kaynaklar kadar önemli bir rol oynayarak geçmiş kültürlerin izlerini gelecek nesillere aktarmada etkilidir. Bu ürünler, yapıldıkları dönemin tarihi, kültürel, sosyal ve sanatsal özelliklerini yansıtmaktadır. Bu bağlamda, yok olma tehlikesiyle karşı karşıya olan bakırcılık sanatının korunması ve geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Gaziantep ilinde hala devam eden bakırcılık sanatı, ekonomik ve turistik açıdan değerli bir kaynaktır. Bu sanat dalı, ülkeye önemli bir döviz girişi sağlamaktadır ([www.gaziantep.gov.tr](http://www.gaziantep.gov.tr), Erişim Tarihi: 12.11.2022). Bu nedenle, bakırcılık sanatının sürdürülebilirliği için yapılan çalışmaların desteklenmesi ve bu önemli el sanatının gelecek kuşaklara taşınması büyük bir gerekliliktir.

*Sedef Kakmacılık*, hem üretildiği bölgenin kültürel özelliklerini yansıtmaması hem de ekonomik fayda sağlaması açısından önemli bir el sanatıdır. Bu sanatta kullanılan hammadde genellikle ceviz ağacı, gümüş tel, sarı pirinç tel, kadife ve

sedeften oluşmaktadır (Özdemir ve Yıldırım, 2016). Gaziantep ilinde geçmişten günümüze sürdürülen sedef kakmacılığı, giderek azalan uygulayıcı sayısı ve yetersiz kaynak temini nedeniyle yok olma tehlikesiyle karşı karşıyadır. Bu önemli el sanatının, Gaziantep'in yöresel kültürünün bir parçası olması nedeniyle korunması büyük bir önem arz etmektedir. Öte yandan sedef işleciliği, Gaziantep'in kültürel ve ekonomik değerini artıran zahmetli ve ustalık gerektiren bir el sanatıdır. Bu sanatın devam ettirilmesi ve gelecek nesillere aktarılması, sadece şehir için değil, aynı zamanda ülkenin tanıtımı ve ekonomisi açısından da oldukça önemlidir ([www.gaziantep.gov.tr](http://www.gaziantep.gov.tr), Erişim Tarihi: 12.11.2022). Bu nedenle, sedef kakmacılığına yönelik destek ve koruma tedbirlerinin alınması bu el sanatının sürdürülebilirliği açısından oldukça önemlidir.

*Yemenicilik:* Yemenicilik, Gaziantep'in binlerce yıllık bir el sanatıdır ve yemeni derisi ile kösele kullanılarak elde dikilen, renkli ve sağlıklı bir ayakkabı türünü ifade etmektedir (Akın, 2018). Gaziantep'e Yemen'den geldiği tahmin edilen bu el sanatı, dünya çapında Harry Potter, Truva, 300 Spartalı gibi filmlerde kullanılmasıyla bilinirliği artmış ve Gaziantep'e gelen turistlerin ilgi odağı olmuştur (Olçay vd., 2017). Öte yandan yemeni, Gaziantep'te hem kültürel hem de estetik bir değere sahip olan özgün bir ayakkabı türüdür. Yemeninin yapımında kullanılan malzemeler, teknikler ve tasarımlar, bu ayakkabının tarihini, zanaatını ve kimliğini yansıtmaktadır. Bu sanatın Gaziantep'in kültürel mirasını zenginleştirdiği gibi, dünya genelinde tanınması ve kullanılması, Gaziantep'in turistik çekiciliğini artırmaktadır. Bu nedenle, yemenicilik geleneğinin sürdürülmesi, geliştirilmesi ve gelecek nesillere aktarılması önemli bir kültürel sorumluluktur ([www.gaziantep.gov.tr](http://www.gaziantep.gov.tr), Erişim Tarihi: 12.11.2022). Bu değerli el sanatının yaşatılması için yerel destek ve ulusal koruma önlemleri alınmalıdır.

*Barak Havası,* Türkmenlere özgü bir uzun hava müzik türüdür ve Gaziantep, Urfa, Kilis, Adana ve Kahramanmaraş'ın belirli bölgelerinde yaşatılmakta ve gelecek kuşaklara aktarılmaktadır. Genel temaları aşk, doğa, göç, ölüm ve halk hikayeleri gibi konuları içeren barak havaları, yöresel oyunların başında veya arasında sıklıkla icra edilmekte olup geçmişten günümüze ulaşmış önemli bir kültürel miras olarak değer taşımaktadır ([aregem.ktb.gov.tr](http://aregem.ktb.gov.tr), Erişim Tarihi: 06.11.2022). Bu geleneksel

müzik formu, bölgenin tarihini, yaşam tarzını ve duygusal zenginliğini yansıtarak kültürel bağları güçlendirmeye devam etmektedir. Bu tür eserler, sadece bir melodi değil, aynı zamanda bir topluluğun duygusal ve kültürel bağlarını güçlendiren bir mirasın taşıyıcısı konumundadır.

*Fuar ve Festivaller*, festival kelimesi, Latince'de "genel eğlence ve şenlik" anlamına gelen "festum" kelimesinden türemiştir. Bir topluluğun belli zamanlarda tertip ettiği, yöreye has bir değeri yâd etmek veya bir hadiseyi veya şahsiyeti anmak maksadıyla gerçekleştirdikleri evrensel veya geleneksel düzeyde olabilen kültürel, sanatsal ve sosyal içerikli etkinlikleri kapsamaktadır (İmirgi, 2005: 30). Türk Dil Kurumu'na göre festival, "Bir bölgenin en ünlü ürünü için yapılan gösteri; şenlik' veya 'dönemi, yapıldığı çevre, katılanların sayısı veya niteliği programla belirtilen ve özel önemi olan sanat gösterisi" olarak tanımlanmaktadır ([sozluk.gov.tr](http://sozluk.gov.tr), Erişim Tarihi, 05.02.2022). Festivaller, kültürel mirası sergileyen ve yaşam kalitesini artıran önemli etkinliklerdir. Turistleri çeken ve yerel halka yeni eğlence fırsatları sunan bu organizasyonlar, destinasyonlar için önemli bir bileşen olarak kabul edilmektedir (Cundy vd., 2012; Düşmezkalender vd., 2019).

Küreselleşen dünyada, bölgesel bir kimlik oluşturmak, korumak ve geliştirmek için bir fırsat sunan festivaller, aynı zamanda gerçekleştirildikleri yerlere ekonomik, sosyo-kültürel, çevresel ve pazarlama açısından önemli katkılar sağlamaktadır (Cömert ve Çetin, 2017). Festivaller, ekonomi, kültür ve turizmi canlandırmada önemli bir rol oynadıkları ve son zamanlarda hızlı bir büyüme gösterdikleri için turizm açısından düzenledikleri yerleri cazibe merkezlerine dönüştürdükleri söylenebilir (Stankova ve Vassenska, 2015). Bu bağlamda, Türkiye'nin kadim şehirlerinden birisi olan Gaziantep'te düzenlenen bazı fuar ve festivaller; Gaziantep Sanayi Fuarı, İslâhiye Üzüm, Biber ve Kültür Festivali, Fıstık Festivali, Oğuzeli Nar ve Kültür Festivali, Otomobil Fuarı, Gaziantep'in Düşman İşgalinden Kurtuluşu ve Cumhuriyet Kupası Aba Güreşleri şeklindedir Bu etkinlikler, Gaziantep'in zengin kültürel mirasını yaşatmak, tanıtmak ve gelecek nesillere aktarmak adına önemli birer platform oluşturmaktadır.

*Yöresel Kıyafetler*: Gaziantep yöresel kıyafetleri, kutnu kumaşının renk ve motiflerini yansıtan, geleneksel dokumacılığın bir ürünü olan giysilerdir. Bu

kıyafetler, Gaziantep'in kültürel zenginliğini ve estetik anlayışını yansıtarak yöre halkının kültürel kimliğini somutlaştıran önemli unsurlardan biridir. Gaziantep yöresel kıyafetleri, erkek ve kadın kıyafetleri olarak iki ana grupta yer almaktadır. Erkek kıyafetleri genellikle kutnu kumaşından yapılmış şalvar, yelek, ceket, cepken, kuşak ve fes içerir. Bu tasarımlar, özgün desenler ve renk paletleriyle erkek giyiminde geleneksel bir zarafeti temsil etmektedir. Kadın kıyafetleri ise kutnu kumaşından yapılmış entari, üç etek, cepken, yelek, kuşak, başörtüsü ve çarıktan oluşur. Kadın kıyafetleri, özenle seçilmiş renk ve desenlerle süslenmiş, geleneksel Türk giyim tarzının zarafetini taşır. Bu kıyafetler, Gaziantep'in kadim kültürünü ve el sanatlarını günümüze taşıyan birer simge haline gelmiştir. Gaziantep yöresel kıyafetleri, sadece bir giyim tarzı değil, aynı zamanda geçmişin izlerini ve kültürel mirası taşıyan birer sanat eseridir. Bu özel kıyafetler, yöre halkının yaşam tarzını ve estetik anlayışını yansıtarak Gaziantep'in kültürel dokusunun sürdürülmesinde önemli bir katkı sağlamaktadır.

*Misafirperverlik*, Gaziantep misafirperverliği, yöre halkının geleneksel değerlerini, inançlarını ve yaşam tarzını yansıtan önemli bir somut olmayan kültürel miras değeridir. Bu misafirperverlik anlayışı, misafire saygı, sevgi ve ikramda bulunma üzerine kurulmuştur; bu bağlamda misafiri ağırlamak, bir sanat ve sorumluluk olarak değerlendirilir. Gaziantep'te misafirperverlik, misafire en güzel yemekler, tatlılar ve içecekler sunma geleneğiyle öne çıkar. Yöre halkı, misafirin rahat etmesi için her türlü imkânı sağlamakta ve onları özel hissettirmek adına özenle davranmaktadır. Bu süreç, Gaziantep kültüründe sadece bir ziyaretçi ağırlama pratiği değil, aynı zamanda bir sanat olarak kabul edilir. Misafirin ayrılışı da özel bir önem taşır; uğurlama törenleri düzenlenir ve misafire duyulan saygı ve sevgi vurgulanır. Bu adet, Gaziantep misafirperverliğinin sadece karşılama değil, aynı zamanda uğurlama anında da kendini gösterdiği bir özelliktir. Gaziantep misafirperverliği, yöre halkının sıcakkanlı, cömert ve hoşgörülü yapısını somutlaştıran, kuşaktan kuşağa aktarılan değerli bir kültürel miras unsuru olarak öne çıkar. Bu anlayış, ziyaretçilere sadece bir konuk gibi değil, aynı zamanda bir aile üyesi gibi davranılması gerektiğini vurgular, böylece Gaziantep'in eşsiz kültürel dokusunu ve insanların özgün karakterini yansıtır.

### 3.4. Gaziantep örnekleme üzerinden turizm alanında yapılmış çalışmalar

Gaziantep örnekleme üzerinden turizm alanında gerçekleştirilen çalışmalar, şehrin zengin kültür mirası ve turistik çekicilikleri üzerine derinlemesine bir inceleme sunmaktadır. Bu bağlamda, Tablo 3.7'de özetlenen çalışmalar, Gaziantep'in turistik potansiyelinin daha iyi anlaşılmasına olanak sağlamaktadır.

**Tablo 3.7: Gaziantep örnekleme üzerinden turizm alanında yapılmış çalışmalar**

<p>Giritlioğlu ve Bulut (2015) tarafından yürütülen araştırma, Gaziantep ilinin turizm potansiyelinin yerel halk tarafından nasıl algılandığını ve turizmde sürdürülebilirlik kavramı bağlamında ilde yapılması gerekenlerin incelenmesini amaçlamıştır. Alan yazın taraması ve anket yöntemi kullanılarak gerçekleştirilen veri toplama sürecinde, Gaziantep turizmüne yönelik yerel halkın bakış açısının genel olarak "olumlu" olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, ilin gelişmiş yemek kültürü, tarihi, kültürel zenginlikleri ve doğal güzelliklerinin korunmuş olması, turizm sektöründeki yoğun rekabetle birlikte Gaziantep'in güçlü yönleri olarak öne çıkmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, Gaziantep turizminin sürdürülebilirliğini sağlamak için öncelikli olarak tanıtım ve reklam faaliyetlerinin artırılması ile tarihi yapıların restore edilmesi gerektiği tespit edilmiştir.</p>
<p>Birdir vd., (2016), yılında gerçekleştirilen çalışmada Gaziantep'in turistik durumunu değerlendirmek amacıyla SWOT analizi yapmayı ve şehrin turizm potansiyelini artırmaya yönelik önerilerde bulunulması amaçlanmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması yönteminin tercih edildiği araştırma kapsamında 30 katılımcıyla yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda Gaziantep'in zengin tarihi çekim unsuru güçlü yanı olarak belirlenirken, kentin tanıtım eksikliği zayıf yönü olarak ifade edilmiştir. Ayrıca yapılan içerik analizi sonucunda bölgede birçok turistik çekim merkezinin bulunması bir fırsat olarak değerlendirilirken, çevresinde yaşanan savaşlar ve terör olayları tehdit olarak değerlendirilmiştir.</p>
<p>Suna ve Alvarez (2019) tarafından yürütülen araştırma, gastronomik kimlik kavramını ve bu kimliği oluşturan unsurları daha iyi anlamak amacıyla Gaziantep örneğini incelemiştir. Bu çalışmanın temel hedefi, turistler ve yerel halk arasındaki Gaziantep'in gastronomik kimliği açısından var olan farklılıkları ortaya koymak olarak belirlenmiştir. Veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılan çalışmada, gastronomik kimliğin dört boyutta şekillendiği belirlenmiştir. Bu boyutlar; gastronomi kültürü ve itibar, yemek kalitesi, yemek satış noktaları ve gastronomi faaliyetleri olarak adlandırılmıştır. Ayrıca, gıda kalitesi ve gastronomik faaliyetler boyutlarında turistler ile bölge sakinleri arasında önemli farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.</p>

Tablo 3.7'nin Devamı

<p>Sürme (2020) tarafından yürütülen araştırma, festival kalitesinin davranışsal niyete etkilerini belirlemeyi amaçlamıştır. Veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılan araştırma sonucunda, festival kalitesinin beş ana faktör üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Bu faktörler; personel kalitesi, yiyecek-içecek kalitesi, bilgilendirme, davranışsal niyet ve subjektif normdur. Araştırma kapsamında, davranışsal niyet değişkeninin en yüksek ortalama puanı aldığı, bilgilendirme değişkeninin ise en düşük ortalamaya sahip olduğu belirlenmiştir.</p>
<p>Olçay ve Yavuz (2020) tarafından gerçekleştirilen araştırma, festivallerin destinasyon pazarlamasına katkılarının festival katılımcıları tarafından nasıl değerlendirildiğini ve bu değerlendirmenin demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini incelemeyi amaçlamıştır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. Elde edilen verilere göre, katılımcıların değerlendirme ortalamalarının oldukça yüksek olduğu ve demografik değişkenlere bağlı olarak farklılıklar gösterdiği ortaya konulmuştur.</p>
<p>Akın (2018) tarafından gerçekleştirilen araştırmada, geleneksel el sanatlarını tanıtarak bu el sanatı ürünlerinin turizm endüstrisindeki etkisini belirlemeyi amaçlanmıştır. Araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak veriler elde edilmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre, geleneksel el sanatlarının Gaziantep turizminin gelişiminde, şehrin tanıtımında ve turizm faaliyetlerinin tüm yıla yayılmasında önemli bir etken olduğu tespit edilmiştir.</p>
<p>Olçay vd., (2017) tarafından yürütülen çalışmanın amacı, Gaziantep'te uzun yıllardır yapılan ve geleneksel el sanatı olarak bilinen "yemeni"nin, usta zanaatkarlar tarafından nasıl ve ne zamandır üretildiğini araştırmak; aynı zamanda Gaziantep'e gelen turistlerin yemeni hakkındaki bilgi düzeylerini ve yemeninin Gaziantep turizmine katkısını belirlemektir. Araştırmada, yemenicilerle yapılan görüşmelerde yarı yapılandırılmış görüşme formu ve araştırmacılar tarafından uygulanan gözlem tekniği; turistlerle yapılan görüşmelerde ise yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Bulgulara göre, yemeni yapımının oldukça zahmetli olduğu ve turistlerin yemeni hakkında sınırlı bilgiye sahip oldukları belirlenmiştir. Turistlerin yemeni kullanımını artırmak için gerekli tanıtım çalışmalarının yapılması önerilmiştir.</p>
<p>Barakazı (2015) tarafından yürütülen araştırma, kültür turizm potansiyeline sahip Gaziantep iline düzenlenen kültür turlarının seyahat acenta çalışanları tarafından değerlendirilmesini amaçlamıştır. Veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılan araştırmada, Gaziantep'e yönelik düzenlenen kültür turlarının yeterli düzeyde olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan seyahat acenta çalışanlarının gelecekte Gaziantep iline yönelik kültür turları düzenleme niyetinde oldukları ortaya konulmuştur.</p>

Tablo 3.7'nin Devamı

<p>Gülsoy ve Olcay (2021) tarafından gerçekleştirilen çalışma, Gaziantep'e turist olarak gelmiş veya Gaziantep'te yaşayan katılımcıların Zeugma Mozaik Müzesi'ne yönelik hizmet kalitesi hakkındaki görüşlerini belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırmada, nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmış ve 406 ziyaretçi ile görüşülerek veriler elde edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, katılımcıların memnuniyet düzeyleri ile müzenin hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur.</p>
<p>Özdal (2023) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, Gaziantep Oyun ve Oyuncak Müzesi örneği üzerinden "yaşayan müzecilik" faaliyetleri, gelenek ve kültürel bellek kavramları aracılığıyla değerlendirilerek müzenin kültürel mirasın korunmasına olan katkısı ele alınmıştır. Değerlendirme çalışması kapsamında gerçekleştirilen araştırmada, Gaziantep Oyun ve Oyuncak Müzesi'nde oyun ve oyuncağın çok yönlü faaliyet ağı içinde değerlendirildiği, müzenin sergi koleksiyonu ve yaşayan müze formuyla toplumsal belleği canlandırarak kültürel mirasın yaşamasına katkı sunduğu ortaya konulmuştur.</p>

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### KÜLTÜREL MİRAS TURİZM POTANSİYELİNİN BÖLGESEL GELİŞMEYE KATKISINDA ALGI ARAŞTIRMASI: GAZİANTEP ÖRNEĞİ

Bu bölümde, çalışmanın amaç ve önemi, karşılaşılan sorunlar, kapsam ve sınırlılıklar gibi temel bilgilere yer verilmektedir. Ayrıca, araştırma yaklaşımı ve deseni ile birlikte araştırma metodolojisi, geçerlilik ve güvenilirlik, veri toplama ve analiz yöntemleri detaylı olarak açıklanacaktır. Son olarak, elde edilen bulguların ve yapılan yorumların ele alınacağı bu bölüm, araştırmanın tamamlayıcı kısmını oluşturacaktır.

#### 4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Günümüzde yaşam standartlarının yükselmesi, eğitim düzeyinin artması ve insanların merak duygusunun gelişmesi, turistlerin tercihlerini çeşitlendirmelerine neden olmuştur. Kitle turizminin değişim arayan turistleri tatmin etmekte yetersiz kalması alternatif turizm türlerinin ortaya çıkmasına ve önem kazanmasına yol açmıştır. Bu kapsamda artış gösteren alternatif turizm çeşitliliği içerisinde kültürel miras turizmi otantik turistik ürünleri ve sahip olduğu özellikleriyle öne çıkan ve turistlerin ilgisini çeken bir alternatif turizm türü haline gelmiştir. Turistler, bu alternatif turizm kapsamında tarihi mekanları, inanç merkezlerini, geleneksel aktiviteleri ve destinasyona özgü diğer çekicilikleri bir araya getiren turistik deneyimlere talep gösterir hale gelmişlerdir.

Kültürel miras turizminin talep görmeye başlamasıyla birlikte dünya genelinde, kültürel miras değerleri, turistik destinasyonlara değer katan inşa ve restore projeleriyle turizme kazandırılmakta ve turistik ürün haline dönüştürülmektedir. Bu kapsamda geleneksel el sanatları, yöresel yemekler, gelenek-görenekler, yöresel kıyafetler ve sanatsal aktiviteler sadece turistlere tanıtılmakla kalmayıp küresel düzeyde ilgi çekici hale getirelerek potansiyel turistlerin merak duygularını artırmaktadır (MacCannell, 1992). Bu durum kültürel miras turizminin dünya genelinde büyük şehirlerden başlayarak zaman içerisinde daha yerel ve geniş bölgelere yayılarak gelişmesine ve alternatif turizm türleri içerisinde ön plana çıkmasına olanak sağlamıştır.

Gaziantep, zengin tarihi geçmişi, kültürel değerleri ve çeşitli turistik ürünleriyle kültürel miras turizmi kapsamında önemli bir destinasyon merkezi olma yolunda ilerlemektedir. Diğer taraftan Gaziantep, kültürel miras turizm arz kaynaklarına yüksek oranda sahip olmasına rağmen bunu yeterince değerlendiremeyen dünyadaki ender bölgelerdendir. Bu durumun oluşmasında Gaziantep'in içerisinde bulunduğu coğrafi konum ve bölgede kültürel miras turizminin yeni gelişmeye başlamış olmasının etkisi bulunmaktadır. Güneydoğu Anadolu bölgesi içerisinde yer alan Gaziantep'in terör bölgesi olarak nitelendirilen sınırlar içerisinde yer alması, yakın komşusu olan Halep'in de sınırları içerisinde yer alan Suriye'de uzun süredir devam eden iç savaş, kent güvenli bir yer olduğuna yönelik algı ve imajı olumsuz yönde etkilemektedir. Öte yandan kentte uzun yıllar sanayi sektörünün geliştirilmesine yönelik adımların atılması, bölge turizminin geliştirilmesine yönelik stratejilere daha az önem verilmesi turizm kapsamında Gaziantep'in daha az gelişmesine neden olmuştur. Bununla birlikte UNESCO ve ICOMOS gibi kuruluşların 70'li yıllardan sonra kültürel miras değerlerine yönelik gerçekleştirdikleri çalışmalar bu alanlara sahip kentlerin turizm alanında öne çıkmasına ve talep görür hale gelmesinde etkin rol oynamıştır. Somut ve Somut olmayan bir çok kültürel mirası bünyesinde barındıran Gaziantep'in, Yukarı Mezopotamya olarak adlandırılan sınırlar içerisinde bulunması, tarihsel süreç içerisinde birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması ve 5600 yıllık şehircilik geçmişi, bu kenti kültürel miras turizmi kapsamında potansiyel bir merkez haline getirmektedir. Gaziantep'in bu özelliği çalışma amacıyla örtüşmesinden dolayı Gaziantep ve çevresi araştırma alanı olarak ele alınmıştır.

Diğer taraftan alan yazın incelendiğinde kültürel miras turizmine yönelik gerçekleştirilmiş birçok çalışmanın olduğu görülmektedir. Ancak, bu çalışmalar genellikle somut ve somut olmayan kültürel miras değerlerinin sürdürülebilirliği, yönetimi ve pazarlanması üzerine odaklanmıştır. Buna karşın, kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye katkısıyla ilgili yapılmış çalışmalar oldukça sınırlı düzeydedir. Bu noktadan hareketle gerçekleştirilen bu çalışmanın amacı, Anadolu'nun kadim bir şehri olan Gaziantep ve çevresinin kültürel miras turizm

potansiyelinin bölgesel gelişmeye olan katkısını paydaş algısı üzerinden incelemektir.

Diğer bir perspektiften, kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye katkısı, bölgedeki somut ve somut olmayan kültürel miras değerlerinin etkili bir şekilde kullanılmasından geçmektedir. Bu bağlamda, araştırmanın bir diğer amacı, Gaziantep bölgesindeki kültürel miras değerlerinin kullanım düzeyini (talep görme) incelemek ve bölgedeki kültürel miras varlıklarından ön plana çıkan ve geri planda kalan değerlerinin ortaya konulması şeklindedir.

Bunun yanı sıra, kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye katkısı genellikle sosyo-kültürel, çevresel ve ekonomik alanlarda kendini göstermektedir. Gaziantep bölgesinin kültürel miras turizm potansiyelinin belirlenmesi, bölgedeki somut ve somut olmayan kültürel miras değerlerinin sürdürülebilir gelişimine önemli katkılar sunabileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda, çalışmanın bir diğer amacı, Gaziantep bölgesinin mevcut kültürel miras turizm durumunu analiz etmektir. Mevcut durumun belirlenmesi, bölgede kültürel miras turizminin gelişimi için stratejilerin ortaya konulmasına katkı sağlayacaktır.

Öte yandan literatür taraması sırasında ulusal düzeyde yapılmış çalışmalar incelendiğinde, kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye katkısıyla ilgili bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle, bu çalışma Gaziantep bölgesi üzerinden yürütülerek ulusal düzeyde literatüre yeni bir katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında katılımcıların turizm paydaşlarından seçilmesi, elde edilecek sonuçların özellikle yerel yönetimler başta olmak üzere sivil toplum kuruluşlarına ve ilgili turizm işletmelerine önemli bilgiler sunmasını hedeflemektedir. Bu amaçlar doğrultusunda, araştırma kapsamında aşağıdaki sorulara cevap aranmaktadır.

- Gaziantep bölgesindeki somut ve somut olmayan kültürel miras değerleri nelerdir ve bunlar hangi özelliklere sahiptir?
- Gaziantep bölgesinde bulunan kültürel miras değerlerinin, turizm faaliyetleri kapsamında kullanılma düzeyi nedir ve bunlar hangi faktörleri etkilemektedir?

- Gaziantep bölgesinde bulunan kültürel miras değerlerinin, turizm faaliyetleri kapsamında Gaziantep bölgesinin gelişmesine katkı düzeyi nedir ve nasıl artırılabilir?

Turizm günümüzde sadece güzellikleri keşfetmekle kalmayıp aynı zamanda bölgesel ekonomilere önemli katkılarda sağlamaktadır. Bu bağlamda, kültürel miras turizmi, bir destinasyonun tarih, kültür ve gelenekleri üzerinden zenginleşen turistik deneyimler sunarak, sadece turistlerin ilgisini çekmekle kalmayıp aynı zamanda bölgesel gelişmeye katkı sağlama potansiyeline de sahiptir. Ancak, mevcut literatürde, kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye katkısı konusunda yeterli sayıda araştırma bulunmamaktadır. Özellikle kültürel miras turizminin bölgesel gelişmede oynadığı rolü anlamak ve yönetmek adına yapılmış çalışmaların sınırlı olması, bu alandaki potansiyelin tam anlamıyla keşfedilmediğine işaret etmektedir. Bu bağlamda, gerçekleştirilen bu araştırma Gaziantep bölgesi üzerinden yürütülerek kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye olan katkısını kapsamlı bir şekilde inceleyerek, mevcut literatürdeki bu boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır. Gaziantep'in zengin kültürel mirasıyla birlikte potansiyel bir turistik destinasyon haline gelme süreci, bu çalışmanın önemini daha da arttırmaktadır. Bu kapsamda, kültürel miras turizmiyle bölgesel gelişme arasındaki ilişkiyi anlamak ve Gaziantep'in kültürel miras potansiyelini en etkili şekilde değerlendirmek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmanın turizm literatürüne önemli bir katkı sunması beklenmektedir. Bununla birlikte araştırmanın öne çıkan diğer önemli yanları şunlardır:

- Araştırma, Gaziantep bölgesinin kültürel miras turizmi potansiyelini ortaya koyarak bölgenin turizm sektöründe daha fazla rekabet edebilmesine ve tanınırlığını artırmasına katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Böylece Gaziantep bölgesinin turizm gelirlerini artırması ve bölgesel kalkınmanın hızlandırması mümkün olabilecektir.
- Araştırma, Gaziantep bölgesindeki kültürel miras değerlerinin sürdürülebilirliğini sağlamak için gerekli olan politika, strateji ve uygulamaları belirlemeyi amaçlamaktadır. Böylece Gaziantep bölgesinin kültürel miras değerlerinin gelecek nesillere aktarılması ve korunması sağlanabilecektir.

- Bu çalışma kültürel miras turizminin, bölgesel gelişmeye etkisinin özellikle pandemi sonrası dönemde daha fazla önem kazandığı bir zamanda yapılmıştır. Gerçekleştirilen bu çalışma ile kültürel miras turizminin Gaziantep bölgesinin gelişmesine olan katkısı ortaya konularak kültürel mirasın korunması ve yaşatılması için toplumsal farkındalık oluşturulması beklenmektedir.

#### 4.2. Araştırmanın Problemi

Kültürel miras turizmi, geçmişten günümüze ulaşabilmeyi başarmış somut veya somut olmayan kültürel miras değerlerinin olduğu destinasyon merkezlerine insanlar tarafından seyahatleri kapsamaktadır. Gerçekleştirilen seyahatler bu değerleri tanımak, öğrenmek ve deneyimlemek için yapılmaktadır. Bununla birlikte kültürel miras turizmi, gerçekleştiği alanlarda birçok unsura etki sağlamakta, bölgesel gelişme de bu faktörler arasında yer almaktadır. Bu bağlamda kültürel miras turizmi, bölgenin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel açıdan gelişmesine, kalkınmasına, tanıtılmasına ve korunmasına yardımcı olan bir alternatif turizm türüdür. Öte yandan kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye katkısı konusunda yeterli ve güncel net veri bulunmamaktadır. Bu nedenle bu konuda nitel bir araştırma yaparak literatürdeki boşluğun giderilmesi amaçlanmaktadır.

Bu araştırma, nitel araştırma geleneği içerisinde yer alan yorumlayıcı paradigma altındaki olgu bilim (fenomenoloji) deseni kullanılarak Gaziantep bölgesindeki kültürel miras turizminin, bölgesel gelişmeye katkısını paydaş algısı üzerinden açıklamayı amaçlamaktadır. Çalışmanın odak noktası, katılımcıların kültürel miras turizmine yönelik algılarını derinlemesine inceleyerek bu turizm türünün bölgesel gelişmeye olan katkılarını ortaya çıkarmaktır. Bu bağlamda araştırmanın problemi şu şekildedir: "Gaziantep bölgesindeki kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye katkısı nedir?" Bu soru, nitel araştırma yaklaşımıyla katılımcıların deneyimleri ve algıları üzerinden cevaplanacaktır. Elde edilen bulgular, sadece kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye olan etkisini anlamakla kalmayacak, aynı zamanda ilgili paydaşlara yönelik stratejiler ve öneriler geliştirmeyi sağlayacaktır. Araştırmanın sonuçları, bölgenin turizm politikalarını güçlendirmek ve sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamak adına değerli bir kaynak oluşturacaktır.

### 4.3. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Araştırmanın kapsamı, Gaziantep il sınırları içindeki somut ve somut olmayan kültürel miras alanlarını içermektedir. Somut kültürel miras olarak tarihi yapılar, müzeler, anıtlar, ören yerleri gibi unsurlar; somut olmayan kültürel miras olarak ise gelenek-görenekler, yemek kültürü, el sanatları, türkü, misafirperverlik gibi değerler, Gaziantep bölgesinin zenginliğini ve çeşitliliğini yansıtmaktadır. Ayrıca Gaziantep ve çevresi, Kalkolitik dönemden bu yana yerleşim yeri olan ve Yukarı Mezopotamya coğrafyası sınırları içerisinde yer alan bir bölge olmasından dolayı kültürel miras çeşitliliği açısından yüksek bir potansiyel taşımaktadır.

Bu araştırmada, kültürel miras unsurlarının turizm faaliyetleri kapsamında nasıl değerlendirildiği, sürdürülebildiği ve bölgenin gelişimine ne düzeyde katkıda bulunduğu incelenmektedir. Bu amaçla araştırmada kültürel miras turizmi yaklaşımları, literatürde incelenmiş ve Gaziantep örneğine uyarlanmıştır. Kültürel miras turizmi yaklaşımları, bölgenin kültürel çeşitliliğini ve kimliğini ifade eden kültürel mirasın sürdürülebilir bir şekilde korunması, yönetilmesi ve tanıtılması için geliştirilen modelleri içermektedir. Bu modeller arasında sürdürülebilirlik, katılımcılık, paydaşlık, yerellik, kimlik, çeşitlilik gibi kavramlar ön plana çıkmaktadır (Frost, 2003; Chhabra, 2009; Kim vd., 2019; Alrawadieh, 2019; Soini ve Birkeland, 2014; Esfehane ve Albrecht, 2016; Loulanski ve Loulanski, 2011; Karapınar ve Barakazı, 2017; Can ve Ağcakaya, 2019 Sangchumngong ve Kozak, 2020).

Araştırma sınırlılıkları; araştırmacıların kontrol etmekte zorlandığı ya da hiç kontrol edemediği faktörler, çalışmanın bulgularını, anlamını, yorumunu ve genellemesini etkileyen, araştırmanın başlangıcında belirgin olmayan ancak çalışma ilerledikçe ortaya çıkan unsurlardır (Özkan ve Kaya, 2015: 497-498). Bununla birlikte sınırlılıklar araştırmacının kendi bilgi, beceri ve olanaklarından kaynaklanabileceği gibi problem alanı, araştırma amaçları ve araştırmanın yöntemi gibi diğer zorunluluklardan da kaynaklanabilmektedir. Diğer bir ifadeyle sınırlılık, araştırmada, araştırmacı tarafından yapılmak istenilen fakat araştırmacının, çevre, kontrol, ekonomi, zaman vb. gibi çeşitli faktörlerden dolayı vazgeçmek zorunda

kaldığı bir diğer ifadeyle gerçekleştiremediği şeylerin listesi olarak nitelendirilebilmektedir (Çoban ve Oral, 2020).

Gerçekleştirilen bu araştırmada ortaya çıkan sınırlılık ise turizm sektörünün özelliğinden ve tezin konusundan olmak üzere iki temel nedenden kaynaklanmaktadır. Hizmet sektörü içerisinde yer alan turizm, birçok sektör ve işletme ile bir arada faaliyet gösteren karmaşık ve çok yönlü bir sektördür. Ancak, araştırmaya turizm sektörü ile ilişkisi olan her işletme veya kişi dâhil edilememiştir. Bu nedenle, araştırmanın evreni, alanda KMT kapsamında bilgisi olan turizm paydaşlarıyla sınırlı tutulmuştur. Bu durum, araştırma verilerinin sağlıklı bir şekilde analiz yapılabilmesi için önem arz etmektedir.

Araştırmanın bir diğer sınırlılığı ise tezin konusuyla ilgilidir. Gaziantep bölgesi coğrafi konumu nedeniyle birçok turizm türünün gerçekleşmesine imkân sağlayan bir destinasyon merkezidir. İnanç turizmi, gastronomi turizmi, kongre turizmi vb. turizm türlerinin görüldüğü bölgede, görülen tüm turizm türlerinin bölgenin gelişmesine etkisini ölçmek zaman ve maddiyat açısından mümkün olmadığı için araştırma sadece kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye katkısıyla sınırlı tutulmuştur. Araştırmanın diğer sınırlılıkları ise şunlardır:

- Araştırma, Gaziantep bölgesindeki kültürel miras alanlarının tamamını kapsamamaktadır. Sadece turistik ürün değeri taşıyan ve ulaşılabilir olan alanlar seçilmiştir.
- Araştırma, somut ve somut olmayan kültürel miras unsurlarının tamamını ele almamaktadır. Sadece bölgenin kültürel çeşitliliğini ve kimliğini yansıtan ve literatürde öne çıkan unsurlar seçilmiştir.
- Araştırma kültürel miras turizmi yaklaşımları literatüründeki tüm modeller incelenmemektedir. Sadece Gaziantep örneğine uygun olduğu düşünülen ve literatürde yaygın olarak kullanılan modeller seçilmiştir.
- Araştırma veri toplama yöntemi olarak yüz yüze görüşme tekniğini kullanmaktadır. Bu nedenle görüşülen kişilerin sayısı, seçimi ve görüşme süresi araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

Ortaya koyulan sınırlamalara karşın görüşülen kişilerin farklı sektörlerden olması, maksimum çeşitlilik amacı kapsamında kartopu örneklem yönteminden yararlanılarak görüşmelerin yapılmaya çalışılması ve görüşme sürelerinin uzunluğundan hareketle yukarıda belirtilen sınırlamaların çalışmanın alan araştırmasını olumsuz yönde etkilemediği düşünülmektedir.

#### **4.4. Araştırma Yaklaşımı ve Araştırma Deseni**

Bu araştırmada yöntem, olarak nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemi az sayıda kişi, olay veya durum üzerinde derinlemesine veya detaylı şekilde araştırma gerektiren konularda araştırmacıya kolaylık sağlayan ve çalışma imkânı sunan bir araştırma yöntemidir (Marshall ve Rossman, 2016; Baltacı, 2019). Öte yandan bu araştırma yöntemi, üzerinde çalışılan konunun derinlemesine araştırılmasını ve anlaşılmasını kolaylaştırırken genellenebilirliğini sınırlandırmaktadır (Patton, 2014: 14). Ayrıca nitel araştırmanın amacı genelleme yapmak değil olayları ve olguları kendi ortam ve şartlarında açıklamaktır (Gürbüz ve Şahin, 2015: 375). Nitel araştırmanın bir diğer yönü de katılımcıların anlamlandırma ve uygulamalarını içeren düzenliliklerinin bulunmasını sağlayan ve incelenen ortamda doğal olarak var olan yaşanan veya ortaya çıkan veriyi kullanabilmesidir (Silverman, 2018: 25). Bununla birlikte nitel araştırma, insan ve grup davranışlarının nedenini ve nasılını anlamaya yönelik araştırmalar olup öznel; bireylerin algıları, duyguları, tecrübe ve düşünceleri gibi öznel verileri ele alır ve bu kapsamda olgu ve olayları söz konusu doğal ortamı içinde anlamaya ve açıklamaya çalışır (Gürbüz ve Şahin, 2015: 374; Baltacı, 2019). Bu durum ise nitel araştırmaların merkezinde, genellikle sosyal dünyanın insanlar tarafından nasıl yorumlandığının anlaşılmasına çalışılmasından kaynaklanmaktadır (Toker, 2019; Arslan, 2021). Bu noktadan hareketle araştırmacı, veri toplamak için katılımcıların yaşadığı doğal ortama giderek oralarda zaman geçirmekte ve olayları onların bakış açısıyla yorumlamaya özen göstermektedir. Bu yaklaşım, araştırmacının katılımcıların deneyimlerini daha derinlemesine anlamasına ve bulguların daha kapsamlı ve anlamlı olmasına olanak sağlamaktadır.

Bu kapsamda nitel araştırmanın özellikleri şu şekilde ifade edilebilir (Gürbüz ve Şahin, 2015: 375-377; Creswell, 2017, 250-253);

- Nitel araştırmada olay ya da olgular ait oldukları doğal ortama karşı duyarlıdır. Bu kapsamda araştırmacı söz konusu olgu ya da olayı içinde bulunduğu doğal ortamda ele almalı, hangi şartlarda, neden ve nasıl ortaya çıktığını anlamaya çalışmalıdır. Bu özelliğinden dolayı olay ve olguların yer aldığı doğal ortam, bilgi kaynağı olarak kullanılmaktadır.
- Nitel araştırmalarda araştırmacının rolü, nicel araştırma yönteminden farklılık arz etmektedir. Bu kapsamda nitel araştırma yönteminde araştırmacının katılımcı rolü vardır. Araştırmacı söz konusu olay veya olgunun gerçekte olduğu doğal ortama gitmekte ve bu ortamda vakit geçirmekte, bu sırada deneklerle etkileşime girerek bu kişilerin deneyimlerini, bakış açılarını, olay ya da olgulara yükledikleri anlamları anlamaya çalışmalıdır.
- Nitel araştırmanın bir diğer özelliği bütüncül bir yaklaşımı içermesidir. Bütüncül yaklaşım bir bütünün kendisini oluşturan parçaların toplamından daha fazla anlama sahip olduğunu ifade etmektedir. Gerçek yaşamda durumlar ve olaylar birçok değişkenle ilişkilidir. Bu yüzden olayları tek tek ele almak, araştırmayı gerçekte ve anlamlı bir sonuca götürmeyebilmektedir.
- Nitel araştırmanın bir diğer özelliği araştırmaya katılan bireylerin araştırma konusu olan olgu veya olayla ilgili algılarını ve deneyimlerinin belirlenmesi ve ortaya konulmasıdır. Nitel araştırmada araştırmacı, araştırma konusu hakkında gözlem ve görüşme gibi tekniklerle katılımcılarla karşılıklı etkileşime girmekte ve onların deneyimlerini, algılarını olay veya durumla ilgili yorumlarını elde edebilmektedir. Bu doğrultuda nitel araştırmaya katılan katılımcılar önemli düzeyde veri kaynağıdır.
- Nitel araştırmaların kullanıldığı araştırma desenleri genelde esnektir. Nitel yöntemlerde ele alınan olay veya durumları en iyi şekilde açıklamak için uygun bir veya daha fazla yöntemin belirlenmesi önemlidir. Bu kapsamda nitel yöntemler içerisinde yer alan gözlem, görüşme, doküman analizi ya da günlük tutma gibi veri toplama yöntemleri tek başına veya bir araya getirilerek kullanılabilir. Birden fazla nitel araştırma yönteminin kullanılması, araştırmacıya elde ettiği verileri

karşılaştırma olanağı sunarken aynı zamanda elde edilen verilerin geçerliliğini ve güvenilirliğini arttıracaktır.

- Nitel araştırmaların diğer bir özelliği tümevarımcı analizdir. Nitel araştırmada incelenen konu daha önceden ele alınmış olsa bile incelenen olay veya durumun gerçekleştiği ortamın farklı olması veya değişmesi durumu diğer değişkenlerin de farklılaşmasına etki edecektir. Bu nedenle nitel araştırmaların doğasında bulunan esneklik araştırma sürecinin her safhasına yansıtılabilmekte ve bulguların açıklanması, yorumlanması ve anlam kazandırılması sürecinde eş zamanlı olarak ilerlemektedir.
- Nitel araştırma kapsamında ele alınabilecek bir diğer özellik elde edilen verinin nitel veri türünde olmasıdır. Nitel araştırmalarda elde edilen verilerin analiz edilerek sayısallaştırılması, bazı durumlarda söz konusu olsa da nitel araştırmanın temel amacı istatistiksel yöntemler ile çıkarımda bulunmak değildir. Bu kapsamda nitel araştırmaların genel amacı araştırma sonucunda söz konusu olay veya durum hakkında gerçekçi ve betimsel bir tablo ortaya koyabilmektir.

Bu araştırmanın nitel bir yaklaşımla yapılmasının nedeni, kültürel miras turizm potansiyelin bölgesel gelişmeye katkısını paydaşların bakış açısıyla ve onların konuya ilişkin algı ve anlayışlarının yüz yüze görüşme gibi doğal ortamlarda ayrıntılı bir şekilde ortaya konulmasıdır. Bu durumun araştırmanın sonuçlarının daha zengin, derin ve kapsamlı olmasını sağlayacağı varsayılmaktadır.

Araştırma deseni, araştırmanın amacının şekillendiği hipotezleri test etmek veya soru cümlelerine cevap bulmak ve araştırmanın iç geçerlilik düzeyini artırmak amacıyla geliştirilen bir çerçeve olarak ifade edilmektedir (Çoban ve Oral, 2020: 8). Bu kapsamda, Gaziantep'teki kültürel miras turizminin genel durumunu ve Gaziantep bölgesinin gelişimine katkısını anlamak amacıyla, bölgedeki turizm paydaşlarının algı ve deneyimlerinden yararlanılarak ortaya konulmaya çalışılan bu araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinden fenomenoloji çalışması deseninden yararlanılmıştır.

Fenomenoloji, Yunanca kökenli "phainomenon" ve "graphein" kelimelerinden türeyen ve "görünenin betimlenmesi" anlamına gelen bir terimdir (Çekmez vd., 2012; Ersoy, 2019: 84). 20. yüzyılın başlarında Alman filozof Edmund

Husserl tarafından geliştirilen bu metodoloji (Groenewald, 2004; Langdrige, 2008; Yalçın, 2022), insanların belirli bir olaya ilişkin algılarını, bakış açılarını ve olaya yükledikleri anlamı anlamayı amaçlamaktadır (Thani, 2012; Patton, 2018). Bununla birlikte fenomenoloji, bireyin bilinçli deneyimlerinden başlayarak, önceden var olan kabullerden, ön yargılardan ve felsefi dogmalardan kaçınmayı hedefler ve olayları toplumsal aktörlerin doğrudan algıladığı şekliyle incelemeyi benimser (Wallace ve Wolf, 2004; Braun ve Clarke, 2013; Creswell, 2017; Yalçın, 2022). Bir diğer ifadeyle bu yaklaşım, belirli bir fenomeni derinlemesine yaşayan bireylerin deneyimlerinin özünü anlamayı amaçlar (Creswell, 2017: 77; Yalçın, 2022).

Fenomenolojinin, betimleyici ve yorumlayıcı olmak üzere iki temel yaklaşımı bulunmaktadır (Ersoy, 2019: 88). Betimleyici fenomenolojinin öncülüğünü yapan Edmund Husserl, katılımcı deneyimleri uzman olarak kabul eder ve araştırmacı, katılımcılardan elde edilen bilgileri tanımlamak, karşılaştırmak, sınıflandırmak ve daha sonra bu bilgileri yapısal bir betimlemeye dönüştürmek suretiyle yaklaşır (Yüksel ve Yıldırım, 2015). Diğer yandan, yorumlayıcı fenomenolojinin öncülüğünü yapan Heidegger, verileri sadece nesnel bir tanım olarak sunmak yerine yorumlama yetkisini kullanır (Yalçın, 2022).

Betimleyici fenomenoloji gibi bazı nitel yaklaşımlar, araştırma katılımcılarının deneyimlerine doğrudan odaklanır; çünkü bu tür araştırmalar, deneyimlerin kalitesini ve yapısını yakalama, açıklama ve temsil etme amacına yönelir. Bu yaklaşımla, veriyi analiz etmek, katılımcının ifadelerine dikkatle odaklanmak, onları anlamaya çalışmak ve sistematik olarak sunmak önemlidir (Skinner vd., 2020). Diğer yandan, yorumlayıcı fenomenoloji gibi yaklaşımlar, katılımcıların deneyimlerine, onların atfedebileceği veya atfetmeye istekli olabileceği anlamların ötesinde anlam vermeyi amaçlar (Willig, 2012). Bu yaklaşımla, verilere belirli bir teori uygulanmasa bile açıklamayı üreten kişinin dahi hemen anlayamayacağı anlamlar çıkarılabilir.

Betimleyici fenomenoloji, deneyimi "tam olarak kendisi olarak, ne ekleme ne de çıkarma yapmadan" yakalamaya odaklanır. Bu yaklaşım, deneyime dışarıdan eklenen anlamları veya yargıları amaçlamaz; sadece verilere dayanır (Tekindal ve Uğuz Arsu: 2020). Örneğin, bir tanımlayıcı fenomenolog, şaşkınlık olgusunu

anlamak için nedensel bir yaklaşım benimseyebilir ve bu bağlamda, nedensel etkileri incelemek için bir dizi nitel görüşme gerçekleştirebilir.

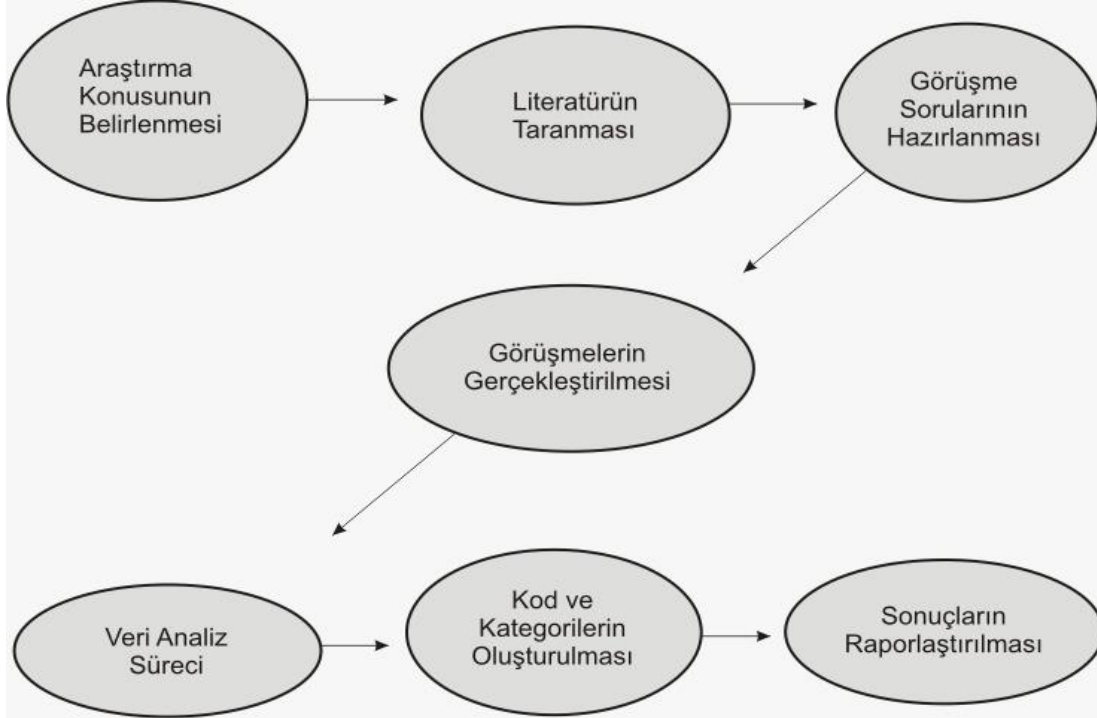
Betimleyici ve yorumlayıcı fenomenoloji arasındaki farklar incelendiğinde, betimleyici fenomenolojinin odak noktasının yaşanmış deneyimleri anlamak olduğu, yorumlayıcı fenomenolojinin ise deneyimlerdeki ayrıntıları açığa çıkarmak olduğu görülmektedir. Betimleyici fenomenolojide araştırmacının yorum yapması gerekmezken, yorumlayıcı fenomenolojide katılımcıların deneyimlerinden farklı anlamlar çıkarılması önemlidir. Öte yandan betimleyici fenomenoloji genellikle belirli genellemelere gidebilirken, yorumlayıcı fenomenoloji fenomenin kültürel, tarihsel ve sosyal bağlamını dikkate alarak çeşitli anlamlar çıkarabilmektedir (Aspers 2009; Thani, 2012; Kırıl, 2021).

Gerçekleştirilen bu araştırma kapsamında araştırmacı, fenomenoloji deseni içerisinde yorumlayıcı bir yaklaşımı tercih etmiştir. Bu nedenle, yeni bir nitel yöntem geliştirmek yerine, mevcut çalışma için yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirmiştir. Analiz ve yorumlama süreçleri, bu çalışmanın sonuçlarını destekleyen ve önemli bir rol oynayan unsurlardır. Ayrıca, derinlemesine ve kapsamlı veriler, incelenen olgunun anlaşılmasında ve araştırma sorularının açıklığa kavuşturulmasında önemli bir role sahiptir.

#### **4.5. Araştırma Metodolojisi**

Metodolojiler, belirli bir inanç sisteminden ortaya çıkan bir fenomen hakkında bilgi edinmeyi amaçlamaktadır. Genellikle bu inanç sistemleri, bilgi edinme paradigmasıyla ilişkilidir (Arslan, 2021). Guba (1990), epistemoloji, ontoloji ve metodoloji arasında bir ayrım yaparken, metodolojiyi gerçekliğin anlaşılması için izlenen yol olarak tanımlar. Araştırma süreçlerinde bilimsel bir çaba vardır. Dolayısıyla, metodoloji, bu çabanın bir sonucu olarak ortaya çıkan güncel ve yeni bilgilerin sistematik bir şekilde yapılandırılması ve sunulmasıdır. Bilimsel bir araştırma, belirlenen amaçlara ulaşmak ve sorulara cevap bulmak için ontolojik ve aksiyolojik bakış açıları temel olarak tasarlanmaktadır. Bu bağlamda, metodoloji bir araştırmanın planlanmasıyla ilgilidir ve bunun bir epistemolojisi vardır. Araştırmacı, bilgi edinme sürecinde önemli bir rol oynamaktadır (McLeod, 2018).

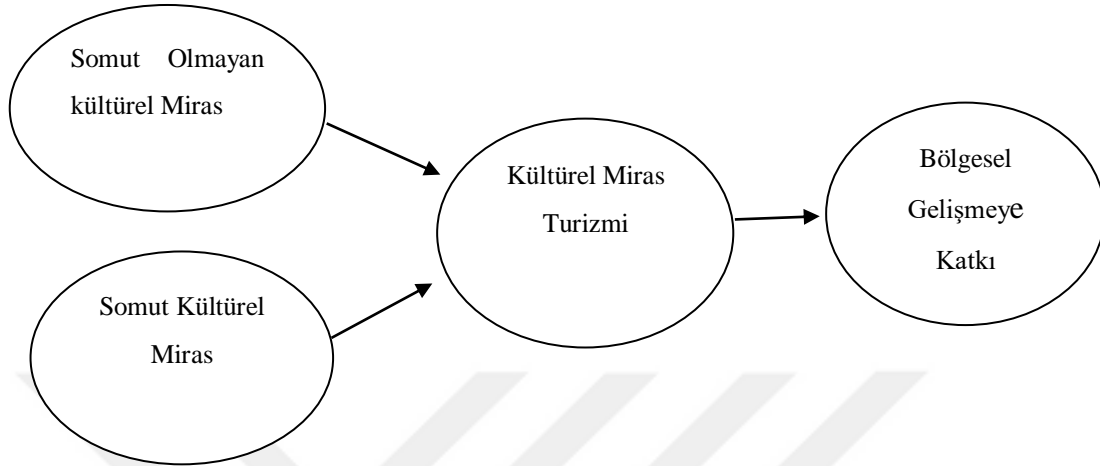
Bu çerçevede, bu araştırmanın metodolojisini Şekil 4.1'deki gibi görselleştirmek mümkündür



Şekil 4.1. Araştırmanın Metodolojisi

Araştırma Metodolojisi kapsamında ilk aşama, neyi öğrenmeye ve anlamaya çalışıyorum? ve bu konu neden önemli? gibi sorulara cevap aranarak araştırmanın ana hedefleri ve amaçları belirlenmiş ve bu kapsamda araştırma konusu ortaya konulmuştur. İkinci aşamada literatür taraması yapılarak alan yazında boşluklar görülmeye çalışılmış ve araştırılan konu hakkında derinlemesine bilgi sahibi olunması amaçlanmıştır. Bir sonraki aşamada literatür bilgilerinden yararlanılarak görüşme soru havuzu oluşturulmuş ve tez izleme jürisinin görüşleri alınarak görüşme formuna son şekli verilmiştir. Dördüncü aşamada amaçlı örneklem yöntemi kapsamında araştırılan konu hakkında bilgi sahibi olan katılımcılara referanslar aracılığıyla ulaşılmaya çalışılmış ve katılımcıların istedikleri yerlerde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi şeklinde yapılan görüşmeler sırasında katılımcıların onayı alınarak ses kayıt cihazına görüşmeler kayıt edilmiştir. Veri analiz sürecinde ses kayıt cihazına kaydedilen görüşmeler ilk olarak transkribe edilmiş daha sonra detaylı okumalar yapılarak MAXQDA 20 analiz programına veriler aktarılarak analiz edilmeye başlanılmıştır. Bir sonraki aşamada

yapılan analizler kapsamında kod, kategori ve Ana temalar oluşturulmuş ve son aşamada elde edilen bulgular raporlaştırılmıştır.



**Şekil 4.2. Araştırmanın Teorik Modeli**

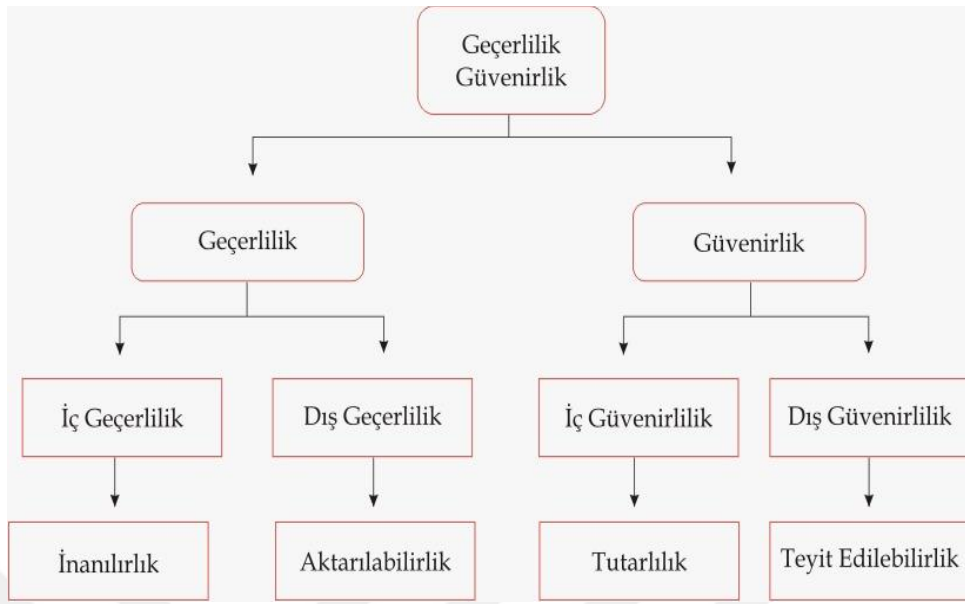
Araştırmanın amacı kapsamında, araştırmacı tarafından teorik bir model geliştirilmiştir. Teorik model, kültürel mirasın somut ve somut olmayan boyutlarını, kültürel miras turizminin özelliklerini ve bölgesel gelişmeye katkısını içermektedir. Bu kapsamda teorik modelde yer alan değişkenler şunlardır:

- Kültürel miras; bir toplumun veya bölgenin tarihi, kültürel ve doğal değerlerini ifade eden kavramdır. Öte yandan kültürel miras, somut ve somut olmayan kültürel miras olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.
- Somut kültürel miras; maddi olarak var olan ve korunabilen kültürel değerlerdir. Kaleler, binalar, antik kentler vb.
- Somut olmayan kültürel miras; maddi olmayan ancak var olduğu bilinen kültürel değerlerdir. Örneğin; müzik, dans, folklor, el sanatları, gelenek-görenekler gibi.
- Kültürel miras turizmi; kültürel miras değerlerini tanımak, öğrenmek ve deneyimlemek için gerçekleştirilen bir turizm türüdür.
- Bölgesel gelişme; bir bölgede, ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan belirli bir zaman dilimi içerisinde yaşanan değişimlerdir. Bununla birlikte araştırmanın teorik modelindeki değişkenler arasındaki ilişkiler şöyledir:

- Kültürel mirasın somut ve somut olmayan unsurları arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Bir bölgenin somut olmayan kültürel miras değerlerinin zenginliği, somut kültürel miras değerlerinin de zenginliğiyle doğrudan ilişkilidir.
- Kültürel mirasın somut ve somut olmayan unsurları ile kültürel miras turizmi arasında pozitif bir ilişki vardır. Bir bölgenin kültürel miras açısından zengin ve ilgi çekici olması, kültürel miras turizminin gelişimini destekleyen bir faktördür.
- Kültürel miras turizmi ile bölgesel gelişmeye katkısı arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır. Bir bölgedeki kültürel miras turizminin yaygınlığı ve başarısı, bölgesel gelişmeye önemli ölçüde katkı sağlamaktadır.

#### **4.6. Geçerlilik ve Güvenirlik**

Nitel araştırmada, insanların bir durum hakkındaki görüş ve deneyimlerini betimsel verilerle ortaya koyan geçerlik (Arastaman vd., 2018: 42), bir araştırmada lme aracının o konuyu ölçmeye uygunluğu (Bal, 2016: 139) olarak tanımlanmaktadır. Farklı bir bakış açısıyla, bir araştırmada "araştırmacı öznel yorumlarının doğru ve geçerli olduğunu nasıl bilmektedir?" sorusunun cevabı olarak kabul edilen geçerlik (Arslan, 2022: 398), Craswell'e göre, belirli süreçler, bulguların doğruluğu için araştırmacının kontrolünü belirtir (2017: 201). Güvenirlik ise, belirli durumların farklı gözlemciler tarafından, aynı kategoriye veya aynı gözlemci tarafından farklı zamanlarda aynı kategoriye sınıflandırılmasının tutarlılık düzeyi (Patton, 2014: 117) Şeklinde tanımlanmaktadır. Bu durum nitel bir çalışmanın bulgularının istenmeyen etkenlerden bağımsız olduğunu gösterirken mevcut araştırmanın gelecekte tekrarlanması halinde aynı sonuçlara, yorumlara ve iddialara ulaşılabilirliğini sorgulamak anlamına gelmektedir. Bu kapsamda nicel yöntemlerden farklı olarak değerlendirilen nitel yöntemlerde geçerlik ve güvenirlik kavramlarını ifade etmek için Guba ve Lincoln (1982) tarafından inandırıcılık, aktarılabilirlik, tutarlık ve onaylanabilirlik Şeklinde dört ilke belirlenmiş ve geliştirilmiştir.



Şekil 4.3. Nitel Araştırmalarda Geçerlilik ve Güvenirlik Durumu

**Kaynak:** Yıldırım ve Şimşek (2021), Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri çalışmasından uyarlanmıştır

**İnanılrlık:** Nicel araştırmadaki iç geçerlilik kavramının nitel araştırmadaki karşılığı olan "inanılrlık" kavramı "Sonuçlar inandırıcı mı?" (Başkale, 2016) sorusunun cevabını vermektedir. Bir diğer ifadeyle araştırmanın sonuçlarının gerçeği yansıtması anlamına gelmektedir (Decrop, 2004; Tutar, 2022). Bu araştırmada inanılrlığı artırmak için verilerin çeşitlendirilmesi, katılımcılardan teyit alınması ve uzman görüşlerine başvurulması gibi yöntemler kullanılmıştır. Verilerin çeşitlendirilmesi için farklı katılımcı gruplarından (yerel yönetim, üniversite, STK, el sanatları ustası, işletme sahipleri, kültürel varlık koruma kurulu, KUDEB, otel genel müdürü, yiyecek-icecek işletme sahibi, müze müdürü vb.) görüş alınmıştır. Ayrıca, bölge ile ilgili akademik çalışmaların yanı sıra resmî kurumların istatistiki verileride doküman incelemesi kapsamında değerlendirilmiştir. Katılımcılardan doğrulama almak için görüşme kayıtları transkripte edildikten sonra katılımcılara gönderilmiş ve onayları istenmiştir. Uzman görüşlerine başvurmak için ise araştırma konusuyla ilgili deneyimli ve uzman kişilerden geri bildirim alınmıştır.

**Tutarlılık:** Araştırma sonuçlarının tutarlılığı, yorumsamacı araştırma yaklaşımlarında gerçeklik anlayışının tek ve değişmez olmadığı, aksine çoklu ve bağlamsal olduğu fikrine dayanmaktadır. Bu nedenle, elde edilen bilgi mutlak

değildir ve zaman, bağlam, kültür ve değerler gibi faktörlere bağlıdır. Sosyal dünyanın sürekli değişen doğası göz önüne alındığında, tekrarlanabilirlik kriteri de farklılık gösterebilmektedir (Arslan, 2021). Bu çerçevede, tutarlılık kavramı; veri toplama sürecinde elde edilen kayıtların ve her bir kayıt sırasında ortamda yaşananların uyumlu olması olarak değerlendirilmelidir (Decrop, 2004). Nicel araştırmadaki güvenilirlik kavramının nitel araştırmadaki karşılığı olan "tutarlılık" ise "çalışma benzer koşullarda, benzer katılımcılarla tekrarlandığında sonuçlar benzer mi?" (Başkale, 2016) sorusunun cevabını vermektedir. Bu araştırmada, tutarlılığı sağlamak için katılımcı seçim kriteri, veri toplama süresi ve zamanı belirtilmiştir. Ayrıca, veri analizinde kullanılan kodlama sistemleri, temalar, kategoriler ve alt kategoriler de açıklanmıştır.

**Aktarılabirlik:** Nicel araştırmadaki dış geçerlilik veya genellenebilirlik kavramının nitel araştırmadaki karşılığı olan "aktarılabirlik" "sonuçlar diğer kişi ve durumlara aktarılabir mi?" (Başkale, 2016) sorusunun cevabını vermektedir. Başka bir ifadeyle araştırmanın sonuçlarının, başka durum ve bağlamlara uyarlanabilirliği anlamına gelmektedir (Shenton, 2004). Bu araştırmada, aktarılabirliği sağlamak için araştırma ortamı, katılımcıların özellikleri, veri toplama ve analiz yöntemleri, bulgular ve yorumlar ayrıntılı bir şekilde tanımlanmıştır. Böylece araştırmanın başka kültürel miras turizmi ile ilgili çalışmalarda benzer sonuçlar verebileceği varsayımı test edilebilir hale gelmiştir.

**Teyit Edilebilirlik:** Nitel araştırmadaki nesnellik kavramının nitel araştırmadaki karşılığı olan "teyit edilebilirlik" (Tutar, 2022): "Ön yargılar azaltılarak objektiflik artırılabilir mi?" (Başkale, 2016) sorusunun cevabını vermektedir. Bir başka deyişle araştırmanın sonuçlarının, araştırmacının kişisel görüşlerinden bağımsız olarak verilere dayandırılması anlamına gelir (Jensen, 2008; Arslan, 2021). Bu araştırmada, teyit edilebilirliği sağlamak için verilerin doğrudan alıntıları, kodlama ve kategorizasyon süreçleri, bulguların destekleyici kanıtları ve yorumların mantıksal çerçevesi raporda sunulmuştur. Ayrıca, araştırmacının önyargısızlığı için bulgular katılımcı ifadeleriyle desteklenmiştir.

## 4.7. Verilerin Toplanması

Araştırma verilerinin toplanmasında, araştırmanın doğası gereği nitel veri toplama yönteminden yararlanılmıştır. Bu başlık altında, veri toplama aracı ve yöntemine dair detaylı bilgiler sunulmuştur.

### 4.7.1. Veri Toplama Aracı

Bu araştırmada nitel veri araçlarından birisi olan derinlemesine görüşme yöntemi kullanılmıştır. Sosyal bilimlerde yaygın olarak tercih edilen bu veri toplama yöntemi, araştırmacının alan çalışmasında incelenecek konuyu detaylı ve derinlemesine anlamasına olanak tanıyan bir araçtır. Öte yandan derinlemesine görüşmelerin özü, bireylerin günlük yaşamlarında oluşturdukları anlamları ve deneyimleri anlayabilmek için sosyal dünyalarına dair öznel yorumlarını ortaya çıkarmakta ve konuya dair zengin ve derin perspektifler sunmaktadır (Layder, 2013). Bu bağlamda, kullanılan bu yöntem araştırmacıya, katılımcıların duygularını, düşüncelerini ve deneyimlerini detaylı bir şekilde anlama ve analiz etme imkânı sağlamaktadır.

Görüşme, sözlü iletişim yoluyla veri toplama tekniğidir (Karasar, 2017: 210). Temelde iletişim ve karşılıklı ilişkiye dayanan görüşme yöntemi (Dömbekçi ve Erişen, 2022), araştırmaya dahil edilen katılımcıların araştırılan konu ya da durum hakkındaki duygu ve düşüncelerinin anlaşılması yöntemidir. Bununla birlikte görüşme yöntemi kendi içerisinde yapılandırılmamış görüşme, yarı yapılandırılmış görüşme ve yapılandırılmış görüşme şeklinde türlere ayrılmaktadır (Karasar, 2017; DeJonckheere ve Vaughn 2019).

- Yapılandırılmamış görüşme: Yönteminin en önemli özelliği belirli bir çerçeve içerisinde sınırlandırılmamış olmasıdır. Genellikle katılımcıların verdiği cevaplara göre ilerlemekte ve şekillenmektedir.
- Yarı yapılandırılmış görüşme: Araştırmacı tarafından daha önce hazırlanmış birtakım soruların bulunduğu görüşme formunun olduğu bu yöntemde görüşme süreci katılımcıların vermiş olduğu cevaplara farklı soruların katılımcılara iletiildiği ve araştırılan konuların farklı yönlerinin de ortaya çıkarılabildiği bir veri toplama yöntemidir.

➤ Yapılandırılmış görüşme: Bu görüşme türünün temel özelliği araştırılan konu hakkında katılımcıya yöneltilecek soruların önceden hazırlanmış olmasıdır. Katılımcıya ilave soruların iletilmediği bu veri toplama yöntemi genellikle geniş bir örneklem kitlesi üzerinde çalışıldığı durumlarda tercih edilmektedir (Dömbekçi ve Erişen, 2022).

Gaziantep örneklemini üzerinden gerçekleştirilen bu araştırmada kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye katkısının paydaş algısı üzerinden anlaşılması amaçlanmaktadır. Araştırmanın amacı kapsamında kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye katkısı spesifik bilgiler gerektirmesinden dolayı araştırılan konunun derinlemesine incelenilerek ortaya konulması gerekmektedir. Bu bağlamda, araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntem, araştırmacıya belirli bir çerçeve sağlarken aynı zamanda katılımcıların öznel yorumlarını ve perspektiflerini ifade etmelerine olanak tanımaktadır. Ayrıca yarı yapılandırılmış görüşme, katılımcılara belirli bir konuyla ilgili deneyimlerini, algılarını ve anlamlarını doğrudan ifade etme olanağı sağlaması, araştırılan konu hakkında özgürce görüşlerini dile getirmelerine olanak tanınması, soruların sırasını veya içeriğini değiştirme veya yeni sorular eklemeye esneklik sunması ve katılımcılara fenomen hakkındaki düşüncelerini ifade etmeleri için yeterli zaman ve alan sağlaması nedeniyle tercih edilmiştir.

#### **4.7.2. Veri Toplama Süreci ve Katılımcılar**

Araştırmada, Gaziantep bölgesinin gelişmesinde kültürel miras turizminin katkısını anlamak amacıyla, alanda bilgisi olan paydaşların görüşlerine başvurulmuştur. Bu bağlamda, Gaziantep'teki ilgili kurum ve kişiler için hazırlanan iki ayrı görüşme formu açık uçlu sorular içermektedir. İlk bölümdeki sorular, Gaziantep'teki kültürel miras turizminin konumunu ve rolünü belirlemeye yönelik olup, ikinci bölümdeki sorular ise bölgenin gelişimine kültürel miras turizminin etkilerini, istihdam, alt ve üst yapı çalışmaları, bölgenin imajı gibi faktörler üzerinden ortaya çıkarmaya yöneliktir. Araştırma kapsamında kullanılan sorular, Loulanski (2006), Fayissa, vd., (2007), Soper (2008), Günlü vd., (2009), Alvarez ve Korzay (2011), Necissa (2011), Su ve Wall (2011), Madden ve Shipley (2012), Vargas-Hernández (2012), Bonini ve Shoup (2014), Ceylan ve Eravcı (2019),

Cerisola ve Panzera (2021) ve Panzera (2022)'nin çalışmalarından esinlenilerek geliştirilmiştir. Öte yanan soruların kapsam geçerliğini sağlamak adına tez izleme komitesinin görüşleri alınmış ve ayrıca nitel yöntemlerle ilgili alanda çalışmalar yapan akademisyenlerin görüş ve önerileride dikkate alınmıştır. Gerçekleştirilen görüşmelerin ardından, çalışmanın amacına hizmet etmeyen sorular çıkarılarak yarı yapılandırılmış görüşme formuna son şekli verilmiştir.

#### **GAZİANTEP'İN KÜLTÜREL MİRAS TURİZM POTANSİYELİNE YÖNELİK SORULAR**

1. Gaziantep'te, kültürel miras turizminin mevcut durumu hakkında ne düşünüyorsunuz?
2. Gaziantep'e gelen turistler, genelde hangi kültürel miras değerlerine talep göstermektedir?
3. Gaziantep'e daha fazla kültürel miras turistin talep göstermesi için neler yapılabilir?
4. Gaziantep'te kültürel miras turizmini daha fazla geliştirmek için neler yapılabilir?
5. Gaziantep bölgesinde kültürel miras turizminin, güçlü ve zayıf yönleri nelerdir?
6. Gaziantep'te, kültürel miras turizmi kapsamında geri planda kalan kültürel miras değerleri nelerdir?

#### **GAZİANTEP'İN BÖLGESEL GELİŞİMİNDE KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİNİN KATKISINA YÖNELİK SORULAR**

7. Gaziantep bölgesinin gelişmesinde, kültürel miras turizminin etkisini nasıl değerlendirirsiniz?
8. Gaziantep'te kültürel miras turizminin, istihdam üzerindeki etkisi nedir?
9. Gaziantep'te kültürel miras turizminin, alt ve üst yapı çalışmalarına etkisi nedir?
10. Gaziantep'te kültürel miras turizminin, yerel halk üzerindeki sosyal ve kültürel etkileri nelerdir?
11. Gaziantep de kültürel miras turizminin, kentin imajına etkisi nedir?
12. Gaziantep bölgesine gelen turistlerin daha fazla harcama yapması için neler yapılabilir?
13. Ele almadığımız fakat sizin paylaşmak istediğiniz herhangi bir şey var mı?

Katkınız için teşekkür ederim

#### **Şekil 4.4. Görüşme Soruları**

Araştırmanın başlangıç aşamasında, görüşme yapılacak kişiler, belirli ölçütler temelinde araştırmanın amacına uygun olarak belirlendi. Bu bağlamda, Gaziantep ve çevresinde kültürel miras turizminin gelişimini ve katkısını değerlendirebilmek amacıyla katılımcılar; uzun süre Gaziantep'te ikamet etmiş, kültürel miras turizmiyle ilgili bir bağlantısı bulunan ve kültürel miras turizminin etkileri hakkında fikir sahibi olup olmama kriterlerine göre seçildi. Bu bağlamda görüşme yapılacak kişilerin belirlenmesi aşamasında amaçlı örneklem yönteminden yararlanılmıştır. Tongco (2007), amaçlı örneklem yöntemini, toplanan verilerin daha sağlıklı ve güvenilir

olması amacıyla, alanında uzman olan kişilerle yapılan görüşmeler durumu olarak ifade etmektedir. Ayrıca kişilerden ziyade, sosyal süreç veya organizasyonlar üzerine yapılan araştırmalarda tercih edilen bir yöntem olan amaçlı örneklem yöntemi (Silverman, 2018), araştırmacının kendi kişisel gözleminden hareket ederek araştırma sorunsalına uygun birtakım özelliklere sahip deneklerin seçilmesini içermektedir (Gürbüz ve Şahin, 2015; Altındış ve Ergin, 2018, 96). Bu bağlamda, Gaziantep'te kültürel miras turizmi üzerine uzmanlar ve akademisyenlerle gerçekleştirilen istişareler sonucunda, bölgesel gelişmeye etkisi konusunda bilgi ve deneyime sahip kişilerin titizlikle belirlenmesine özen gösterilmiştir. Belirlenen kişilerden randevular talep edilerek müsaitlik durumlarına göre görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler sırasında, katılımcılara konu hakkında bilgi verebilecek veya önerebilecekleri başka kişilerin olup olmadığı konusunda görüşleri alınmıştır. Bu bağlamda katılımcıların önerdiği kişilerle de görüşmeler gerçekleştirilerek onların da konuyla ilgili görüş ve deneyimleri alınarak kaydedilmiştir. Bu süreçte her bir katılımcı ile bir referans aracılığıyla iletişim kurulmuştur.

Araştırma verilerinin toplanma sürecinde kullanılan örneklem yöntemi ise amaçlı örneklem yöntemiyle özdeşleşmiş olan "kartopu örneklem yöntemi"dir. Kartopu örnek yöntemi, evrenin tam olarak tespit edilemediği ve örneklem içindeki öğelerin birbirine bağlı olduğu durumlar için tercih edilen bir yöntemdir (Altındış ve Ergin, 2018). Bu metodoloji, araştırmanın belirlenen kriterlere uygun birkaç örnekleme seçme ve elde edilen bilgiler veya öneriler doğrultusunda diğer deneklere ulaşma durumunu içermektedir (Gürbüz ve Şahin, 2015). Yeni denekler, tepeden aşağı doğru bir yaklaşım benimseyerek, her bir görüşme sonrasında örneklem sayısını artırarak büyük bir kartopu şeklinde birleşen kar kütesini anımsatan bir yapı oluşturmaktadır. Bu isim, küçük bir örneklemeyle başlanıp her görüşmenin ardından örneklem sayısının artmasından kaynaklanmaktadır. Bilgi açısından zengin, temel bilgileri sağlayabilen veya alternatif bakış açıları sunabilen katılımcılara ulaşmak amacıyla kullanılan bu yöntem, başlangıçta geniş bir kaynak yelpazesi sunmasına rağmen, kullanılan ifadeler tekrarlandıkça birbirine yakınlaşma eğilimindedir (Patton, 2018: 237).

Araştırma kapsamında, yerel yönetimler, akademisyenler, sivil toplum kuruluşları (STK'lar), İl Kültür Turizm Müdürlüğü, gazeteci yazar, el sanatı ustaları, müze müdürleri, yiyecek içecek işletme sahibi, STK'lar, akademisyenler, yerel yönetimler, otel müdürü gibi farklı sektörlerden toplamda 40 katılımcı ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. 10 Haziran-23 Temmuz 2023 tarihleri arasında, 43 gün süresince araştırma sahasında bulunarak, katılımcıların uygunluk durumlarına göre dönüş yaptıkları tarihlerde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmanın katılımcı grubu, nitel araştırmalarda sıkça kullanılan amaçlı örneklem tekniklerinden maksimum çeşitlilik ve kartopu örnekleme yöntemlerinden faydalanılarak belirlenmiştir (Merriam ve Tisdell, 2016).

Araştırmaya dahil edilen katılımcılar, belirli kriterlere uygun olmaları temel alınarak seçilmiştir. Temel kriter, katılımcıların kültürel miras turizmi ve bu turizm türünün bölgesel gelişmeye olan katkıları hakkında bilgi sahibi olmalarıdır. Ayrıca, veri çeşitliliğinin sağlanması ve kapsamlı bilgilerin elde edilmesi için farklı meslek gruplarından bireyler araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Araştırmaya dahil edilen ortak araştırmacı sayısı, araştırılan fenomeni temsil edebilecek veri doygunluğuna ulaşılmasıyla belirlenmiştir. Özellikle, araştırılan fenomeni açıklayıcı düzeyde veri toplandığında, diğer belirlenen ölçütler dikkate alınmaksızın araştırma sonlandırılabilir (Charmaz, 2011: 167).

Bu kapsamda, araştırmaya katılan bireylerin seçimi, belirli bir uzmanlık alanına sahip olmalarının yanı sıra, kültürel miras turizmi konusunda derinlemesine bilgi ve deneyime sahip olmaları üzerine odaklanmıştır. Ayrıca, farklı meslek gruplarından katılımcıların dahil edilmesi, araştırmanın kapsamını genişleterek çeşitli bakış açılarını ve deneyimleri içermesine yardımcı olmuştur. Veri toplama sürecinde, araştırmanın ana konusunu açıklamak için gerekli bilgi ve içgörü sağlayacak yeterli veri toplandığında, araştırmanın sonlandırılması, araştırma sürecinin etkinliği ve verimliliği açısından önemli bir yaklaşımdır. Bu noktada, Charmaz'ın vurguladığı gibi, veri toplama sürecinin belirlenen hedeflere ulaştırılması ve araştırmanın amacına hizmet ettiği doğrulandığında, araştırma sonlandırılabilir.

Bu çalışmada, toplam 40 katılımcıyla gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda veri doygunluğuna ulaşıldığında görüşmeler sonlandırılmıştır. Görüşmeler,

katılımcıların bilgi ve onayı doğrultusunda ses kayıt cihazıyla kaydedilmiştir. Bu süreçte, en az 11,05 dakika, en çok 72,26 dakika ve toplamda 20 saat 33 dakika süren yüz yüze görüşmeler neticesinde araştırma verileri elde edilmiştir. Araştırma kapsamında görüşülen katılımcıların mahremiyetlerini korumak amacıyla isimleri gizli tutulmuş ve çeşitli özellikleri Tablo 4.1'de detaylı bir şekilde sunulmuştur.

**Tablo 4.1. Katılımcılara Yönelik Bilgiler**

Katılımcı	Çalışma Durumu	Eğitim Durumu	Mesleki Deneyim	Yaş
K1	Gaziantep Üniversitesi	Lisansüstü	29 Yıl	57
K2	Gaziantep Üniversitesi	Lisansüstü	19 Yıl	45
K3	Gaziantep Üniversitesi	Lisansüstü	8 Yıl	42
K4	Gaziantep Üniversitesi	Lisansüstü	21 Yıl	48
K5	Seyahat Acentası	Lisans	22 Yıl	40
K6	Seyahat Acentası	Lisans	13 Yıl	43
K7	Seyahat Acentası	Lisans	37 Yıl	61
K8	Seyahat Acentası	Lisansüstü	18 Yıl	50
K9	Seyahat Acentası	Ön Lisans	17 Yıl	63
K10	İl Kültür Turizm Müdürlüğü	Lisans	7 yıl	48
K11	Kokartlı Rehber	Lisans	21 Yıl	63
K12	Koruma Uygulama Denetim	Lisans	19 Yıl	45
K13	Koruma Uygulama Denetim	Lisans	18 Yıl	39
K14	İpekyolu Kalkınma Ajansı	Lisansüstü	9 Yıl	35
K15	Gazeteci-Yazar	Lisans	39 Yıl	38
K16	STK	Lisans	40 Yıl	66
K17	STK	Lisans	19 Yıl	51
K18	Kokartlı Rehber	Lisans	31 Yıl	53
K19	Anıtlar ve Koruma Kurulu	Lisans	32 Yıl	53
K20	Ticaret Odası	Lisans	14 Yıl	36
K21	Turizm Tanıtma	Lisans	9 Yıl	34
K22	Müze Müdürü	Lisans	13 Yıl	35
K23	Müze Müdürü	Lisansüstü	4 Yıl	33
K24	Müze Müdürü	Lisansüstü	9 Yıl	32
K25	Müze Çalışanı	Lisans	11 Yıl	31
K26	Müze Müdürü	Lisans	8 Yıl	30
K27	Müze Müdür Yrd.	Lisansüstü	16 Yıl	44
K28	Otel Genel Müdürü	Lisans	39 Yıl	63
K29	El Sanatları Ustası ve İşl. Sahibi	İlkokul	46 Yıl	58
K30	El Sanatları Ustası ve İşl. Sahibi	Lisans	34 Yıl	60
K31	El Sanatları Ustası ve İşl. Sahibi	İlkokul	41 Yıl	59
K32	El Sanatları Ustası ve İşl. Sahibi	İlkokul	24 Yıl	38
K33	El Sanatları Ustası ve İşl. Sahibi	İlkokul	31 Yıl	42
K34	El Sanatları Ustası ve İşl. Sahibi	İlkokul	43 Yıl	56
K35	El Sanatları Ustası ve İşl. Sahibi	İlkokul	44 Yıl	56
K36	Yerel Yönetim (Valilik)	Lisans	6 Yıl	33
K37	Yerel Yönetim (GBB)	Lisans	20 Yıl	38
K38	Yerel Yönetim (ŞKB)	Lisans	11 Yıl	33
K39	Yerel Yönetim (ŞBB)	Lisans	20 Yıl	46
K40	Yiyecek-İçecek İşl. Sahibi	Lise	24 Yıl	43

Gerçekleştirilen araştırma kapsamında katılımcılara yönelik bazı özellikler Tablo 4.3. üzerinden sunulmaktadır. İlgili tablo, katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve mesleki deneyim gibi faktörlere göre dağılımını göstermektedir. Bu bağlamda cinsiyet bazında, katılımcıların %77,5'i erkek, %22,5'i ise kadındır. Yaş dağılımı açısından bakıldığında katılımcıların %55'i, 35-54 yaş arasında bulunmakta, %27,5'i 55 yaş ve üzerinde iken %17,5'i, ise 18-34 yaş aralığında olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcılar, eğitim düzeyi açısından incelendiğinde, %55'i lisans mezunu, %22,5'i lisansüstü, %15'i ilköğretim, %5'i ön lisans ve %2,5'unun ortaöğretim mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların mesleki deneyimine bakıldığında, %45'i, 21 yıl ve üzeri deneyime sahipken, %35'i 11-20 yıl arası ve %20'si 4-10 yıl arasında mesleki deneyime sahip oldukları yine ilgili tablo üzerinden görülmektedir. Bu kapsamda araştırmaya katılanların genel profili değerlendirildiğinde; katılımcıların çoğunluğunun orta yaş ve üzeri, lisans derecesine sahip, uzun süreli mesleki deneyimi bulunan erkekler olduğu gözlemlenmektedir.

#### **4.8. Verilerin Analizi**

Nitel veri analizinin temel amacı, bireylerin özgün bir şekilde yapılandıkları sistematik olarak anlaşılması ve sonuç olarak kavramsallaştırılması veya kuramsallaştırılmasıdır (Ekiz, 2020: 83). Miles ve Huberman (1994) nitel veri analizinde üç temel yaklaşıma dikkat çekmişlerdir (Boyras ve Tepe, 2019):

- Yorumlayıcı yaklaşım, sosyal eylemlere ve insan eylemlerine metin olarak yaklaşıma olanak tanımaktadır. Veri toplama sırasında elde edilen gözlem ve görüşme verileri transkribe edildikten sonra araştırmacı verileri kodlama veya sınıflandırma yoluyla somutlaştırır. Bu yaklaşım genel anlamlar çıkarmak için kullanılmaktadır.
- Sosyal antropolojik yaklaşım, genellikle araştırmalarında olay veya alan çalışması yapmayı planlayan araştırmacılar tarafından kullanılan bir yöntemdir. Bu tür veriler de analiz için alan notları bilgi haline getirildikten sonra bilgiler metin olarak değerlendirilip yorumlayıcı analiz yapılır.

- İşbirlikçi sosyal araştırma yaklaşımı, bu tür çalışmalar gerçekleştiren araştırmacılar bir çeşit eylem ya da değişimi tamamlamak için belirli bir ortamda paydaş olan katılımcılarla birlikte çalışırlar.

Hitchcock ve Hughes (1995), nitel veri analizinin temel özellikleri şu şekilde ifade etmişlerdir:

- Nitel veri analizi, tümevarımsal, yenilikçi, açıklayıcı, keşfedicidir.
- Nitel veri analizi, verilerle yeniden çalışmayı içermektedir.
- Nitel veri analizi, alan notlarını tekrar incelemeyi ve yazıya dökmeyi içermektedir.
- Nitel veri analizi, kategorilendirilebilecek kodlama yapmayı içermektedir.
- Nitel veri analizi, zaman ve mekân bağlamı içerisinde oluşan etkinliklerin karşılaştırılmasını içermektedir.
- Nitel veri analizi, betimleme, analiz ve süreç ilişkisine dayanmaktadır.
- Nitel veri analizi, verilerin kategorilendirilmesini ve genel özelliklerin ya da kategorilerin oluşturulmasıyla ilgilenir (Ekiz, 2020).

Bu çalışmada, tümevarımsal analiz yöntemi tercih edilmiş ve veriler yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla toplanmıştır. Yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak elde edilen veriler, çalışmanın temel amacına yönelik olarak iki aşamada değerlendirilmiştir. İlk aşamada, Gaziantep ve çevresinin kültürel miras turizm potansiyelini belirlemek adına bölgedeki somut ve somut olmayan kültürel miras değerleri, doküman incelemesi ve katılımcı ifadeleri üzerinden detaylı bir durum tespitiyle ortaya konulmuştur. Ardından, kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye etkilerini anlayabilmek amacıyla MAXQDA 20 Nitel Veri Analiz Programı kullanılmıştır. Veri türüne göre kodlar, kategoriler ve temalar belirlenmiş, bu doğrultuda analizler gerçekleştirilmiştir.

Verilerin analizinden önce katılımcılarla gerçekleştirilen görüşme kayıtları araştırmacı tarafından transkribe edilmiştir. Görüşme kayıtlarının yazıya dönüştürülmesi 27 Temmuz- 30 Eylül 2023 tarihleri arasında tamamlanmıştır. Daha sonrasında ses kayıtlarının doğru şekilde aktarılıp aktarılmadığını teyit etmek amacıyla uzman görüşüne başvurulmuş ve doktora eğitimini tamamlamış iki kişiden

destek istenmiştir. Bu kapsamda gerçekleştirilen 40 görüşmeden rastgele seçilen 2 görüşme bir kişiye, 3 görüşme ise diğer bir kişiye gönderilmiştir. Araştırmacı tarafından yazıya aktarılan ses kayıtlarının dökümleriyle ses kayıtlarını karşılaştıran uzmanlar, on beş gün içerisinde geri dönerek verilerin eksiksiz olarak birebir aktarıldığını ifade etmişlerdir.

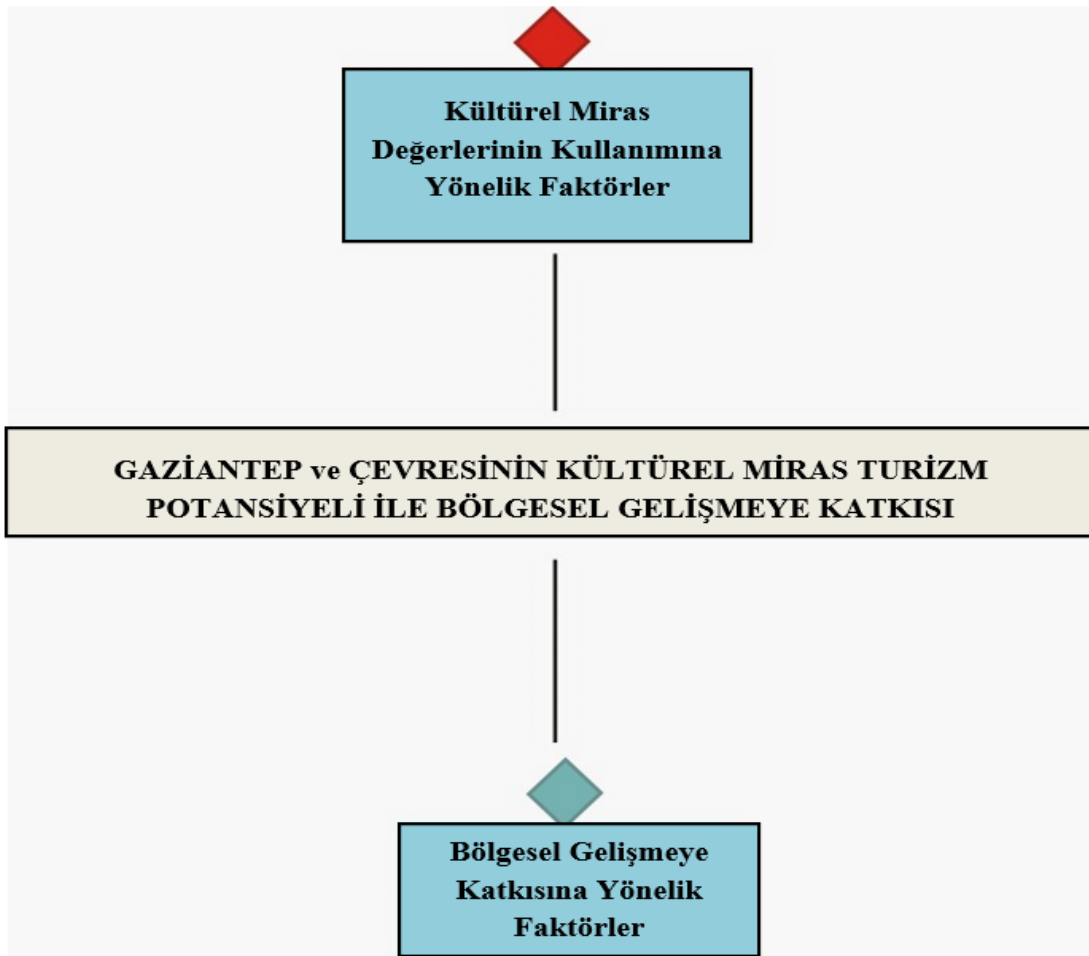
Verilerin analize hazır olmasıyla birlikte okuma sürecine geçilmiştir. İlk okuma aşamasında not almadan genel bir anlama odaklanılmıştır. Ardından, ikinci okuma sürecinde araştırmanın problem cümlesi göz önünde bulundurularak potansiyel kodlamalar belirlenmiş ve veri üzerine notlar alınmıştır. Bu aşamadan sonra, MAXQDA 20 Nitel Veri Analiz Programı kullanılarak görüşmelerde kullanılan araştırma soruları temel alınarak kodlamalar gerçekleştirilmiştir. Kodlama işlemi tamamlandığında, benzer kodlar ilgili kategorilere gruplanmış, ilgisi olmayan kodlar ise analiz dışı bırakılmıştır. Sonrasında, kategoriler arasındaki ilişkiler incelenerek temalar ortaya çıkarılmıştır. Nitel araştırma alanındaki uzman iki kişiye veriler gönderilerek onlardan da kodlar, kategoriler ve temalar oluşturmaları istenmiştir. Bu sürecin ardından, araştırmacı ve uzman görüşleri birleştirilerek ortaya çıkan kodlar, kategoriler ve temalar karşılaştırılmış ve gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Yapılan incelemeler tamamlandıktan sonra, tez izleme jürisinin görüşlerine başvurulmuş ve alınan geri bildirimler doğrultusunda raporlama aşamasına geçilmiştir.

#### **4.9. Araştırmanın Bulguları ve Yorumlama**

Araştırma kapsamında, kültürel miras turizm potansiyelinin bölgesel gelişmeye katkısının anlaşılmasına çalışıldığı bu çalışmada, paydaşlarla gerçekleştirilen derinlemesine görüşmeler ve elde edilen veriler tematik analiz yöntemiyle çözümlenmiştir. Analiz sonucunda, kültürel miras değerlerinin kullanımı ve bölgesel gelişmeye katkısı olarak iki tema belirlenmiştir. Bu temalara bağlı olarak ortaya çıkan kategori ve kodlara takip eden alt başlıklarda detaylı olarak yer verilmiştir.

*Tematik Analiz:* Kodların bulunması, ilgili kodların gruplandırılarak kodlardan kategorilerin oluşturulması, ilgili kategorilerin ise bir üst seviyede

birleştirilerek temaların oluşturulması ve toplanan sözel verilerin kod-kategori-tema bünyesinde gözden geçirilerek çıkarımlar yapılmasını içermektedir. Bununla birlikte tematik analiz yönteminin temel aşamaları, verilerin kodlanması, temaların bulunması, temaların ve kodların organize edilmesi, verilerin kodların ve temaların ışığında incelenmesi ile bulguların ortaya konularak yorumlanması şeklindedir (Braun ve Clarke, 2013). Gerçekleştirilen tematik analiz kapsamında oluşan temalar şekil 4.5'te verilmiştir.



Şekil 4.5. Ana Temaların Gösterimi

Temalardan kültürel miras değerlerinin kullanımına yönelik faktörler kendi içerisinde 6 ana kategori ve 34 alt kategoriye ayrılmıştır. Diğer yandan bölgesel gelişmeye katkısına yönelik tema ise kendi içerisinde 6 kategori ve 17 alt kategoriye ayrılmıştır.

#### **4.9.1. Kültürel Miras Değerlerinin Kullanımına İlişkin Bulgular**

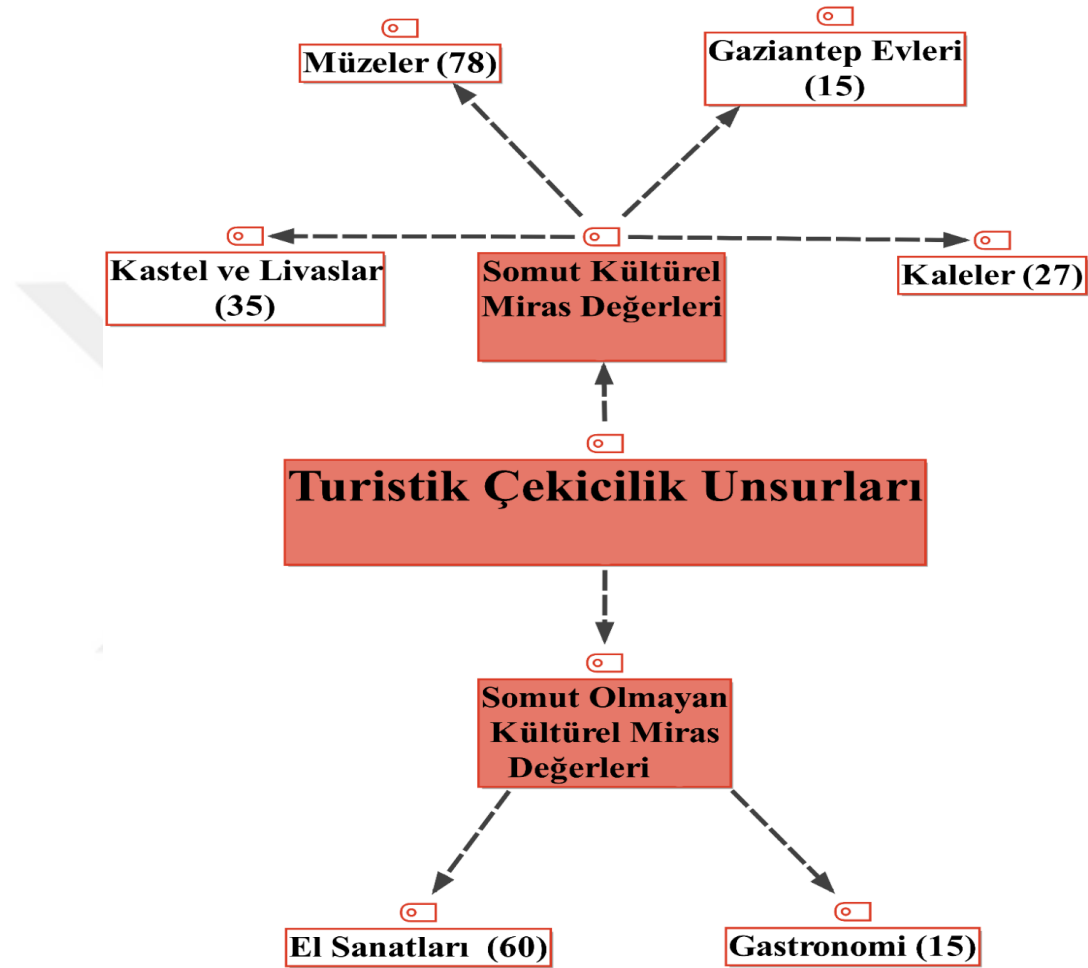
Son zamanlarda, kültürel miras turizmi yüksek düzeyde talep gören bir alternatif turizm türü haline gelmiştir. Bu durumun oluşmasında, kültürel miras değerlerinin turistik ürüne dönüştürülmesi veya destinasyon merkezlerinde bulunan değerlerin turistik ürün olarak kullanılması oldukça önem arz etmektedir. Bununla birlikte kültürel değerlerin turistik ürüne dönüştürülmesi ve etkin bir şekilde kullanılması konusunda çeşitli unsurlar etkin rol oynayabilmektedir. Ayrıca mevcut unsurların etkin bir şekilde yönetilmesi ve kültürel miras değerlerinin sürdürülebilirliğin sağlanması bir destinasyonu çekici kılmakta ve kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye olumlu katkı sağlamasını olanaklı kılmaktadır. Toplumların ortak hareket noktalarını şekillendiren kültürel miras değerleri aynı zamanda ait olduğu destinasyonlara derinlik ve zenginlik katmaktadır.

Gaziantep, zengin tarihi geçmişi, çeşitlilik gösteren kültürel mirası ve sanatsal dokusuyla kültürel miras turizmi açısından son derece çekici bir destinasyon konumundadır. Geçmişten günümüze taşınan önemli değerleri ile bilinen şehir, bu değerlerin günümüzdeki kullanımına dair elde edilen bulgularla turistik potansiyelini şekillendirmektedir. Özellikle gastronomisi, müzeleri ve yerel el sanatları, Gaziantep'in kültürel miras turizmi açısından öne çıkan unsurları arasında yer almaktadır. Bununla birlikte, anıtlar, sivil mimari örnekler, sanat eserleri ve bu değerler ile ilişkilendirilen ritüeller ve geleneksel üretimler, Gaziantep'in coğrafyasının karakterini belirleyen ve toplumların ortak hareket noktalarını oluşturan ritüel uygulamalar olarak öne çıkmaktadır. Bu durum Gaziantep'i kültürel miras turizmi açısından oldukça çekici hale getirmektedir.

##### **4.9.1.1. Turistik Çekicilik Unsuruna Yönelik Bulgular**

Kültürel miras değerlerinin kullanımına ilişkin bulgular teması altında yer alan turistik çekicilik kategorisi, iki alt kategorilere ayrılmıştır. Bu alt kategorilerde, Gaziantep'in turistler için çekici kılan unsurlar olan zengin tarihi, kültürel miras çeşitliliği, lezzetleri ve sanatsal dokusu yer almaktadır. Şekil 4.6'da gösterilen bulgular, şehrin kültürel mirasının çeşitli yönlerini ve bu değerlerin kullanım düzeyini görsel olarak ortaya koymaktadır. İlgili şekilde görüldüğü üzere, turistik

çekicilik unsurlarından *somut kültürel miras değerleri*, bir destinasyonda bulunan gözle görülür olan varlıkları içeren, *somut olmayan kültürel miras değerleri* insanların belirli bir birikim sonucu kazandıkları deneyimlerinin etkisiyle ortaya konulan ve daha çok deneyimleme yoluyla fark edilen değerleri içermektedir.



Şekil 4.6. Kültürel Miras Değerlerinin Turistik Çekicilik Unsurları

NESCO, 1972'de anıtlar, yapı toplulukları ve sitler gibi somut kültürel miras değerlerine yönelik düzenlemeler yaparak, 2003'te ise gösteri sanatları, toplumsal uygulamalar, doğa ve evrenle ilgili bilgiler ile el sanatları gibi somut olmayan kültürel miras değerlerine yönelik düzenlemeler gerçekleştirmiştir. Bu düzenlemeler, söz konusu değerleri ön plana çıkararak turistik çekicilik unsurlarına dönüştürürken, kültürel mirasın korunması ve tanıtılması açısından önemli bir adım olmuştur. Ayrıca turistlerin ilgisini çeken bu değerler kültürel miras turizmi kapsamında bulunduğu destinasyon alanlarının gelişmesine de katkı sağlar hale gelmiştir.

Araştırma kapsamında kültürel miras değerlerinin kullanımına yönelik turistik çekicilik unsurları, somut kültürel miras değerleri (155) ve somut olmayan kültürel miras değerleri (75) olmak üzere iki temel perspektiften ele alınmıştır. Gerçekleştirilen araştırma kapsamında somut kültürel miras değerleri kategorisinde dört üst kod yer almakta olup bunlar; *müzeler (78)*, *kastel ve livaslar (35)*, *kaleler (27)*, *Gaziantep evleri (15)* şeklindedir. Somut olmayan kültürel miras değerleri kategorisi ise *el sanatları (60)* ve *gastronomi (15)* olmak üzere iki üst kod'tan oluşmaktadır. Bu kapsamda turistik çekicilik unsurları (230) katılımcılar tarafından sıklıkla dile getirilen bir kod olarak dikkat çekmektedir. Bu kapsamda Katılımcılardan K5'in konuya yönelik düşüncesi: *“Gaziantep dünyanın en eski şehirlerinden bir tanesi, soyut ve somut olarak birçok varlıkları içinde barındırıyor. Gaziantep'te arkeologlar tarafından, gerçekleştirilen yeni kazılarda farklı şeyler bulunabiliyor. Kültürel miras anlamında Gaziantep gerçekten çok zengin bir şehir”* şeklindedir. Benzer şekilde K21, görüşünü: *“Gaziantep'in sahip olduğu kültürel miraslardan tarihi Gaziantep Kalesi, antik kentler, mozaikler, tarihi camiler gibi kültürel miras zenginlikleri gerek şehrin gerekse bölgenin kalkınmasında önemli bir rol oynamaktadır. Kültürel mirasa yalnızca somut kavramlarla değerlendirmek Gaziantep için eksik kalacaktır. Çünkü Gazi şehrin somut olmayan kültürel mirası oldukça güçlüdür. Gastronomisinden gelenek göreneklerine kadar her değer oldukça kıymetlidir. Öyle ki UNESCO Gastronomi ağına girmek, hamam kültürünü müzeye dönüştürmek bunlara verilecek örneklerdendir”* şeklinde ifade etmiştir.

#### ➤ Somut Kültürel Miras Değerlerinin Kullanımına Yönelik Bulgular

Kültürel miras turizmi açısından önemli bir çekicilik unsuru olan müzeler (Bordeaux ve Kinimont, 1999), açısından Gaziantep ülkenin öne çıkan kentleri arasında yer almaktadır. Bu kapsamda kentte çeşitli alanlara hitap eden 20'nin üzerinde müze bulunmaktadır. Bu müzelerden en öne çıkanı ise 2011 yılında hizmete giren Zeugma müzesidir. 2022 yılında yaklaşık 440 bin kişinin ziyaret ettiği müze 6 Şubat 2023 depreminin etkisiyle 2023 yılında hedeflediği sayıya ulaşamamıştır. Bununla birlikte katılımcıların yoğun görüş bildirdiği Zeugma müzesi kentin önde gelen kültürel çekicilik unsurları arasında yer almaktadır. Bu kapsamda, K1: *“Zeugma bizim en büyük özelliğimiz, bilindiği üzere 2013 yılında Zeugma Müzesi*

*Cumhurbaşkanlığı Özel Ödülünü almıştır. Bu yüzden bizim en büyük değerimizin başında Zeugma Müzesi geliyor.” Benzer bir görüş bildiren K23: “Yer olarak söylemek gerekirse genellikle Zeugma’yı ön planda tutuyorlar, yani Zeugma çok ziyaretçi çeken bir yer.” düşüncesini şeklinde ifade etmiştir. K38 ise müzelerin durumuna daha genel bir açıdan yaklaşarak: “Gaziantep’e ilk gelen Zeugma Mozaik Müzesine gitmek istiyor, sonrasında burasının büyük bir tarihi geçmişi olduğu için Antep savunmasıyla ilgili bütün müzeleri gezmek istiyor. Kültürel miras kapsamında evet müzelere çok talep var. Mesela yeni açılan Panorama müzesine şu an çok talep var, oyuncak müzesine var, mutfak müzesine var.” Katılımcı ifadelerinden hareketle Gaziantep’in kültürel miras turizmi kapsamında müzeler açısından zengin bir şehir olduğu ve bu alanda büyük bir talep gördüğü anlaşılmaktadır. Ayrıca Gaziantep’in kültürel zenginliklerinin ve turistik potansiyelinin önemli bir parçası olarak müzelerin ve özellikle de Zeugma'nın öne çıktığı görülmektedir. Müzelerin, kâr amacı gütmeyen, toplumun gelişimine ve hizmetine odaklanmış, halka açık daimî kuruluşlar olarak kabul edilmesi ve bu kapsamda insanlar ve yaşam çevreleriyle ilgili somut kanıtları araştırma, eğitim ve zevk alma amacıyla toplayan, koruyan ve sergileyen, kentsel belleğin ve bir topluluğa ait kimliğin gelecek nesillere aktarılmasında önemli rol oynayan mekanlar olarak görülmesi (Gürel, 2006) müze çeşitliği bakımından ülkenin zengin şehirlerinden birisi olan Gaziantep’in kültürel miras turizm potansiyeline ve turistik çekiciliğine olumlu yansımaktadır.*

Gaziantep’in somut kültürel miras değerleri arasında öne çıkan bir diğer değer ise **kastel ve livaslardır (35)**. Gaziantep'te, tarihi kent dokusunu kaplayan kapsamlı bir su yolu ağı bulunmaktadır. Yerel halk tarafından "Livas" olarak adlandırılan su yolu ağı, şehir dışındaki kaynaklardan kanallar yardımıyla, suyu şehre taşımak için yer altında kazılmış tünellerdir. Bu kanallar, yerçekimi sayesinde suyun hafif eğimli tüneller boyunca akmasını sağlayarak, suyun kullanıma açıldığı kasteller aracılığıyla halkın su ihtiyacını karşılamaktadır. Sadece Gaziantep’e özgü olan bu kültürel miras değeri katılımcı ifadelerinden yeterince turizme kazandırılmamış olduğu anlaşılrsa da, önemli bir çekicilik unsuru olarak öne çıkmaktadır. Bu durumu K24 “Gaziantep deyince insanların aklına hiç gelmeyen bir değer var. Yeraltı su kanalları livaslar ve kasteller. Bunlar çok değerli bir yapıt ama bunlar çok fazla

bilinmez. Bunlarla ilgili tanıtımlar zaman zaman yapıldı fakat insanlar tarafından gözardı edildiğini düşünüyorum. Gaziantep kurak bir şehirdir, her yerde su yoktur. İnsanların ise yerleşim kurmaları için suya ihtiyaçları vardır ve bu suyu şehire getirmek gerekiyor. Peki nasıl yapacaksınız bunu, yeraltından kanallarla, şu anda mevcut yaklaşık 100-150 km'lik bir ağdan bahsedilir. Bunların bir kısmı çökmüş, bir kısmı kapanmış, bir kısmı hala aktiftir ama çok fazla bilinmez.” şeklinde ifade ederken, benzer şekilde K37: “Gaziantep'te bulunan livaslar ve kasteller dünyada görülebilen ender mebusu mimarisine sahip yapılar. UNESCO geçici miras listesine alındı livas ve kasteller. Şu an bu yapıların gerçek listeye alınması için çalışmalar devam ediyor. Bunlar içerisinde Pişirici mescidi ve pişirici kasteli daha fazla ilgi görüyor.” şeklinde dile getirirken, UNESSCO'nun geçici miras listesinde yer alan bir değer olduğuna vurgu yapmıştır. Öte yandan K14 bu konuya yönelik görüşünü: “Livas ve kasteller içerisinde en fazla pişirici biliniyor onun dışındakiler, diğerleri, hiçbirisi yada çoğu bilinmiyor. Bir iki tanesi, camilerin alt kısmında kalan yerlerde. Tekrar söylüyorum kasteller çok önemli bir değer, çünkü dünyada çok olmayan bir yapı, cami her yerde var, müze her yerde var tamam teması farklı ama her yerde olabilen yapılar ondan sonra sokaklar, mekânlar, kaleler, gastronomi her yerde var ama bir kastel ve livas diye bir kültürü başka bir yerde bulamazsınız.” şeklinde ifade etmiştir. Diğer taraftan kastel ve livasların yeterince tanıtılmadığını dile getiren K19 “Pişirici Mescidi kasteli gerçekten etkileyici, gelen turistler hayranlıkla izliyor, inanın bunlar Zeugma kadar önemli yapıtlar, bunlar turizme kazandırılması halinde ekonomik açıdan getirisi olabilecek yapıtlar. Eğer bu yapıtlara bütçe ayrılıp planlı bir çerçevede, programlı bir şekilde restore edilirse kültürel miras turizmine çok büyük katkı sağlayacaktır.” şeklinde görüş bildirmiştir. Katılımcı ifadelerinden ve bu alanda yapılmış çalışmalardan (Uçar, 2017), hareketle, geleneksel su taşıma sistemi olan kanat (livas) sistemine iniş yapıları olan kastel yapılarının, Türkiye’de ve dünyada yalnızca Gaziantep şehrinde bulunduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte UNESCO'nun Geçici Dünya Miras Listesi'nde de yer alan kastel yapılarının ilk zamanlarda 16 adet olduğu fakat bu yapılardan sadece 6 tanesinin günümüze ulaşabildiği varsayılmaktadır. Bu kapsamda günümüze ulaşabilmiş kastel yapıları; İmam Gazali kasteli, Kozluca, Pişirici kasteli, Şeyh Fethullah kasteli, İhsanbey kasteli ve Ahmet Çelebi kasteli şeklindedir. Bu yapıların turizme kazandırılması

sürdürülebilirliği ve gelecek kuşaklara aktarılabilmesi açısından oldukça önem arz etmektedir.

Somut kültürel miras değerleri kategorisinde katılımcılar tarafından görüş bildirilen bir diğer üst kod **kalelerdir (27)**. TDK sözlüğünde, kale; düşmanın gelmesi beklenen yollar üzerinde, askeri önem taşıyan şehirlerde, geçit ve dar boğazlarda güvenliği sağlamak amacıyla inşa edilen kalın duvarlı, burçlu ve mazgallı bir yapı olarak tanımlanmaktadır ([sozluk.gov.tr](http://sozluk.gov.tr), Erişim Tarihi, 11.10.2023). Kaleler, düşmanın beklenen yollar üzerinde, askeri önem taşıyan kentlerde, geçitlerde ve dar boğazlarda güvenliği sağlamak amacıyla inşa edilmiş kalın duvarlı ve burçlu yapılar olarak da tanımlanmaktadır (Yıldız, 2011). Bu yapılar, bir yerleşmeyi çepeçevre sarmakla birlikte, savunma açısından daha elverişli bir konumda da inşa edilebilirken aynı zamanda buldukları coğrafi çevreye en iyi şekilde uyum sağlayarak kendilerine özgü bir karakter kazanan simgelerdir. Araştırma kapsamında katılımcılar kültürel miras turizm değeri açısından Gaziantep'te bulunan kalelerin önemli bir konumda olduğunu belirtirken özellikle son zamanlarda Rum kalenin daha fazla ön plana çıktığını dile getirmişlerdir. Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir: K37 son zamanlarda Rum Kale'ye yönelik yapılan çalışmalara değinerek: *“Gaziantep Büyükşehir Belediyesi ve Gaziantep Valiliğinin ortak çalışmalarıyla Rum Kale'de baraj gölüne toprak dolgusu yapılarak bir sahil oluşturuldu. Yakın zamanda oraya piknik alanları yapıldı. En son Gaziantep Valiliği ve Gaziantep Büyükşehir Belediyesi işbirliğiyle oraya bir cam teras yapıldı.”* şeklinde görüş bildirmiştir. K1'de benzer şekilde bir görüş bildirerek: *“Türkiye'nin en büyük seyir terası Rum Kale'de yapıldı. İnsanlar Rum Kale'ye geldiler manzarayı seyrettiler, Rum Kale, bizim şu an yükselen değerimiz, bütün çalışmalar Rum Kale üzerine yapılıyor.”*. Bir diğer benzer ifade de bulunan K13: *“Bizim neyimiz var kültürel mirasımız var. Biz de bunlara sahip çıkıyoruz. Mesela bir Rum Kalemiz var. Rum Kale'de insanlar gelip tekne turu yapabiliyor, balık tutabiliyor, aileleriyle birlikte vakit geçiriyor.”* bu bölgede yapılan aktivitelere dikkat çekmiştir. Katılımcı ifadelerinden hareketle, Gaziantep'teki kalelerin restorasyonu ve çevresindeki turistik faaliyetlerin artması, şehrin kültürel mirasının korunması ve turizm potansiyelinin geliştirilmesi açısından önemli bir adım olarak değerlendirilmektedir.

Somut kültürel miras değerleri kategorisinde katılımcılar tarafından görüş bildirilen bir diğer üst kod **Gaziantep evleridir (15)**. Katılımcılar, Gaziantep bölgesindeki tarihi evlerin önemli bir kültürel değer ve turistik çekicilik unsuru olduğunu ifade etmişlerdir. Özellikle bu evlerin çoğunun 1800'lü yılların sonlarına ait olduğu (Birdir vd., 2015) bilinmektedir. Bu kapsamda tarihi Gaziantep evleri, turistlerin ilgisini çeken ve şehrin kültürel miras potansiyeline önemli katkılar sağlayan turistik bir çekicilik unsuru olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte *Gaziantep evleri* üst koduna ilişkin katılımcı ifadelerinden bazıları şu şekildedir:

Gaziantep evlerinin turistler tarafından ilgi gördüğünü dile getiren K8: *“Bey mahallesinde eski Antep evleri bulunuyor. Bu değerlere gelen misafirlerimiz oldukça ilgi gösteriyorlar.”* şeklinde görüş bildirirken, K17: *“Bey mahallesi çok güzel değil mi, ne güzel o eski evler restore ediliyor, korunuyor.”* Gaziantep evlerinin restore edilmesine vurgu yapmıştır. K19 ise: *“İstiklal Savaşı'nda çok büyük darbe almıştı eski eserler ama ondan sonraki dönemde birkaç yerin kamulaştırılıp etrafı açıldığında, restore edilip de iç turizm canlanınca bu duruma yerel halkta destek vermeye başladı. Özellikle sivil mimari evlerin bir kısmı satın alınarak restorasyonu yapıp şu anda butik otel gibi restoran gibi çalıştırılıyor.”* Gaziantep evlerinin restorasyon yapılarak turizme kazandırıldığını dile getirmiştir. Benzer şekilde görüş bildiren K5 *“Eski Antep evleri vardır, bilir misiniz Antep evlerini, anneannemin evi hala duruyor. Bunlarla ilgi Avrupa Birliği bir ara finanse etmişti, çoğu ev yıkılmaktan kurtuldu, restorasyona geçildi, restorasyon yapıldı. Hatta Beymahallesinde var Atatürk'ün, biliyorsunuz Atatürk Beymahallesine bağlı nüfus cüzdanında, orda da birçok evi kültürel miras turizmine kazandırdık.”* Gaziantep evlerinin turizme kazandırıldığına vurgu yaparken aynı zamanda bu kültürel miras varlıklarına yönelik Avrupa Birliği'nin katkı sağladığını ifade etmiştir. Diğer bir katılımcı olan K15 bu evlerin özelliklerine değinerek: *“Eski Antep evlerini gezin, balkonlu ev Antep'te 2 tane var, sokağa balkonu olan Antep evi yok ama hayata dönük içeriye dönük, çıktığında merdiveni çıkarsın balkonusuz evin hayatına bakar, sokağa bakmaz sokağa bakan balkon olmaz bu da işte islamiyetle alakalı işte kültürle alakalı içe dönük olan yapılar evin içi dışarıya bakan pencere çok konmaz konsada panjur yaparlar içeriden dışarıya dışarıdan içeri görünmesin, mümkünse*

*komşuya bakan tarafı duvar yaparsın, pencere koymazsın, komşu görmesin komşuyu görmeyim rahatsızlık vermeyeyim diye bu planlama buna göre yapılır.”* Gaziantep evlerinin bir kültürel olgu içerisinde yapıldığını ifade etmiştir. K25’te benzer şekilde Gaziantep evlerinin bir diğer özelliğini dile getirerek: *“Eski Antep evinin girişte bir tane kuyusu var zaten eski Antep evlerinin hepsinde su kuyusu mevcut. Şu an mesela oturduğumuz apartmanların bile altlarında kuyu var, kuyu suyu kullanıyoruz.”* Gaziantep evlerinde genellikle su kuyusunun kullanıldığına vurgu yapmaktadır.

Katılımcıların paylaşımları, Gaziantep evlerinin tarihi ve kültürel önemini vurgulamaktadır. Restorasyon çalışmalarıyla birlikte, bu evlerin korunması ve turizme kazandırılmasıyla ilgili çeşitli çabaların olduğu ifade edilmektedir. Ayrıca, Avrupa Birliği'nin, bu kültürel mirasın korunması ve turizme kazandırılması sürecine katkı sağladığına da dikkat çekilmektedir. Öte yandan Gaziantep evlerinin mimari özelliklerine yapılan vurgular, bu evlerin sadece turistik değil, aynı zamanda kültürel birer sembol olduklarını göstermektedir. İç mimari detaylarından başlayarak, sokak düzenlemelerine kadar her bir unsurun Gaziantep'in geçmişine ve kültürüne olan derin bağını yansıtmaktadır. Ayrıca, Gaziantep evleri sadece birer yapı değil, aynı zamanda şehrin kimliğini oluşturan ve kültürel zenginliğini yansıtan önemli birer simge olarak kabul edilmektedir. Bu evlerin korunması, restore edilmesi ve turizme kazandırılması, Gaziantep'in kültürel mirasını gelecek nesillere aktarmak adına önemli bir adımdır.

#### ➤ **Somut Olmayan Kültürel Miras Değerlerinin Kullanımına Yönelik Bulgular**

İlk kategori olan turistik çekicilik unsurları kategorisinde somut olmayan kültürel miras değerleri (75) alt kategorisi içerisinde 2 üst kod bulunmakta olup bunlar; el sanatları (60) ve gastronomi (15) şeklindedir. Somut olmayan kültürel miras değerleri alt kategorisinde katılımcılar **el sanatları** ile ilgili yoğun görüş bildirmişler ve Gaziantep'e gelen turistlerin el sanatlarına yoğun ilgi gösterdiklerini ifade etmişlerdir. Bu kapsamda Gaziantep el sanatları turizmin gelişiminde, şehir tanıtımında ve turizm faaliyetlerinin yıl boyunca yayılmasında (Akin, 2018) önemli bir yer edinmektedir. Bununla birlikte *el sanatları* üst kodunun kullanımına ilişkin katılımcı ifadelerinden bazıları şu şekildedir;

K32: *“Gaziantep, yerel zanaatkârlar tarafından üretilen el sanatlarıyla biliniyor. Antep el sanatlarının %60'ını kendi üretir kendi yapar, kendi satar, zanaatkârdır yani, yemeni, kutnu, bakır işçiliği, sedef işlemeciliği gibi geleneksel zanaatlar şehrin kültürel mirasının önemli bir parçasını oluşturur burada. Bu el sanatları, turizmin Gaziantep'e olumlu etkisinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Turistler, şehre geldiklerinde bizi geziyor, el sanatlarını izliyor, tarihçesini okuyor görüyor takip ediyor video çekiyor. Bu etkileşimler, şehrin turizm potansiyelini artırıyor, kültürel mirasının korunmasına katkı sağlıyor.”* şeklinde görüş bildirirken, Gaziantep'in zengin el sanatları geleneğiyle bilindiğini ve bu sanatların şehrin kültürel mirasının önemli bir parçasını oluşturduğunu vurguluyor. Bölgede bulunan el sanatlarının birçoğu buradaki zanaatkârlar tarafından üretilip satılırken şehrin ekonomisine katkı sağlamaktadır. Ayrıca Gaziantep'in turizm potansiyelini büyük ölçüde artıran bu durum, şehri ziyaret eden turistlerin bu el sanatlarını deneyimleme, tarihçesini öğrenme ve satın almalarına olanak tanımaktadır. Bu kapsamda kültürel miras turizmi el sanatlarının korunmasını teşvik ederken, yerel ekonomiye önemli bir gelir kaynağı sağlamakta ve Gaziantep zanaatkârlarının yaşamını desteklemektedir. Bir diğer katılımcı olan K24, bir önceki görüşü destekler nitelikte bir görüş bildirirken: *“El sanatları Gaziantep'te çok önemlidir özellikle sedef ve bakır çok değerlidir bizler için, bölgemizde Almacı Pazarı ve Bakırcılar Çarşısı adı altında bir yerimiz var. Burada esnaflar bakırlarını döverler, çeşitli objeler üzerine sedef kakmalar yapılır, bunların hepsini bölgeye gelen turistler bu alanları gezerek yerinde görebilir ve deneyimleyebilirler.”* el sanatı anlamında kente öne çıkan yerleri ifade ederken K30: *“Antep'e gelen herkes bir şekilde bütçesince el sanatından ufak obje den büyük objeye kadar bir şeyi alabiliyor. Bizde önemli olan, dışarıdan gelen bir turist diyelim turizm açısından algı amacıyla Antep'e gelmiş birisinin valizinin bir köşesinde bir yemeni, bir bakır, bir kutnu, bir sedef olabilmek, bu bizim için büyük bir onur”* şeklinde görüş bildirerek turistlerin kendileri için ne kadar önemli olduğunu ifade etmiştir.

Diğer taraftan K12: *“Bakır Gaziantep'ten çıkararak dünyanın her yerinde satılmaya başlandı sadece Gaziantep kent merkezi değil tüm ilçelerde hem somut hem somut olmayan kültürel miras çalışmalarında çok önemli yer alıyorlar.”* ve

K33:“*Bakır işi Gaziantep'te tamamen el sanatı olarak yapılıyor, zaten bakır işçiliğinin coğrafi patenti Gaziantep'tir. Türkiye genelinde var, her yörenin kendine göre bakır ürünleri var ama sadece oyma işçilik olarak, bakır el sanatları olarak coğrafi patenti Gaziantep'e aittir.*” bakır el sanatına dikkat çekerek bu değerinin Gaziantep için önemini vurgulamaktadır. Gaziantep'in el sanatları, şehrin kültürel mirasının temel taşlarından birini oluştururken, turistlerin bu sanatları deneyimlemesi ve satın alması, şehrin turizm potansiyelini artırmakta ve kültürel mirasın yaşatılmasına katkı sağlamaktadır. Özellikle bakır işçiliğinin Gaziantep'e özgü coğrafi patentinin yanı sıra, Almacı Pazarı ve Bakırcılar Çarşısı gibi merkezler, bu sanatların canlılığını ve önemini gözler önüne sermektedir.

Somut olmayan kültürel miras değerleri alt kategorisinde katılımcılar tarafından görüş bildirilen bir diğer üst kod gastronomidir (15). Katılımcılar Gaziantep'in coğrafyasında farklı kültürlerin uzun süre bir arada yaşadığını ve bu durumun zengin bir kültürel etkileşime yol açtığını ifade etmişlerdir. Özellikle Araplar, Ermeniler ve Türkmenlerin bir arada bulunduğu bu bölgede, farklı kültürel etkileşimler bir araya gelmiş ve Gaziantep'in mutfak kültürünü önemli ölçüde etkilemiştir. Bu açıdan bakıldığında, Gaziantep'in gastronomi mirası, uzun süredir devam eden kültürel etkileşimlerin ve çeşitliliklerin bir ürünüdür, bu da şehrin mutfak kültürünün zenginliğine ve çeşitliliğine katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte gerçekleştirilen araştırma kapsamında gastronomi üst koduna ilişkin katılımcı ifadelerinden bazıları şu şekildedir; K17: “*Gastronomi bizim için çok önemli, Gaziantep mutfağı neden bu kadar gelişmiş, birinci ana nedeni çok kültürlük birçok medeniyetin burada yaşaması, ikincisi ise Gaziantep tarihten beri çok büyük yokluklar çekmiş gerçekten yokluk insan geliştiriyor, mutfağını geliştiriyor çünkü bir çeşit malzemeden 5-6 çeşit yemek yapmak zorundasınız. Gaziantep'in insanı da yaratıcı genelde Gaziantep insanı çalışkan bu konuda, yorumlama yeteneği de var işte bir pathcanın 20-30 çeşit yemeğini yapabiliyor.*” şeklinde görüş bildirerek Gaziantep mutfağının çeşitlenme sürecini dile getirirken K18“*Gaziantep'in UNESCO tarafından gastronomi şehri ilan edilmesiyle gastronomi daha baskın hale geldi.*” şeklinde görüşü, Gaziantep mutfağının UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dahil olmasıyla daha popüler hale geldiğine dikkat çekmektedir. Bununla birlikte

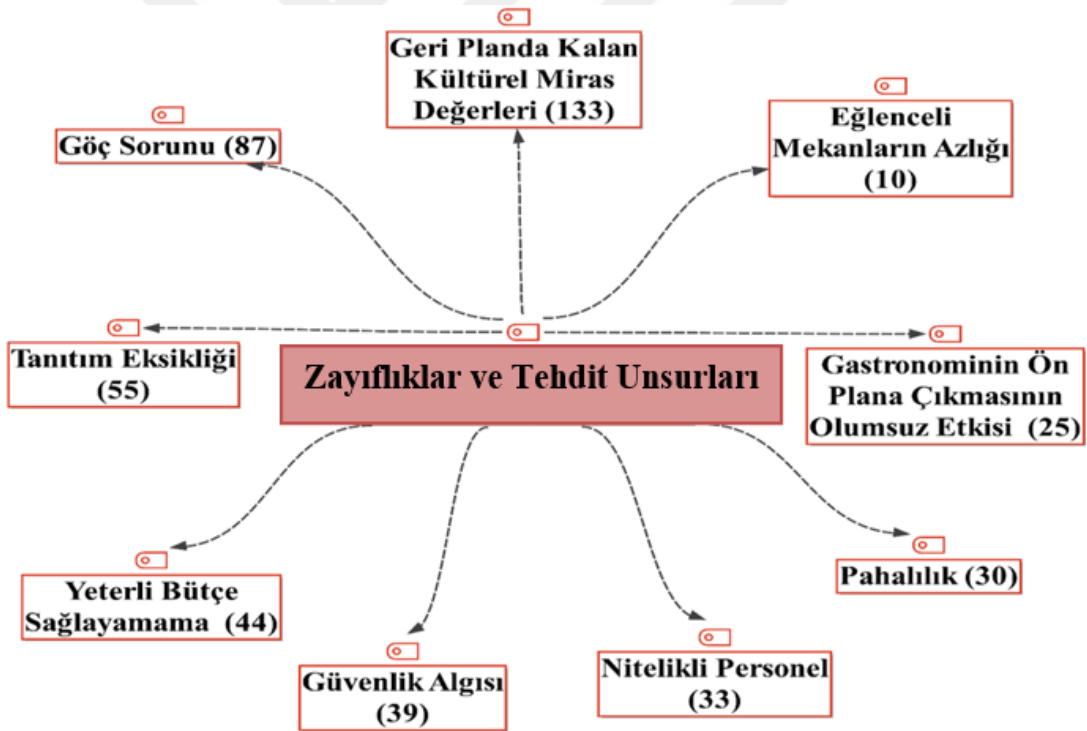
K2: “Gaziantep'te önde giden alternatif turizmi tipi gastro turizm sanıyorum öyle tahmin ediyorum, öyle düşünüyorum, yanılıyor da olabilirim. Gastronomi turizmi ve gastro turizme gelen insanların profiline baktığımızda genellikle eğitim seviyesi en az üniversite, nerdeyse çoğu, tamamına yakını üniversite mezunu olan belli bir gelir seviyesinde olan kültürel ve sosyal olarak da yine belli bir standartın üstünde olan hatta büyük bir çoğunluğu da emekli olan insanlardır.” şeklinde görüş bildirerek gastronomi turizmine katılan turist profiline deyinirken, diğer taratan K28 “Gaziantep de kültürel miras turizmi gastronomi ile eşdeğerdir çünkü ona gelen ona geliyor, diğerine gelen diğerine de gidiyor yani ikisi de birbirini dengeliyor, birbirini pazarlıyor.” şeklinde görüş bildirerek gastronomiyi kültürel miras turizmiyle eş değer gördüğünü ifade etmiştir.

Bu konuyu farklı bir açıdan değerlendiren K40: “Gastronomi şu an da ön planda ama sadece kebab önde mesela biz yöresel yemek olarak yuvalama yapıyoruz ama bizim ana yemeğimiz kebab, bu olmamalı, ufak köfte var, içli köfte var bir sürü yemek çeşitlerimiz var sadece kebabla niye tanınıyoruz, yöresel yemeklerimiz neden o kadar tanınmıyor.” şeklinde bir ifadeyi dile getirerek Gaziantep gastronomisinin belirli bir alana yoğunlaştığına, gastronomi alanında sahip olduğu diğer değerleri yeterince ön plana çıkarmadığına vurgu yapmaktadır. Öte yandan bu konuyla ilgili K9, görüşünü: “Gaziantep'in 400'den farklı yemek çeşidi bulunmakta, Gaziantep'imize gelen misafirlerimize bu yemek çeşitlerinden çok önemli olanları sunuyoruz, yani iddialı olan yemekleri vermeye çalışıyoruz bu yüzden 5-6 yemek çeşidini sunabiliyoruz. Yabancılar geldiğinde öyle yapmıyoruz mesela sürekli kebab vermiyoruz, onda mesela bir maşliyaımızı da veriyoruz, sabah kahvaltılarında farklılıkları sunuyoruz. Her gün katmer sunmuyoruz, yemek konusunda sadece yuvarlamayı yiyin demiyoruz bir eşkili ufak köfteyi yiyin demiyoruz az az bir şekilde onu dengelemeye çalışmamız gerekiyor.” şeklinde ifade etmektedir. Katılımcı ifadelerinden hareketle Gaziantep'in gastronomi alanında yöresel yemeklerin daha fazla vurgulanması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda Gaziantep'in gastronomik potansiyeli, yöresel yemeklerin vurgulanmasıyla etkin bir şekilde tanıtılabilir, bu strateji, şehrin gastronomik mirasının çeşitliliğini ve zenginliğini

geniş bir kitleye aktararak turistlerin ilgisini çekebilir ve şehrin kültürel miras turizm potansiyeline olumlu yönde daha fazla katkı sağlayabilir.

#### 4.9.1.2. Kültürel Mirasın Zayıflıkları ve Bölgesel Tehditlere Yönelik Bulgular

Kültürel miras değerlerinin kullanımına yönelik faktörler temasının ikinci kategorisi, zayıflıklar ve tehdit unsurlarıdır (456). Şekil 4.7'de görüldüğü üzere bu araştırma da kültürel mirasın zayıflıkları ve tehdit unsurları 9 alt kategoriden oluşmaktadır. Bu kategoriler içerisinde, geri planda kalan kültürel miras değerleri (133), göç sorunu (87), tanıtım eksikliği (55), yeterli bütçe sağlayamama (44), güvenlik algısı (39), nitelikli personel eksikliği (33), pahalılık (30), gastronominin ön plana çıkmasının olumsuz etkisi (25) ve eğlenceli mekanların azlığı (10) faktörleri yer almaktadır.



Şekil 4.7. Kültürel Mirasın Zayıflıkları ve Tehdit Unsurları

Kültürel mirasın zayıflıkları ve bölgesel tehditler, birçok toplum için önemli bir endişe kaynağıdır. Öncelikle, kültürel mirasın fiziksel zayıflıkları, tarihi yapıların bakımsızlığı, doğal afetler ve çevresel etkiler gibi faktörlerden kaynaklanmaktadır. Bu durum, mirasın bozulmasına veya yok olmasına neden olabilmektedir. Bununla

birlikte, kültürel mirasın zayıflıkları sadece fiziksel değil, aynı zamanda sosyal ve ekonomik alanlarda da ortaya çıkabilmektedir. Örneğin, kültürel mirasa yönelik olumsuz tutumlar; bu değerlerin aşırı kullanımı, kültürel mirasa yönelik bilinçsizce yapılan modernizasyon çalışmaları, plansız şehirleşme, tarihi ve kültürel dokuyu tehdit edebilirken, göç ve kentsel dönüşüm gibi faktörlerde mirasın korunmasını ve sürdürülebilirliğini tehdit edebilmektedir. Bölgesel olarak ise, siyasi çatışmalar, savaşlar, etnik gerilimler ve uluslararası anlaşmazlıklar gibi faktörler kültürel mirası doğrudan etkileyebilir veya tehlikeye atabilmektedir.

Araştırma kapsamında kültürel mirasın zayıflıkları ve tehdit unsurları kategorisinde katılımcılar tarafından yoğun olarak görüş bildirilen alt kategorilerden bir tanesi geri planda kalan kültürel miras değerleridir (133). Bununla birlikte geri planda kalan kültürel miras değerleri, genellikle popüler olmayan veya tanıtımı yapılmayan ancak toplumun kimliğini ve geçmişini önemli ölçüde şekillendiren unsurlar arasında yer alabilmektedir. Bu kapsamda katılımcılardan bir kısmı Gaziantep'te bazı kültürel miras değerlerin geri planda kaldığını, yeterli düzeyde ilgi göremediğini ve kültürel miras turizmine kazandırılmadığını dile getirmişlerdir. Konuyla ilişkili katılımcı ifadeleri şu şekildedir;

K18 öz eleştiri yaparak: *“Gaziantep deyince Zeugma akla gelmeye başlamıştı, gastronomi gastronomi ön plana çıkınca somut kültürel değerler gastronominin gerisinde kaldı. Urfa deyince Göbekli tepe, Adıyaman deyince Nemrut, Konya deyince Mevlâna Gaziantep deyince bir Zeugma'nın akla gelmesi lazım. Bu hususta çalışılmalı veya tanıtım seviyesi yüzde %10 kısmında ileriye götürülerek daha fazla tanıtılması lazım Zeugma sadece Türkiye değil dünyada marka olabilecek bir özelliğe sahip potansiyele sahip, sadece mevcut haliyle bile o potansiyele sahip. Ayrıca Zeugma Antik Kentinde %20-%25 oranında kazı yapılmıştır. %70-%75 oranında kazılmaya açıktır. Oradaki eserler çıkartıldığı zaman tutulamayacak seviyede bir mozaik kentidir. Düllük Antik Kenti kimsenin kaygısında değil gerçek değerini bulamıyor gerçek değeri bilinmiyor. Yesemek'te öyle, gerek Adana'dan Hataya, Hatay'dan Gaziantep'e gelen veya gidenler biraz çapraz içte kalıyor biraz masraflı oluyor diye acentalarda, turizmcilerde ki en başta*

*acentaların turizmcilerin oralari programına alması gerekirken onlar dahi almayınca halkın diğer bir kesimi haydi haydici umurunda bile değil. Bu yerlerin tanıtımı bile yok çou kimse yerini bilmiyor, öyle bir yer olduğunu bilmiyor.”* şeklinde görüş bildirirken, ifadesinde, Gaziantep'te turistik potansiyele sahip birçok önemli değer, yeterince tanıtılmadığını ve geri planda kaldığını vurgulamaktadır. Bu durum, Dülük Antik Kenti ve Yesemek gibi önemli tarihi yerlerin gerçek değerlerinin bilinmemesinden veya duyurulmamasından kaynaklanmakta olup Gaziantep'in turistik potansiyelini artırmak için bu değerlerin daha etkin bir şekilde tanıtılması, bu konuda halkın bilinçlendirilmesi ve bu değerlerin turizme kazandırılması gerekmektedir. Benzer bir görüş bildiren K24: *“Dülüğün, Karkamış'ın, tarihi camilerimizin önemi eskiler, tarihe ışık tutuyorlar, Ermeni kiliselerimiz gibi yapılarımız hem tarihi değer taşıyan bütün yapılarımız gibi biraz da mimari anlamda yani yapı olarak baktığımız zaman bu alanların biraz daha turizme kazandırılması gerektiğini düşünüyorum.”* ifadesinde bazı değerlerin daha fazla ön plana çıkarılması gerektiğini dile getirmektedir. K30: *“Göbekli Tepe yeni bulunan bir yer, Dülük baba yıllardan beri yerel halkın yaşadığı köyün içerisinde bir yer orayı delik deşik ettiler oranın orijinalliği diye bir şey kalmadı ki şimdi Göbekli tepeye sahip çıkılmasa Göbekli tepeyi de delik deşik ederler.”* ve benzer bir görüş bildiren K11, bu durumu: *“Dülük Antik Kenti maalesef unutulmuş bir kültürel miras değerimiz. Hiçbir çalışma yok benim gördüğüm, yapılan hiçbir bir şey yok. Hiçbir turistin programında yok bence ön plana çıkarılması, üzerinde uğraşılması, tanıtılmasının faydalı olacağını düşünüyorum.”* şeklinde ifade etmektedir. Katılımcıların ifadeleri, geri planda kalan kültürel miras değerlerine yeterince önem verilmediği takdirde zaman içerisinde bu değerlerin özelliğini kaybedip hatta yok olabileceği endişesini dile getirilmektedir. Özellikle Dülük Antik Kenti gibi önemli bir kültürel mirasın unutulmuş olması ve üzerinde herhangi bir çalışma yapılmaması, bu konuda bir farkındalık ve çabanın olmadığını göstermektedir. Bu durum, bu tür değerlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılması açısından endişe verici bir durumu işaret etmektedir. Bu yüzden, bu değerlere gereken önemin verilmesi, tanıtılması ve korunması için çaba harcanması gerekmektedir.

Kültürel mirasın zayıflıkları ve tehdit unsurları kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **göç sorunudur (87)**. Katılımcılar, Gaziantep'in Suriye sınırına yakınlığı ve aynı zamanda bir sanayi kenti olması sebebiyle ciddi oranda göç aldığını ifade ederken bu durumun şehrin genel yapısını olumsuz yönde etkilediğine dikkat çekmişlerdir. Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir: K23 “*Şehir çok kalabalık oldu, Özellikle Suriye üzerinden gelen göçmenler kültürel mirasın yoğun olduğu bölgelere Gaziantep'in eski yerleşimi olan yerlere yerleştiler. Şuan da orada yaşayan nüfus çok fazla bu durumun, Gaziantep'in turizm potansiyelini olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum.*” şeklinde görüş bildirirken benzer şekilde K19: “*Eski Antep'teki insanlar, modern mahallelere geçti, oralar boşaldı. Şimdi belediyeler oraları restore etti ama işlev veremediği için gelen Suriyeliler yerleşti oraya. Çoğu aile Suriyelilere git eski evimde otur dedi mesela şehreküstü konaklarına gittiğinde akşam bir tane Türk göremezsin o bölgede bunlar da tabi oraya gezmeye gelen turistleri çok etkiliyor, Suriyeli dilenciler para almadan bırakmıyor. Mesela Şahinbey Belediyesinin yaptığı Şivediz gibi konaklar var, etraf komple Suriyeli dolu, turistler oraya gitmeye korkuyor yani, bence Suriyeliler bu şekilde her yere salınmasın. Bunlara bir kamp yeri oluşturulup özellikle şehrin dışında Kilis bölgesi olurdu, İslâhiye bölgesi olurdu, orada konaklamalarının sağlanması lazımdı. Mesela çarşıya çıktığında Suriyeli dilencilerden geçilmiyor yani bunlar çok olumsuz etkiler. Gerçi bu Türkiye'nin bir gerçeği her yerde var ama Antep bu konuda çok çok önde yani birinci sırada diyebilirim.*” katılımcılar, Gaziantep'in Suriye sınırına yakınlığı nedeniyle önemli bir göçe maruz kaldığını vurgularken, bu durumun şehrin turizm potansiyelini olumsuz yönde etkilediğine dikkat çekmişlerdir. Özellikle Suriye'den gelen göçmenlerin şehre adaptasyon süreci ve yaşam tarzları, gelenek ve göreneklerinin farklılıkları, şehir turizmini olumsuz etkileyebilmektedir. Eski yerleşim bölgelerinin boşalmasıyla göçmenlerin bu alanlara yerleşmesi, şehirdeki kültürel doku ve atmosferin değişmesine yol açabilir, şehrin turistik alanlarında Suriyeli göçmenlerin yoğunluğunun artması burada bulunan kültürel miras değerlerinin korunmasını ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasını zorlaştırabilir ve kentin kültürel miras turizmi kapsamında talep edilme durumunu etkileyebilir.

Önceki katılımcılarla benzer görüş bildiren K28: *“Bizim en büyük handikabımız şey göç almamız, göç alıyoruz, göç alınca da kaldırımda yürürken 10 kişiden sekizi ya doğulu oluyor ya Suriyeli, iki tane Antepli var yok o zaman gelen kişilerin o insana bakış açısı Antep’e yansıyor. Antep o zaman bir güney doğudaki en ücra köşedeki bir köyden farkı kalmıyor niye, oradan buraya göç var, kültüre bakıyor aynı, duruma, konuşmaya bakıyor aynı, giyim kuşam aynı hâlbuki Antep bu değil ama böyle oldu zaten üç kişiden biri Suriyeli ne oluyor o zaman insanların Antep’e bakış açısı değişiyor.”* Antep’de yerli halkın azınlıkta kaldığına vergu yaparken, K2: *“2011 yılında bu süreç başladı, 12. yılı nerdeyse devirmek üzereyiz 11,5 yıl 2011’in, 6.-7. ayından itibaren sanırım düzensiz göç akımı kontrolsüz bir şekilde sınırlardan hurra diye nitelendireceğimiz bir şekilde böyle bir şey başladı. Planlama mı yapıldı da şimdi keşke böyle bir planlama yapılsaydı diyecek noktada değiliz yani bizim böyle bir lüksümüz yok geçti Bor’un pazarı o planlama çok daha önceden yapılmalıydı. Çok enteresan ya hükümet dedi ki Gaziantep istihlâftını doldurdu artık mülteci almayacağız dedi sanki mültecilerin sayısı arttı ya vallahi benim mahalleimde böyle, bana mı öyle geliyor, sanki ya bunların sayıları mı arttı diyorum. Böyle bir izlenim içerisindeyim.”* şeklinde görüş bildirmiştir. Katılımcı ifadesi, göç akımının başladığı tarihten itibaren yapılan planlamaların yetersiz olduğunu ve bu sürecin kontrol edilemediğini vurgulamaktadır. Bu durum, hükümetin mülteci politikalarının pratikteki etkilerinin sorgulanmasına neden olmaktadır.

Kültürel miras değerlerinin zayıflıkları ve tehdit unsurları kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **tanıtım eksikliği**dir (55). Katılımcılar Gaziantep bölgesinde bulunan bazı kültürel miras değerlerinin yeteri kadar tanıtımının yapılmamasından kaynaklı olarak bilinirliğinin düşük düzeyde kaldığını dile getirmişlerdir. Konuyla ilişkili katılımcı ifadeleri şu şekildedir; K23 *“Gaziantep'teki müze çeşitliliğinin zenginliği göz önünde bulundurulduğunda, bu çeşitliliğin daha fazla ön plana çıkarılarak daha geniş kitlelere tanıtılması gerektiğini düşünüyorum.”* şeklinde görüş bildirirken, Benzer şekilde K24 *“Müzeler ön plana çıkarılsın bu gerçekten önemli, tamam Zeugma mozaik müzesi var, üst düzeydir, yılda binlerce insan bu müzeyi görmek için geliyor ama bir savaş müzesini*

*de görsünler veya bir Panorama Müzesi'nde görsünler yada bir arkeoloji müzesini de görsünler yani tanıtımlarda, daha fazla insan gelsin Gaziantep deyince insanların aklına sadece o iki şey gelmesin daha fazla şey gelsin.”* Katılımcıların ifadelerinde, Gaziantep bölgesindeki müzelerin tanıtımının yetersiz olduğu ve bu durumda bilinirliğin düşük düzeyde kalmasına neden olduğu belirtilmiştir. Müzeler şehri olarak nitelendirilen Gaziantep'te müzelerin daha etkin bir şekilde tanıtılması ve bu sayede Gaziantep'in zengin müze çeşitliliğinin daha geniş kitlelere ulaştırılması gerekmektedir.

Bununla birlikte K32: *“Bu meslek (el sanatları) ölmesin tek istediğim o, yaşasın yani ben son neslim bu gidişle yok olacak, kaybolmasın bu meslek ölmesin istiyorum tanıtım desteği bekliyoruz.”* görüşünde bazı el sanatlarına yönelik tanıtımların ön plana çıkarılması gerektiğine dikkat çekerken K35: *“Gaziantep'in Mezopotamya'nın içinde olmasından dolayı kendine has belli bir geçmişi var onun haricinde mesleki olarak Antep'e has Antep'le özdeşleşmiş meslekler var. Sedefçilik gibi yemenicilik gibi kutnuculuk gibi bakırcılık gibi kilimcilik gibi aba dokuma gibi veya Antep işi nakış gibi eliş nakış gibi kendine has kültürel yapılan el sanatları var. Şimdi bu değerlerin turizme kazandırılması konusunda tanıtımı yapılıyor ama yeterince yapılıyor mu diye sorarsan yok yeterince yapılmıyor, tanıtımı yapılıyor ama yeterince değil, nasıl yeterince değil, şu şekil sadece işte reklam filmleri çevriliyor, tanıtım filmleri çevriliyor, zaman zaman belgesel de çıkıyor. Bu tanıtımın dünya çapında yapılması lazım bundan 20 sene önce, 15 sene önce yurtdışında da tanıtımı yapılıyordu. Japonya'dan tut Amerika'dan tut Almanya'dan tut hep turistler geliyordu şu anda gelmiyorlar maalesef bunun da tanıtım eksikliğinden kaynaklandığını düşünüyorum ben.”* şeklindeki görüşü el sanatlarına yönelik daha fazla ve etkili tanıtımlara ihtiyaç olduğunu göstermektedir. Öte yandan K33: *“Gaziantep'te bulunan kültürel miras değerlerinin bazısı buraya uzak yani şehrin içine uzak olduğu için biraz daha tanıtımın iyi yapılıp insanların oraya nasıl gidebileceğini işte dolmuş olur, taksi olur, araba olur, oralara nasıl gidilebileceğini insanlara anlatılacak bir projenin olması lazım, oraların insanlara duyurulması lazım.”* şeklindeki ifadesi kent merkezine uzak olan kültürel miras varlıklarının bilinirliliğin artırılmasına dikkat çekerken K25: *“Burada bize çok iş düşüyor, bizler*

*de özellikle Antep'li bu işte çalışanlar ne kadar fazla kültürel mirasları tanıtmaya özen gösterirsek ama iyi tanıtımlarla yani her alanda iyi tanıtımlara bence o kadar geri dönüş alırız diye düşünüyorum.”* ifadesinde tanıtımlarda tüm paydaşların aktif rol alması gerektiğini vurgulamaktadır. Katılımcıların ifadelerinden, Gaziantep'in kültürel mirasının tanıtımında bir dizi sorunların olduğu anlaşılmaktadır. El sanatlarının yaşatılması ve kültürel mirasın korunması için daha fazla tanıtım ve destek talebi, kültürel mirasın değerini korumanın önemini vurgulamaktadır. Ayrıca, Gaziantep'in kendine özgü el sanatlarının ve kültürel miras değerlerinin turizme daha fazla düzeyde kazandırılması için daha etkin tanıtım faaliyetlerine ihtiyaç duyulduğu belirtilmektedir. Bununla birlikte gerçekleştirilecek tanıtım faaliyetlerinin sadece yerel düzeyde değil, ulusal ve uluslararası düzeyde yapılması önem arz etmektedir. Kültürel miras değerlerine yönelik ulaşım faaliyetlerinin kolaylaştırılması ve şehir dışında bulunan miras değerlerinin tanıtımı için somut projelerin geliştirilmesi, kültürel mirasın tanıtımında tüm paydaşların aktif rol alması ve destek vermesi kültürel miras değerlerinin ön plana çıkarılmasında etkin rol oynayacaktır.

Diğer taraftan K14 Antep'in zengin yöresel mutfak kültürüne ve bu kültürün belgelendirilmesi, korunması ve tanıtılması gerekliliğine değinerek *“Antep de bir sıkıntı vardı da o yavaş yavaş çözülüyor, mekanlar açılıyor artık yöresel mutfak evlerde yapılan yemeklerden bahsediyorum o konuda ciddi bir sıkıntı var. Hani 400 tane yemeğim var diyorsun da nerede bu yemekler sor bakalım, onu demek istiyorum. Kayıt altına alına alıyorsun, yazıyor ama bilinmiyor, tarifler de var bunu geçen ... restorandın sahibi ile konuştum. Onlar da özel çalışmalar yapmışlar ama bunun kaçını sokakta biz bulabiliyoruz ya da kaçanı insanlara sen tanıtılabiliyorsun. Festival yapıyorsun yine tanıtıyorsun festival alanında siz bu saydığımız 400 yemekten 30'unu bulamazsınız 20 sini bulamazsınız.”* farklı bir alana dikkat çekmektedir. Katılımcının ifadesi, Gaziantep'in yöresel mutfağındaki zenginliklere ve çeşitliliğe rağmen, bu yemeklerin tanıtımının yeterince yapılmadığını ve geniş kitlelere ulaşmada zorluklar yaşandığını vurgulamaktadır. Yerel lezzetlerin kayıt altına alınmasına rağmen, bu yemeklerin sokaklarda kolayca bulunamadığı ve festivallerde bile yeterince tanıtılmadığı ifade edilmektedir. Bu durum, Gaziantep'in

zengin mutfak kültürünün daha etkin bir şekilde tanıtılması ve korunması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Kültürel mirasın zayıflıkları ve tehdit unsurları kategorisinde katılımcıların görüş belirttiği bir diğer alt kategori **yeterli bütçe sağlayamamadır** (44). Bu kapsamda katılımcılar Gaziantep özelinde kültürel miras turizmi için çeşitli projelerin varlığına rağmen, ekonomik zorluklar nedeniyle bütçe sıkıntısı yaşandığı ifade etmişlerdir. Bu kapsamda katılımcı ifadeleri şu şekildedir;

K16 *“Bugün kalenin içerisinde şu anda Büyükşehir Belediyesinin yürüttüğü birtakım çalışmalar var birtakım tüneller ortaya çıkarıyor kentin en eski yerleşim noktası kentin merkezi kentin kalbi ama orada daha bir 10 sene sürecek çalışma yapabilecek şeyler var ama çalışma şu anda yok durdu. Birkaç tünel açıldı ve çok fevkalade şeyler ortaya çıkıyor ama devamı yok. Şu anda bulunanlar bugün gittim ben oraya gezdim dörtte biri değil açılan tünel açılması gereken tünellerin. Bu anlamda kültürel değerlerin ortaya çıkartılması, korunması, bunun tanıtılması anlamında yapılacak şey çok ama bununla ilgili bütçe, dolayısıyla proje, dolayısıyla personel istihdamı yeteri kadar yoktur.”* şeklinde görüş bildirirken benzer şekilde K36 *“Büyükşehir Belediyesi ilgileniyor, yerel yönetimler ilgilenmeye çalışıyorlar çünkü bakanlık çok fazla bütçe sağlayamıyor. Bakanlık kazı başkanı atıyor, gönderiyor, kazı komiserini gönderiyor eğer yerli hoca yapıyorsa belli bir kazı bütçesi veriyor. Yabancı hocalar kazı bütçelerini kendileri getiriyorlar, bizim hocalarımız işte bakanlığın verdiği bütçe doğrultusunda çalışıyor ama çok kısıtlı oluyor hani bu sene Zeugma kazılarına yanlış bilmiyorsam 100-150 bin ₺ civarı bir kaynak aktarılmış. 150 bin ₺ ile burada gelip kaç ay çalışabilirsiniz hani hoca belediye gidiyor yardım istiyor işte sponsor gidiyor bulmaya çalışıyor veya orda bir şey yapılacağı zaman, kazıdan sonra restorasyon yapılacak mesela bir Zeugma’da yakın zamanda ciddi bir restorasyon çalışması yapıldı oraya yeni bir çatı yapılması gerekiyor yeni açılan yerler var onların restorasyonunun yapılması gerekiyor. Bakanlık bu konuda yetersiz kalıyor tabi bakanlığında bütçesi düşük hani Türkiye’de yüzlerce sit alanı var yüzlerce kazı çalışması devam ediyor onların bütçesi kısıtlı olduğu için çok fazla bir şey yapamıyorlar, yerelde bir şekilde çözülmeye çalışılıyor.”*

Katılımcı ifadeleri, Gaziantep'in tarihî mirasının ortaya çıkarılması ve korunması konusunda yaşanan zorluklara ışık tutmaktadır. Büyükşehir Belediyesi ve yerel yönetimlerin bu konuda çaba sarf ettiği ancak bütçe ve personel eksikliğinin çalışmaları sınırladığı belirtilmektedir. Özellikle, bakanlık bütçesinin yetersizliği nedeniyle tarihi alanların restorasyon ve koruma çalışmalarının yetersiz kaldığına dikkat çekilmektedir. Bu durum, Gaziantep'in kültürel mirasının korunması ve tanıtılması için daha geniş kapsamlı çözümlerin geliştirilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır.

K19: *“Yesemek Heykel Atölyesi ile ilgili hızlı projelerin başlatılmış olması olumlu bir gelişmedir. Eğer bu projeler için yeterli bütçe ayrılabilirse, Yesemek Heykel Atölyesi'nin de turizme kazandırılmasıyla Gaziantep'in bu alanda önemli bir etkiye sahip olabileceğini düşünüyorum.”* şeklinde görüş bildirirken K7 *“Bizimkiler aman bulaşmayın havasındalar mesela çok iyi bir höyük var aman aman burayı bize şimdi söylemeyin, en iyi bilenlerdensiniz açmayalım şimdi ödenek yok. Ya böyle bir şey olabilir mi? Yani biz Göbekli Tepe'deki Klaus Schmidte ne kadar büyük kötülükler yapmış insanlarız adamın ajanlığından tutun işini rahat yapmasın diye ne lazımsa yaptık, böyle olmaz.”* şeklinde görüş bildirirken katılımcı ifadeleri tarihi ve kültürel mirasın korunmasıyla ilgili hassasiyetleri ve bu konudaki eksiklikleri vurgulamaktadır.

Kültürel mirasın zayıflıkları ve tehdit unsurları kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **güvenlik algısıdır (39)**. Bu kategori altında, Gaziantep'in Suriye sınırına yakınlığı nedeniyle turistlerde güvenlik endişesi oluşturabileceği vurgulanmıştır. Konuyla ilişkili katılımcı ifadeleri şu şekildedir; K23 *“Sınır bölgesine yakın olduğumuz için insanların önyargıyla yaklaştıklarını düşünüyorum. Önceki yıllarda yabancı turist sayımızın daha yüksek olduğunu gözlemliyordum ama son yıllarda yabancı turistlerin rotasını çok oluşturmadığını söyleyebilirim. Yabancı turist sınıfına girmez ama son yıllarda gurbetçiler yani Balkanlarda yaşayan Avrupa'nın diğer ülkelerinde yaşayan gurbetçilerin özellikle pandemiden sonra tur gruplarıyla şehre yoğun olarak geldiğini gözlemlemekteyim.”* Benzer şekilde görüş bildiren K37, bu konuyu: *“Biz güvenli bir yer olduğumuza*

*inansak da, yabancılar için böyle olmadığını fark ediyoruz. Yurt dışındaki fuarlarda, Gaziantep'in coğrafi konumunu öğrenmek istediklerinde, sınırda olmamız onları şaşırtıyor. Coğrafya kaderdir derler ya, işte bizim için de biraz öyle. Sınırda olmak bazen dezavantaj gibi görünse de buna rağmen Gaziantep de bu kadar turist ağırlıyoruz. Bazen bu değerleri koruma konusunda sıkıntı yaşıyoruz. Zeugma Antik Kenti, Yesemek Heykel Atölyesi veya Düllük Antik Kenti gibi yerlerde bekçiler bulunmasına rağmen, definecilerin etkisi büyük oluyor. Zaman zaman ihbarlar oluyor bu konuda tahribatlar oluyor kaçak kazılar yapılıyor.” şeklinde ifade ederken K28, bu durumu: “Buranın Güneydoğu olarak anılması işte güneydoğudaki terör olayları bizi yıllarca turizmden uzak tuttu hâlbuki ki hiç ilgimiz alakamız yok fakat Güneydoğuda terör olayı olduğu için yurtdışından insanlar bunu böyle algılıyor. O yüzden turizmde bize çok zararı oldu. Şimdi ortaya çıkıyor ama halen şüpheli insanlar o var.” şeklinde değerlendirmektedir.*

Katılımcıların güvenlik algısı üzerine yaptıkları değerlendirmeler, Gaziantep'in Suriye sınırına yakın olmasıyla ilişkilendirilen güvenlik endişelerini ortaya koymaktadır. Sınır bölgesine yakınlığın, turistlerin zihinlerinde olumsuz önyargılar oluşturduğunu ve bu durumun turist akışını etkilediğini ifade etmektedirler. Ancak, bu endişelere rağmen Gaziantep'in turistler için güvenli bir destinasyon olduğunu vurgulamaktadırlar. Bu kapsamda Gaziantep'in turizm potansiyelini artırmak için güvenlik algısının iyileştirilmesi ve tarihi mirasın korunması önemli bir konudur. Bölgenin tanıtımı ve turizm faaliyetleri için güvenliği sağlamak ve tarihi mirası korumak gerekmektedir. Bu, yerel yönetimlerin ve ilgili kuruluşların işbirliğiyle gerçekleştirilmesi gereken bir süreçtir..

Konuyu farklı bir açıdan değerlendiren K16 “Gaziantep'te kültürel miras anlamında marka olabilecek ya çok önemli değerlerimiz var. Karkamış en az Zeugma kadar önemli bir yer çok önemli çalışmalar yapılıyor ama coğrafi konum itibarıyla işte Suriye sınırındaki güvenlik sorunları dolayısıyla ciddi bir sıkıntı var.” Şeklinde grüş bildirirken, bu durum Gaziantep'in kültürel mirasıyla marka olma potansiyeli bulunmasına rağmen, sınırda bulunmanın getirdiği güvenlik sorunları bu potansiyelin gerçekleşmesini engellediğini göstermektedir. Bu nedenle, şehrin

kültürel mirasını koruma ve tanıtma çabaları, güvenlik endişelerini ele alarak daha etkin bir şekilde yürütülmelidir. K22, öz eleştiri yaparak: “*Şehir güvenliği konusunda şehrin gece güvenliği ne kadar güvenli, benim kendi özeleştirim olarak söylüyorum. Biraz şehrin güvenlik potansiyelin arttırılması lazım diye düşünüyorum. Özellikle yer yabancı turistler için ya dışarıdan gelen insanlar için şehrin daha güvenli olması, düşünsenize siz Bodrum'da sokakta yürüyemedikten sonra Bodrum'da ne işiniz var.*” bazı hususlarda güvenlik açığının olabileceğine dikkat çekerken K17: “*Gaziantep'in jeopolitik konumu nedeniyle güvenlik endişeleri yaşandığına dair genel bir algı olsa da, buraya gelen herhangi bir kişinin güvenlikle ilgili bir sorun yaşamadığını gözlemlemekteyiz. Ancak, bu gerçeği yeterince tanıtamıyoruz ve bu da bölgenin potansiyelini tam olarak ortaya koyamıyor. Evet, jeopolitik olarak dezavantajlı bir konumdayız ancak bu dezavantajı aşmak ve insanlara gerçek durumu aktarmak bizim sorumluluğumuzdur. Güvenlik endişelerini ele alarak ve gerçek durumu vurgulayarak, Gaziantep'in turizm ve kültürel miras potansiyelini daha etkili bir şekilde tanıtabiliriz.*” şeklinde görüş bildirerek aslında Gaziantep'in güvenli bir yer olduğuna vurgu yapmaktadır. Katılımcı ifadeleri Gaziantep'in kültürel mirasına olan ilginin artırılması ve şehrin turizm potansiyelinin daha etkin bir şekilde değerlendirilmesi için güvenlik endişelerinin ele alınması gerektiğini göstermektedir. Ayrıca, şehrin güvenliği konusundaki öz eleştirilerin, şehir yönetimi ve ilgili kurumlar tarafından dikkate alınarak iyileştirme çalışmalarının yapılması gerektiği öngörülmektedir.

Kültürel mirasın zayıflıkları ve tehdit unsurları kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **nitelikli personeldir (33)**. Bölgeye yönelik turist talebinin artmasına rağmen, nitelikli personel bulma konusunda yaşanan zorluklar, bölgeye gelen turistlerin memnuniyet düzeylerini etkilemektedir. Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir;;

K16: “*Personel konusunda ciddi sıkıntılar var personelin eğitilmesi gerekiyor, Personelin dil bilmesi gerekiyor. Personelin hijyen koşullarına uyması gerekiyor, yani Antep'in en üst en lüks lokantası diye gittiğin mekânda yazın terlemiş garsonun ... yemek servisi yaptığı zaman yani şimdi orda başka bir şey var bir şeye*

*ihtiyaç var. Bu konuda özellikle hizmet sektöründe çalışan insanın ciddi bir eğitim eksikliği var. Bununla ilgili ciddi bir çalışma yapılması gerekiyor. Hijyen koşullarının iyileştirilmesi anlamında insanların eğitilmesi gerekiyor.”* şeklinde görüş bildirirken benzer bir görüş bildiren K20, bu durumu: *“Gastronomi kenti olan Gaziantep'in ne yazık ki bu alanda da çok eksikleri ve ihtiyaçları var. Servis elemanına ihtiyacı var veya görüyoruz ki bizim aşçılarımızın şeflerimizin bir çoğu, alaylılar eğitilmiş değiller, bunlara nasıl eğitim veririz, nasıl teknik öğretiriz ya da yaptıklarında birçok teknik kullanıyorlar ama bunun ne olduğunu bilmiyorlar ya da bunun bir tekniği olduğunu bilmiyorlar.”* şeklinde ifade etmektedir. K23, *“Gaziantep'te yemek yiyeceğiniz yerlerde eğitilmiş elemanlar çalıştırmanız lazım bu hizmet sektörü direkt turistlerle muhatap olduğu için oluşturacak alan çok önemlidir. Bunun gibi oteller de yine aynı şekilde çok nitelikli kişiler çalıştırdığını düşünmüyorum çünkü eğitimden geçirdiklerini düşünmüyorum çünkü bize gelen şikayetler o yönde.”* şeklinde görüş bildirmektedir. Katılımcılar bölgede bulunan işletmelerdeki nitelikli eleman problemine dikkat çekmektedirler. Ayrıca katılımcılar, bölgeye yönelik talebin artmasıyla birlikte kalifiye personel eksikliğiyle karşı karşıya olduklarını ifade etmişlerdir. Özellikle hizmet sektöründe çalışanların dil bilme, hijyen kurallarına uyum sağlama ve mesleki eğitim gibi konularda yetersiz oldukları belirtilmektedir. Bu durumun özellikle gastronomi sektöründe, restoranlarda ve otellerde hizmet kalitesini olumsuz etkilediği vurgulanmaktadır. Katılımcılar, işletmelerde çalışan personelin eğitim eksikliklerinin giderilmesi ve kalifiye eleman sayısının artırılması gerektiğini dile getirmişlerdir. Bu yorumlar, bölgedeki işletmelerin hizmet kalitesini artırmak ve turizmi geliştirmek için nitelikli personel bulma ve eğitimine yönelik çabaların önemini vurgulamaktadır.

Öte yandan K5: *“Görüştüğüm otelcilik sektörü temsilcilerinden aldığım bilgilere göre, nitelikli personel eksikliği sadece otelcilik sektöründe değil, genel olarak birçok sektörde yaşanan bir sorundur. Restoranlar, oteller, seyahat acenteleri gibi turizmle ilgili işletmelerde de nitelikli personel bulma konusunda ciddi sıkıntılar yaşanmaktadır. Eğitim verildiği halde, yetiştirilen personelin batı bölgelerine yönelmesi, daha iyi yaşam koşulları veya maaş olanakları nedeniyle tercih edildiği belirtilmektedir. Rehberlik gibi alanlarda da benzer bir durum söz konusudur;*

*rehberlerin çoğunluğu batı bölgelerinde iş bulma olanaklarının daha fazla olması sebebiyle batıya yönelmektedir. Bu durum, bölgedeki turizm işletmelerinin işleyişini ve hizmet kalitesini olumsuz etkilemektedir” şeklinde görüş bildirerek kalifiye elemanların çeşitli nedenlerle bölgede durmadığına dikkat çekerken, K7: “Kalifiye insan bulmakta zorlanıyoruz maalesef. Okullarda öğretilen teori ve pratik arasında uyumsuzluklar yaşanıyor. Dolayısıyla, mezun olanlar iş bulma konusunda endişe duyarak bölgeyi terk ediyorlar. Türkiye’de genel olarak istihdam sorunu yaşanması, bu durumu daha da karmaşık hale getiriyor. Mesela ben arkeologların limon satmasına çok üzülürüm oldum olası ama öyle bu ülkenin genel sorunu.” Şeklinde görüş bildirerek kalifiye eleman sorununun kitlesel bir sorun olduğunu vurgulamakta, K11 ise: “Gaziantep’te turizm sezonunun kısa süreli olması, kalifiye eleman kalifiye eleman konusunda ciddi sorunlar yaratıyor. Özellikle kültürel miras turizminin ağırlıkta olduğu Gaziantep’te 6 aylık dönem dışında, turizm hareketliliği oldukça düşüktür. Mart, Nisan, Mayıs ayları ile Eylül, Ekim, Kasım aylarında turizm aktiviteleri artarken, Haziran, Temmuz ve Ağustos aylarında ise bölgenin sıcak iklim koşulları turistlerin ziyaret isteğini olumsuz etkiliyor. 12 ay turizmi sağlayamıyorsunuz. Bu durum, kalifiye eleman teminini ciddi şekilde zorlaştırıyor.” bölgede turizm süresinin mevsimsel etkenlerden dolayı sınırlı düzeyde olmasının kalifiye eleman sorununu tetikler nitelikte olduğuna yönelik bir görüş bildirmektedir.*

Katılımcıların paylaştığı görüşler, bölgedeki turizm sektöründe kalifiye eleman sıkıntısının çeşitli nedenlerle yaşandığını açıkça ortaya koymaktadır. Özellikle batı bölgelerinde yaşam koşullarının ve maaşların daha cazip olması, okullarda öğretilen teorinin ve pratikteki uygulamanın örtüşmemesi gibi faktörler, nitelikli personelin bölgede kalmayı tercih etmemesine yol açmaktadır. Bu durumun, otelcilerden restoran sahiplerine, acentelerden rehberlere kadar tüm sektörleri etkilediği ve istihdam sorununu derinleştirdiği belirtilmektedir. Ayrıca, bölgedeki turizm sezonunun mevsimsel etkenlerden dolayı sınırlı olması da kalifiye eleman bulma sürecini zorlaştırmaktadır. Bu durum, bölgedeki turizm sektöründe kalifiye eleman bulma sorununun karmaşıklığını ve ciddiyetini vurgulamaktadır. Bu nedenle, yerel yönetimlerin ve ilgili paydaşların iş birliği içinde, bölgedeki turizm sezonunun uzatılması ve yaşanan sorunlara etkili çözümler üretmesi gerekmektedir. Ancak, bu

zorluklara rağmen, bölgenin kültürel ve doğal zenginliklerinin korunması ve tanıtılması için kararlılıkla çalışılmalıdır. Turizm sektöründe nitelikli personel eksikliği gibi sorunlarla başa çıkılması, bölgenin turizm potansiyelini tam olarak değerlendirebilmesi için önemli bir adım olacaktır.

Kültürel mirasın zayıflıkları ve tehdit unsurları kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **pahalılıktır (30)**. Katılımcılar Gaziantep'te işletmecilerin talebe göre fiyatlandırma yapmasından dolayı pahalılık sorunu yaşadığını dile getirmişlerdir. Konuyla ilişkili katılımcı ifadeleri şu şekildedir;

K25: *“Tabii ki, pahalılık konusu gerçekten önemli bir sosyo-ekonomik mesele olarak karşımıza çıkıyor. Hem ziyaretçilerden gelen geri bildirimler hem de halkın görüşleri, bu durumun genel bir endişe kaynağı olduğunu ortaya koyuyor. İşletmecilerin talep arttıkça fiyatları yükseltmeleri veya kullanılan malzemelere dayalı olarak fiyatları artırması, bu durumu daha da karmaşık hale getiriyor.”* şeklinde görüş bildirirken, K34: *“Fiyatlar çok arttı, şimdi benim birçok yerde iş yerim var aynı zamanda tarihi dokunun içerisinde bunu birebir insanlar mırıldanırken hatta alışveriş yaparken bile işyerimde bunun sohbetini özellikle açtılar. Abi dediler biz üç kişiyiz üç kişiyle şu kadar bir rakamla masadan kalktık böyle bir şey olmaz. Gerçekten böyle bir şey olmaz. Yani ben bu şehrin evladı olduğum için yani ben öyle bir şeyle dışarıda karşılaştım aynı tepkiyi ben de gösteririm. Bariz bir şekilde dikkatimi çeker hale geldi bu fısıldanışlar biraz çoğalmaya başladı. Bence bunun önüne geçilmesi lazım, bunun önüne geçilmezse biraz tabii gelen insanlar mağdur olur ve tabii mağdur olunan bir ortamda da çok fazla kalmayı istemez farklı bir yerde o ihtiyacını gidermeye çalışır.”* şekilde görüş bildirmektedir. Benzer benzer bir görüş bildiren K28: *“Gelen insanlar farkında ben bu fiyata İstanbul'da boğazda da bu kebabı yiyorum diyor, resmen diyorlar bunu, ya burada salaş yere gidiyoruz diyor İstanbul boğazda da o fiyata aynı kebabı yiyorum diyor bu ne pahalılık diyor ya bizde çok pahalandı her şey çünkü biz maliyetleri de biliyoruz.”* ifadesiyle bu alanda yaşanan fiyat artışlarına dikkat çekmedir.

Katılımcıların görüşleri, Gaziantep'in pahalılık sorunuyla karşı karşıya olduğunu açıkça ifade etmektedir. İşletmecilerin talebe göre fiyatlandırma yapması

ve bu artan fiyatlar, hem yerel halk hem de ziyaretçiler arasında ciddi endişelere neden olmaktadır. Bu durum, sosyo-ekonomik bir problem olarak değerlendirilmekte ve işletmelerin talep artışlarına paralel olarak fiyatları yükseltmesi eleştirilmektedir. Ayrıca, turizmdeki pahalılığın, ziyaretçilerin memnuniyetsizliğine ve Gaziantep'in cazibesini kaybetmesine yol açabileceği üzerinde durulmaktadır. Bu durum, kültürel miras turizminin sürdürülebilirliği açısından ciddi bir tehdit oluşturmakta ve acilen çözüme kavuşturulması gereken unsurlar arasında yer almaktadır. İşletmelerin fiyat politikalarının daha dengeli ve adil hale getirilmesiyle, hem yerel halkın hem de ziyaretçilerin memnuniyet düzeyinin artırılması sağlanabilir. Bu durum, bölgenin turizm potansiyeline olumlu katkı sağlayarak daha geniş bir kitleye ulaşılmasına ve turizm gelirlerinin artırılmasına yardımcı olacaktır.

Öte yandan K14: *“Gaziantep'te fiyatlanma ile ilgi ciddi bir sıkıntı var, çalışmaların yapılması lazım çünkü bölgeye zarar verecek, çok ciddi fiyat uçurumları var artık. Adam diyor ki ben Diyarbakır'a gittiğim zaman yüz liraya yediğim dürüm burada 250 lira diyor. Adana'ya gittiğim zaman Hatay'a gittiğim zaman içtiğim içkiye 300 lira veriyorsam burada 700-800 lira diyor. Hani bu şehre ciddi zarar verecek. Şu an ben bu şeylere inanmıyorum marketler fiyat artıyor da esnaf böyle, abi denetim mekanizması diye bir şey var o arttırılsın sabaha kadar. Avrupalılar bunu yapmadı mı zamanında hepsi yaptı insanoğlu yapar her insan mutlaka hayatının belli döneminde hani genele yaymayayım ama bir çakallık peşine girer. Sen ne yapacaksın, Belediye olarak ceza mekanizman var, bir ceza yazarsın iki yazarsın bir daha bakalım o yapabiliyor mu? Baklavacılar federasyonu çıkıp derse Baklavaları 150'den yukarı satmayacaksın derse satan varsa gidip ceza yazacaksın bak geçen sefer valimizin ne yaptı, siz darasını tartmadan baklava satıyormuşsunuz bunu yapanları kapatırım dedi. Bak şuan da bütün baklavacılar darasını alıyor, çünkü bir dara demek iki tane baklava demek iki tane baklava demek 80 lira demek düşünebiliyor musun, ne kadar aslında ucuz, basit bir numarayla nasıl kar etmekten bahsediyorum, biz de içini ne bilelim.”* şeklinde görüş bildirirken Gaziantep'te yaşanan fiyat artışlarının ciddiyetini ve potansiyel zararlarını vurgulamaktadır. Artan fiyat uçurumları, ziyaretçilerin şehre olan güvenini zedeleyerek bölgenin turizm potansiyelini olumsuz etkileyebilir. Ayrıca, fiyatlandırma konusunda denetim

mekanizmalarının yetersizliği ve esnafın bazı durumlarda haksız kazanç sağlamaya çalışması da endişe verici bir durumu işaret etmektedir. Bu durum, yerel ekonominin sağlıklı işleyişi açısından önemli bir tehdit oluşturmaktadır. Dolayısıyla, fiyatlandırma politikalarının daha dengeli bir şekilde yönetilmesi ve denetlenmesi gerekmektedir. Bu sayede, hem yerel halkın hem de ziyaretçilerin adil fiyatlarla hizmet alması sağlanabilirken bölgenin turizm potansiyeli sürdürülebilir bir şekilde geliştirilebilir.

Kültürel mirasın zayıflıkları ve tehdit unsurları kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **gastronominin ön plana çıkmasının olumsuz etkisidir (25)**. Katılımcılar Gaziantep'in birçok kültürel miras değeri olmasının yanında sadece gastronomi şehri olarak biliniyor olmanın olumsuz etkilerinden bahsederken diğer kültürel miras değerlerin de ön plana çıkarılması gerektiğini dile getirmişlerdir. Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K3: *“Bence kültürel miras özelinde düşündüğümüzde kültürel miras kavramının geniş bir kavram olduğunun farkına varılması ve bu anlamda atılacak adımların sadece bir alana yönelik olarak atılmaması gerektiğini düşünüyorum. Yani buradan kastım şu; Gaziantep sadece mutfağı ile ön plana çıkabilecek bir kent asla değil. Tabii ki mutfak konusunu önemsiyoruz ama Gaziantep'in mutfağı kadar Gaziantep'in diğer kültürel değerlerinin de ön plana çıkarılması gerektiğini düşünüyorum.”* şeklinde görüş bildirirken K14: *“Maalesef biz gastronomiye çok fazla yüklendik. Gaziantep'in en büyük hatası aslında bu, eğer ben sadece gastronomi şehri olacağım diyorsa sıkıntı yok ama ben kültürel miras turizminde de muazzam bir şehir olacağım herkes beni tanırsın diyorsa bence özellikle livas ve kasteller, Dülük baba, Yesemek Heykel Atölyesi, bu tarz yerlere aşırı bir ilgi göstermesi lazım. Bu alanlar, yerel halka öncelikle tanıtılmalıdır; gerekiyorsa, otobüslerle buralara taşınarak onlara gösterilmelidir. Ayrıca, öğrencilerin bu yerlere geziler düzenlemesi teşvik edilmelidir. Çünkü sosyal medya çağında, bir kişi ziyaret ettiği yerleri paylaştığında, diğerleri de ilgi göstermeye başlıyor ve bu yerler daha fazla popüler hale geliyor.”* ifadesi bu durumu açıkça ortaya koymaktadır.

Katılımcı ifadeleri, Gaziantep'in turizm potansiyelini en iyi şekilde değerlendirmek için farklı alanlara odaklanmanın önemine vurgu yapmaktadır. Şehrin sadece gastronomiye değil, aynı zamanda zengin kültürel mirasına da odaklanması gerektiği belirtilmiştir. Yerel halkın ve gençlerin kültürel mirasa sahip çıkması ve tanıtılmasında aktif rol oynamalarının önemi üzerinde durulmuş, bu sayede turizmin sürdürülebilirliği ve şehrin tanıtımı açısından büyük bir katkı sağlanabileceği ifade edilmiştir. Ayrıca, Gaziantep'in turizm potansiyelinin tamamını kapsayan bir stratejinin geliştirilmesinin gerekliliği vurgulanarak, şehrin turizm alanındaki potansiyelinin en etkin şekilde değerlendirilmesi için tüm unsurların göz önünde bulundurulması gerektiği ifade edilmiştir. Bu durum Gaziantep'in kültürel miras turizmi alanındaki çeşitliliğini ve zenginliğini artırarak daha geniş bir kitleye ulaşmasına olanak tanıyacaktır.

Öte yandan K25: *“Gaziantep insanların aklında yemek şehri, gastronomi şehri diye yer edinmiş durumda o yüzden geliyorlar. Oysa Antep'te yemeği kadar gezilmesi, görülmesi gereken, mutlaka tanınması gereken kültürel miraslar var. Yesemek ve Zeugma mozaik müzesi gibi kültürel noktalar, şehrin turistik çekiciliğini artıran unsurlar arasında, şahane yerler oraya girdi mi insanlar iki saatte çıkamıyorlar.”* şeklinde görüş bildirirken , K18: *“Gaziantep bir mozaik şehri haline gelebilirdi, Gaziantep dendiği zaman Zeugma akla gelebilirdi, bir ara öyleydi daha sonra Gaziantep'in UNESCO tarafından gastronomi şehri ilan edilmesiyle gastronomi daha baskın hale geldi. Gaziantep deyince Zeugma akla gelmeye başlamıştı ki gastronomi konusu ön plana çıkınca o da güzel oldu ama bu sefer somut kültürel değerler gastronominin gerisinde kaldı.”* ifadesi gastronominin diğer kültürel miras değerlerinin önüne geçtiği şeklindedir. Katılımcı ifadeleri, Gaziantep'in turizm potansiyeli ve tanıtım stratejilerinin dengelenmesi gerektiğini gösteriyor. Şehrin sadece gastronomi açısından değil, aynı zamanda zengin kültürel mirasıyla da ön plana çıkarılması gerektiği ve turizm tanıtımında bu dengeyi sağlamak için çaba harcanması gerektiği vurgulanıyor.

Araştırma kapsamında kültürel mirasın zayıflıkları ve tehdit unsurları kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **eğlence**

**mekanların azlığıdır (10).** Katılımcılar Gaziantep'te eğlenceli mekanların az olmasının turistleri olumsuz açıdan etkileyebileceğini ifade etmektedirler. Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir;

K15: *“Gaziantep'te akşam olduğunda, geleneksel bir türkü evinde canlı müzik eşliğinde keyifli vakit geçirip bir iki double alkol alabileceğiniz yerlerin neredeyse hiç yok. Saz çalan bir mekâna gidip bir şeyler yiyip içmek isteyen insanlar için seçenekler oldukça sınırlı, hatta yok gibi. Gaziantep'te alkollü lokantaları tek tek saymaya başladığında 20 tane lokanta çıkmıyor. İstanbul'da yalnızca Kadıköy'de Balık Pazarı'nda 200 tane alkollü lokanta var. Balık pazarının olduğu yerde hepsi her akşam dolu, insanların burada kalmasını istiyorsanız alkollü lokanta açacaksınız sen içmiyorsan gitme içen gitsin..”* Bu durumu benzer bir ifadeyle dile getiren K14: *“Senin buraya gelen insanlara daha fazla cazibe merkezi sunman lazım eğlence mekanları yapman lazım, alkollü mekanları arttırman lazım yabancılar için söylüyorum. Batıdan gelen insanlar içinde doğuda da. Biz şu an tek tüze sadece insanlar alkolsüz yemek yiyormuş gibi davranıyoruz. Büyük havuzlar yaparsın sıcak memleket burası öyle bir yap burası denizi olmayan memleket. Sen şöyle bir aqua parklar yap ya da işte tematik parklar hep bizim parkların hepsi aynı iki tane alet koyuyorsun diye yeni park, ya tamam yerele hizmet ediyorsun, çok güzel ama turistin ilgisini çekeceği bir tematik parkın yok botanik bahçen bile yok bir botanik bahçen var dünyada botanik demem ben ona park derim. Hani bir botanik bahçesi yap kelebekler bahçesi yap Konya yapıyor mesela Konya kelebekler bahçesi yaptı. Öyle de bir tanıtımını yaptı ki gidiyor insanlar. Demek istediğim biz yaptığımız faaliyetlerin turiste yönelik olduğunu zannediyoruz ama değil yerele uygun maaşleler onlar hani bu zaten şehirlere normal yapılması gereken şeyler cazibe merkezi yaratmıyorsun ya da işte el sanatları, hediyelik eşya konusunda hiçbir Mars heykelini satan bir yer gördün mü böyle güzel masana koyabileceğin yok ben evimde bir sürü sanat, savaş eşyaları alırım böyle küçük heykeller alırım bak masamda da var bir tane ama Mars heykeli bulamadım ya şöyle alayım bir ara vardı onlarda çok hızlı bitti.”* ve K22: *“özeleştirme yapmak gerekirse bizim şehrimizde turistlerin böyle yoğun eğlenebileceği eğlence mekanları sınırlı, akşam 8'den sonra hayat biraz yavaşlıyor hatta duruyor. Çünkü sanayi kentiyiz insanlar mesela bodrumda*

*Çanakkale de diğer yerlerde sabahlara kadar dışarıda olmasına rağmen Antep de 8 olduktan sonra dışarıda çok nadir insanız, çalışan insanlar mantığıyla bakıyorum. Ben işte sabah kalkıp işe gideceğim mantığında bakıyor çoğu.”* şeklinde görüş bildirmiştir. Katılımcıların ifadelerinden çıkan ortak nokta, Gaziantep'te gece hayatı ve eğlence mekanlarının kısıtlı olduğudur. Bu durum, şehirde gece yaşamının canlandırılması ve turistler için daha cazip hale getirilmesi gerekliliğini vurgulamaktadır. Turistlerin beklentileri doğrultusunda daha fazla eğlence mekanı ve aktivite sunulması, şehrin turizm potansiyelini artırabilir ve ziyaretçilerin kalış sürelerini uzatabilir. Bu yönde yapılacak yatırımların, hem yerel halkın hem de turistlerin yaşam kalitesini etkileyeceği göz önünde bulundurulmalıdır.

Öte yandan K9: *“Sosyal medya bazı eleştiriler oluyor var duyuyorum neymiş efendim Gaziantep çevresinde saat 8'den sonra hayat bitiyormuş biz bundan yabancı turistleri bölgeye çekemiyormuşuz veya gelen insanlar konaklamıyormuş, biz yurtdışına gittiğimizde de insanları bir saat 7'den 6'dan sonra hiçbir yerde bulamıyoruz. Kafe bulamıyoruz ya bir yemek yiyecek kafe bulamıyorsun. Çünkü restoranlar sekiz buçuk, 9'da kapanıyor, yine bizim restoranlarımız 12'de kapanıyor. Yani saat 8'den sonra efendim ne olacak alkol mü olacak zaten yabancı olunca içki olan yerler açık oluyor söylüyoruz, kafeler açık gece 12'ye kadar, kafelerin hepsi açık, Kale altında açık yani daha nereye götürebiliriz ki, bunlar kendileri için istiyorlar. Tamam buraya gelen insanlara farklılıklar sunulmak adına türkü geceleri yapılabilir, şiir geceleri olabilir, mesela yöresel bizim Antep folklor ekibimiz var bizim Türk'e veremezsiniz de yabancı turistlere folklor ekibimizi bir para karşılığı satabiliriz.”* olaya farklı bir açıdan yaklaşarak bu durumu alternatif çözüm yollarıyla giderilebileceğini ifade ederken K17: *“Peki neden bir insan gider Urfa'da konaklar bakın tek nedeni şu akşam orada sıra gecesi var, eğlence var, gelen turist eğlenmek istiyor anlatabiliyor muyum ve eğlenirken de oranın yerel kültürünü görmek istiyor, tanımak istiyor, yaşamak istiyor. Bizim sıra gecesi değil ama meşk gecelerimiz ikindi sazımız mesela bunlar var. Şimdi bunları yaşatabileceğimiz, bunları hayata geçirebileceğimiz gelen insanları da ortak edebileceğiniz turistleri de ortak edeceğimiz mekanlara ihtiyacımız var. İşte Bey Mahallesi gibi bir bir değer var elimizde orayı yaşayan, gece yaşayan bir mahalle haline getirebiliriz. Bir eğlence*

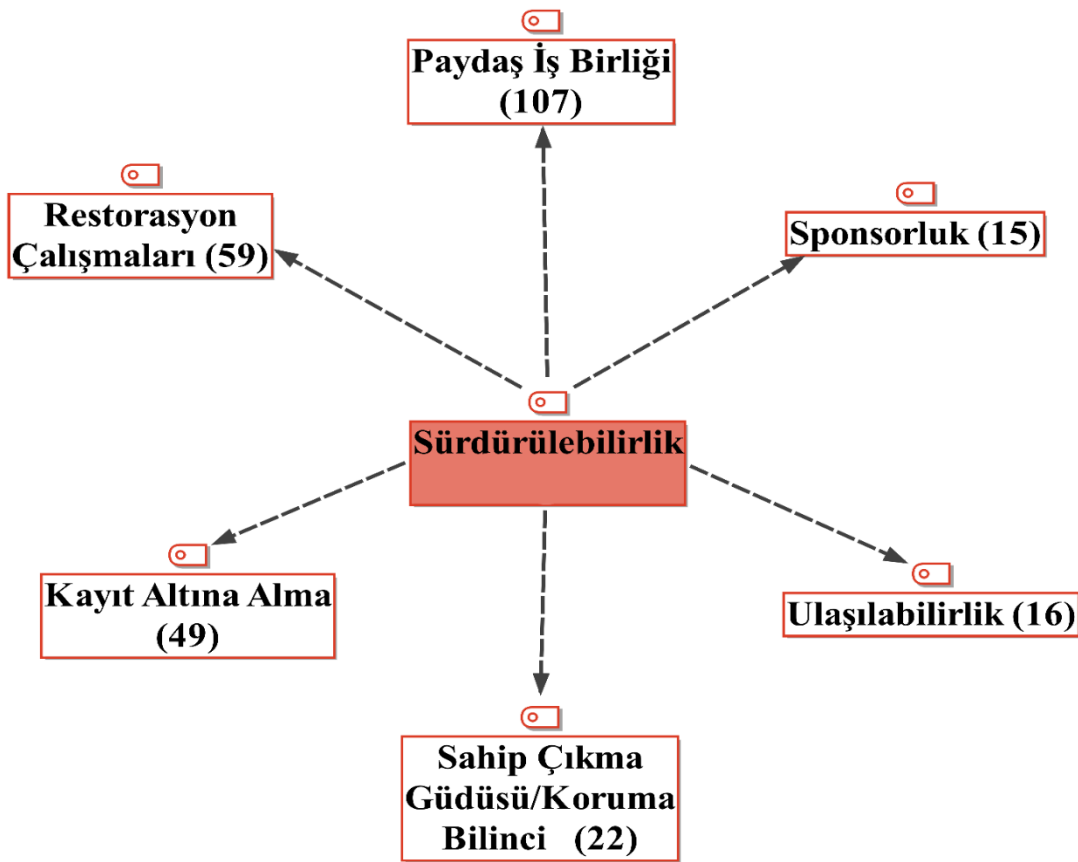
*merkezi haline getirebiliriz. Bir sokak lezzetlerinin olduğu bir merkez haline getirebiliriz. Çünkü bey mahallesi gibi bir değer var elimizde, ne güzel bunu değerlendirmemiz lazım.”* ifadesinde turistlere yönelik eğlence mekanlarının hizmete açılmasıyla kültürün aktarılması ve yaşatılması açısından bir farkındalık oluşturulabileceğine dikkat çekmektedir. Katılımcıların farklı bakış açılarıyla ele aldığı konu, Gaziantep'in gece hayatının ve eğlence olanaklarının turistler için çekiciliğini artırma potansiyelini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, şehirdeki gece hayatının çeşitlendirilmesi ve turistlere yönelik alternatif eğlence seçeneklerinin sunulması, turistlerin ilgisini çekebilecek önemli bir adım olabilir. Aynı zamanda, yerel kültür etkinliklerinin turistlerle paylaşılmasıyla şehrin kültürel zenginliğinin aktarılması ve tanıtılması da turizm potansiyelini artıracaktır. Katılımcı görüşlerinden hareketle Gaziantep'in turizm alanında daha cazip hale gelmesi için eğlence mekanlarının sayısını arttırmak ve kültürel etkinliklere odaklanmak kentin turizm potansiyeline olumlu yansıtacaktır.

#### **4.9.1.3. Kültürel Miras Değerlerinin Sürdürülebilirliğine Yönelik Bulgular**

Kültürel miras değerlerinin kullanımına yönelik faktörler temasının bir diğer kategorisi olan sürdürülebilirlik (268) kategorisi Şekil 4.8'de görüldüğü üzere 6 alt kategoriden oluşmaktadır. Bu kategoriler, paydaş iş birliği (107), restorasyon çalışmaları (59), kayıt altına alma (49), sahip çıkma güdüsü/koruma bilinci (22), ulaşılabilirlik (16), ve sponsorluk (15) şeklindedir.

Kültürel miras değerleri, insanlığın tarihini, kimliğini ve değerlerini yansıtan önemli unsurlardır. Öte yandan bu değerler zaman içerisinde çeşitli tehditlere maruz kalabilmektedir. Özellikle kentsel dönüşüm iklim değişikliği ve turizm faaliyetleri gibi faktörler, kültürel miras alanlarını etkileyerek sürdürülebilirliğini zorlaştırabilmektedir. Bu kapsamda, kültürel miras değerlerinin sürdürülebilirliğini sağlamak için etkili koruma politikaları ve yönetim stratejilerinin geliştirilmesi, toplumun katılımı ve bilinçlendirilmesi, uzun vadeli planlama ve bakım süreçlerinin benimsenmesi gerekmektedir. Ayrıca, kültürel miras değerlerinin sürdürülebilirliği konusunda restorasyon çalışmaları da oldukça etkin rol oynamaktadır. Bu kapsamda yapılan çalışmalar, kültürel mirasın fiziksel olarak korunmasını sağlarken gelecek

nesillere aktarılmasını da mümkün kılmaktadır. Bununla birlikte restorasyon süreci, paydaş işbirliği ve kayıt altına alma işlemleriyle sıkı bir ilişki içerisindedir. Bu süreçte yerel topluluklar, STK'lar, devlet kurumları ve uluslararası organizasyonlar gibi paydaşlar, ortak hedefler doğrultusunda işbirliği yaparak daha etkili sonuçlar elde edebilirler. Aynı zamanda, kayıt altına alma işlemleri sırasında kültürel mirasın tarihi, mimari özellikleri ve kültürel önemi detaylı bir şekilde belgelenmektedir. Bu işlemler, restorasyon sürecine rehberlik sağlayarak yapılan müdahalelerin doğru ve uygun bir şekilde gerçekleştirilmesini olanaklı kılmaktadır.



Şekil 4.8. Kültürel Miras Değerlerinin Sürdürülebilirliğine Etki Eden Unsurlar

Sürdürülebilirlik kategorisinde katılımcılar tarafından yoğun olarak görüş bildirilen alt kategorilerden bir tanesi **paydaş iş birliği**dir (107). Katılımcılar, kültürel miras değerlerinin korunması ve ön plana çıkarılmasında paydaş iş birliğinin önemini vurgulamışlardır. Konuya ilişkin katılımcı ifadelerinden bazıları şu şekildedir;

K18: *“Belediyeler, sivil toplum kuruluşları, bizzat bizim kendi şahsımız var. Yani her bireyin kendi çapına göre bir çabası lazım, efendim geçmişe mazi denir geçti bitti dememek gerekir. Bizim, bir birey, bir fert olarak bu bilince sahip olmamız gerekir. Dedemizden kalma bir çakı da olsa bir tarih değerdir bir kültürel mirastır veya ninemizden duyduğumuz bir ninni kelimesi, bir kültürel mirasımızdır o ninni veya bir maniye biz kendi hafızamıza alıp anlatmamız da o tarihi mirasımızı kültürel mirasımızı yaşatmamız demektir ama diğer taraftan devletinde bakanlığında veya belediyenin de işte bir restorasyon çalışması da o kültürel mirası yaşatması demektir. Makro seviyeden minimum seviye kadar hepimizin görevi kültürel değerlere sahip çıkmaktır.”* şeklinde görüş bildirirken, K14: *“Paydaşların etkileri şöyle anlatayım, biz mesela bir alanda çalıştığımız zaman mutlaka paydaşlardan da yararlanıyoruz. Onlarla toplantılar yapıyoruz, onların da fikirlerini, dileklerini, önerilerini, şikâyetlerini de alıyoruz. Gaziantep'te turizm alanında faaliyet gösteren bütün paydaşlar mutlaka sürece dâhil ediliyor.”* görüşünü şeklinde ifade etmektedir. K19 ise: *“Özellikle kamu kuruluşları bu konuda çok destek veriyor. Valilik olsun, YUKOP, ilçe belediyelerinde Şehit Kâmilde çok kültürel miras değeri yok ama Nizip, Oğuzeli gibi kültürel eseri olan, taşınmaz kültür varlıklarının yoğun olduğu yerler katıldığı da paydaşlar birleşince büyük bir güç doğdu oda tabi hem ekonomiye hem de Antep'in bu konu da canlanmasına vesile oldu.”* şeklinde görüş bildirerek paydaş işbirliğinin önemine dikkat çekmektedir. Bununla birlikte katılımcı ifadeleri, kültürel mirasın korunması ve geliştirilmesi için paydaşların işbirliğinin önemini vurgulamaktadır. Kültürel mirasın sadece maddi olarak değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel olarak da yaşatılmasının gerekliliğine işaret etmektedir. Bu durum, sadece bireylerin değil, aynı zamanda kurumların, sivil toplumun ve devletin de aktif olarak katılması gerektiğini göstermektedir.

Öte yandan K21: *“Turizm paydaşları konaklama, ulaşım, yeme içme sektörleri, akademik dünya, ilgili STK'lar olarak özetlenebilir. Paydaşların sürdürülebilirlik adına ortak hareket etmesi oldukça önemlidir. Çünkü turizmde bütünlük olmadıkça yapılan tüm yatırımlar gerekli etkisini gösteremeyecektir. Restore edilmiş tarihi dokuda doğru hizmet sağlanması, akademik açıdan nitelikli fikir ve çözümler üretilmesi kısacası paydaşların üzerine düşen sorumlulukları yerine*

*getirmesi durumu, kültürel değerlerin turizme kazandırılmasında etkin rol oynayacaktır.*” Şeklinde görüş bildirirken bu görüş, turizmde sürdürülebilirlik için paydaşların işbirliğinin ve ortak hareket etmenin ne kadar önemli olduğunu vurgulamaktadır. Turizm sektöründe başarılı sonuçlar elde edebilmek için, tüm paydaşların kendi sorumluluklarını üstlenerek ortak hedeflere odaklanması gerektiği üzerinde durulmaktadır. Bu durum yapılan yatırımların etkili olması ve kültürel değerlerin turizme kazandırılmasında eksikliklerin yaşanmaması için kritik bir husustur. Dolayısıyla, turizmde sürdürülebilirlik için paydaşlar arasında güçlü bir işbirliği ve koordinasyonun sağlanması, sektörün geleceği açısından hayati bir öneme sahiptir. Ancak tüm paydaşların katılımı ve sorumluluk üstlenmesiyle, sürdürülebilir turizm pratikleri benimsenerek hem çevresel hem de toplumsal açıdan olumlu etkiler elde edilebilir.

Konuya ilişkin olarak K27: *“Paydaşların etkileri tatbiki çok önemlidir, bölgede bu anlamda bir çalışma olması halinde tüm paydaşlar bir araya gelerek ortak bir fikir altında buluşulup çalışmalar o şekilde yapılmaktadır.”* şeklindeki görüşüne karşılık K40: *“Yerel halkımızın kültürel miras değerlerine yeteri kadar sahip çıktıklarını düşünmüyorum. Kültür konusunda biraz zayıflığımız var okumadığımızdan kaynaklanıyor bence, bilinçsizlik, yani görmüyorlar hiçbir şey merak etmiyorlar.”* şeklinde bir görüş bildirerek yerel halkın bu süreçte çok katılım sağlamadığını ifade etmiştir. Katılımcı ifadeleri sürdürülebilir turizm ve kültürel mirasın korunması için paydaşların işbirliği kadar yerel toplumun da aktif katılımının önemini vurgulamaktadır. Kültürel mirasın korunması ve sürdürülebilir turizmin başarısı, sadece resmi kurumlar veya turizm sektörü temsilcileri tarafından değil, aynı zamanda yerel halkın da aktif olarak katılımıyla mümkündür. Ancak, bilinçsizlik ve ilgisizlik gibi faktörler, kültürel mirasın korunmasını zorlaştırmaktadır. Bu nedenle, yerel halkın kültürel mirasa duyarlılığını artırmak için bilinçlendirilmesi ve katılımının sağlanması kritik bir rol oynamaktadır. İşbirliği ve toplumsal katılımın sağlanmasıyla birlikte, kültürel mirasın sürdürülebilir bir şekilde korunması ve gelecek nesillere aktarılması mümkün olacaktır.

Sürdürülebilirlik kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **restorasyon çalışmalarıdır (59)**. Katılımcılar Gaziantep'te kültürel değerlerin korunması kapsamında restorasyon çalışmalarına önem verildiğini dile getirmişlerdir. Konuyla ilişkili katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K13: *“Daha fazla tarihi yapının restorasyonunun yapıp sosyal hayata kazandırılması için bizim bir sloganımız var. Restore edilmeyen hiçbir yapı kalmayacak, kalmasın bizim hedefimiz bu ve bu anlamda da 2005 yılından bu yana gerçekten çok ciddi çalışmalar yaptık. 40 kilometrelik cephe restorasyonu yaptık. 10 küsür tane müzemiz var. Belediye'ye ait, işte kültür sanat merkezi, müzeler, adliye mesela kültür Merkezi olarak yaptık.”* şeklinde görüş bildirirken K12: *“Yapıların içerisinde bir fonksiyonda işlendirmeyi de yapmış oluyorsun. Bu noktada yaptığımız restorasyonlarla kahve evlerine dönüşen, kafeteryalara dönüşen, butik otellere dönüşen, müzelere dönüşen ve sanat merkezlerine dönüşen birimler, kültür ve sanat merkezlerine dönüşen birimler haline gelmiştir.”* şeklindeki ifadesiyle bu görüşü destekler niteliktedir. Bu durum tarihi yapıların restorasyonu ve korunması için aktif bir çaba sarf edildiğini ve bu sürecin önemli bir hedefle desteklendiğini göstermektedir.

Bununla birlikte K24: *“Şahinbey Belediyemiz özellikle tarihi dokulara çok değer veriyor, zaten göreceksiniz bu mimari anlamda baktığımızda bütün yapılarımız ve burası bile yani savaşta kullanılmış bir mekânı restore ederek insanların anlaması ve o dönemlerin yaşayabilmesi için mesela orijinal mekanlar sundu, bu kapsamda restorasyon çalışmaları yapılıyor. Başarılı mı yapılıyor, başarısız mı yapılıyor bunu siz gözlemleyin”* şeklinde görüş bildirirken K19: *“Gaziantep Büyükşehir Belediyesi özellikle bu konuda baya bir etkili hale geldi. Tarih kültürel yol projesini geliştirdi kale etrafındaki, işte bakırcılar çarşına inen aksın o arada ki yirmiye yakın büyük caminin, hanların restorasyonu tamamlandı. Avrupa Birliği destekli projeler gerek Devlet Planlama Teşkilatı gerek Kültür Bakanlığı'nın Rölev Anıtlar Bölge Müdürlüğünden gelen ödeneklerle böyle bir kültürel Tarihi Yol Projesiyle Antep'in eserleri onarıldı.”* şeklinde görüş bildirmiştir. Katılımcı ifadeleri Gaziantep'in tarihi ve kültürel mirasının korunması konusunda yerel yönetimlerin önemli bir rol

oynadığını vurgulamaktadır. Belediyelerin, tarihi dokuların restore edilmesi ve yaşatılması konusundaki çabaları, şehrin kimliğinin korunmasına ve kültürel zenginliğin devamına önemli katkılar sağlamaktadır. Ayrıca bu çalışmalar, Gaziantep'teki tarihi ve kültürel varlıkların gelecek kuşaklara aktarılmasını sağlayarak, sürdürülebilir bir kültürel mirasın devamlılığını güvence altına almaktadır.

K21: “Gaziantep bölgesinde yer alan kültürel miras değerlerinin tespitinin ardından gerek kamu destekli ama çoğunlukla dış kaynaklarla (hibe, fonlar gibi) tüm eserlerin restorasyon çalışmaları, rekonstrüksiyon çalışmaları yapılmaktadır. Bu yapılar mutlaka hizmete açılan yaşayan alanlar olmak üzere tasarlanmaktadır. Buna en güçlü örnekler yeniden hayata döndürülen Hışvahan, Şirehan, Mecidiye Han, Naib Hamamı, Bey Mahallesi'dir.” şeklinde görüş bildirirken K23: “Aynı zamanda restorasyon çalışmaları devam ediyor muhtelif yerlerde yani restorasyon çalışmaları da kültürel mirasın ortaya çıkartılması için en önemli hususlardan birisidir. Osmanlı dönemi eserleri ve öncesine sahip çıkıldığını görüyorum ama Cumhuriyet dönemi, yakın dönem yapılara sahip çıkıldığını görmüyorum açıkçası. Tabii Cumhuriyetin erken döneminde yapılan yapılar var. Onlar koruma altında ve restorasyonları da yapıldı şu an ziyaretlere açık yapılarımız da var onu da söyleyebilirim.” şeklinde bir ifade dile getirmiştir. Ayrıca K26: “müzelere bakacak olursak mesela mutfak müzemiz, Gaziantep Kalesi yine Bey mahallesinde bulunan Atatürk Anı Müzesi, Oyuncak Müzesi, Ali İhsan Göğüş müzesi bu müzelerimiz tarihi mekanlar içerisinde Antep'in yanı sıra eski Antep evleri dediğimiz evler içerisinde kurulmakta ve şu anda da hala aktif olarak kullanılmaktadır. Bir nevi hem yapı koruma altına alınmış oluyor hem gelecek nesillere aktarılma hem de bunu müze olarak kullanması sebebiyle insanları da cezbedecek şekilde cazip hale getirerek halkımızın vatandaşlarımızın hizmetine sunuyoruz.” şeklindeki görüşüyle restorasyon çalışmalarıyla eski yapılara işlevsellik kazandırıldığını dile getirmiştir.

Öte yandan K36: “Yıl da iki kere belediyelerden talep alınır yapılacak restorasyon işleri talepler şeklinde gelir bu talepleri değerlendirilir ve bu payların %50'si belediyeler, %30'u Valilik %20'si de Kültür Bakanlığı olmak üzere dağıtılır

yani yılda yaklaşık bir 20 milyon civarında bir kaynak restorasyon işlerine aktarılmış oluyor hem proje hem uygulama, bu 2010 yılından sonra hani ondan öncesinde restorasyon işi sadece vakıfların yaptığı uyguladığı bir konuydu. Fakat bu 2008 işte kültür katkı payı yönetmeliği çıktı, belediyelerde KUDEB birimleri kuruldu. Özel idarelerde KUDEB birimleri kuruldu. Bu birimler vasıtasıyla daha geriye işlem sadece bakanlık ve vakıflar yapıyordu bu işleri sonra röleve müdürlükleri vasıtasıyla bakanlık yapıyordu yerelde de vakıfların müdürlükleri yapıyordu. Şimdi belediyelere şey yapıldı tabi belediye daha yerelden bu işi takip edip çözdüğü için hani o dönemden bu döneme ciddi atılım gösterdi. Çünkü bir kültür varlığının restorasyonu yapıldıktan sonra sadece restorasyon kısmı değil ondan sonra kullanım fonksiyon kısmı çok önemli bunlar birlikte değerlendirildi bence Gaziantep'te bu iş önemli bir noktaya geldi ve devam ediyor.” şeklinde bir görüş bildirirken, bu görüş, Gaziantep'teki restorasyon çalışmalarının nasıl yapıldığını ve bu süreçte hangi kurumların ve politikaların etkili olduğunu yansıtmaktadır. Restorasyon işlerine ayrılan kaynakların ve bu kaynakların dağıtımının belirtilmesi, belediyelerin ve diğer kurumların bu süreçteki rollerinin vurgulanması, özellikle son yıllarda yapılan atılımların altını çizmekte ve Gaziantep'te kültürel mirasın korunması ve restore edilmesi için yapılan çalışmaların nasıl organize edildiğini göstermektedir.

Sürdürülebilirlik kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **kayıt altına almadır (49)**. Katılımcılar, kültürel miras değerlerinin belgelenmesinin önemine vurgu yaparken, bu kapsamda yürütülen çalışmalara dikkat çekmişlerdir. Konuyla ilişkili katılımcı ifadeleri şu şekildedir

K11, Kültürel mirasın korunması ve aktarılması için yapılan çalışmalarını vurgulayarak, bu süreci şu şekilde ifade etmiştir: “Anıtlar Kurulu olsun, başka kurumlar olsun bu kültürel değerleri kayıt altına alıp bunun bir sonraki kuşaklara nakledilmesi için gerekli çalışmalar yapılıyor. Bizde onları takip ediyoruz. Gaziantep'te somut kültürel miras değerlere yönelik çalışmalar yapılıyor aynı şekilde barak türkülünde olsun Edebiyatta olsun, birtakım konularda çalışmalar devam ediyor yani yalnız somut değil, somut olmayan, kültürel miraslarda bir sonraki kuşak aktarılması için gerekli çalışmalar yapılıyor hatta zaman zaman bu

*değerlerin turizme kazandırılması yönelik yapılan çalışmalarda var tabi.” Benzer şekilde görüş bildiren K12, Turizm Bakanlığı ve Gaziantep Valiliği öncülüğünde gerçekleştirilen çalışmalara değinmektedir: “Kültürel miras değerlerinin kayıt altına alınmasıyla ilgili Kültür ve Turizm Bakanlığının biliyorsunuz bir tescil envanter listesi var ve biz bu envanter çalışmasını Gaziantep Valiliğinin önderliğinde elimizdeki mevcut tescilli yapıların hepsinin resimlenmesi bilgilerinin tekrar güncellenmesi, sayılarının netleştirilmesi kültür varlıkları koruma kuruluyla birlikte Gaziantep Valiliğinin önderliğinde, 2009 yılında hem kitabı revize ettik hem de Gaziantep’teki yer alan koruma amaçlı imar planı dediğimiz geçmişte hazırlanmış planı yine revize ettik ve daha yaşanabilir daha uygulanabilir daha pratik bir hale dönüştürmüş olduk.” şeklinde görüş bildirirken, katılımcı ifadeleri kültürel mirasın korunması ve aktarılması için yapılan çalışmaların önemini ve bu alandaki ilerlemeleri vurgulayarak, Gaziantep’in kültürel zenginliğinin korunması ve gelecek kuşaklara aktarılmasına yönelik önemli bir adımın atıldığını göstermektedir.*

Öte yandan K13, ifadesinde Panorama Müzesi’nin oluşturulma sürecini ve sözlü tarih çalışmalarının önemini vurgulayarak: *“Biz Panorama Müzesini yaptık, 25 Aralık Panorama Müzesini, müze fikri ortaya çıktı, projeler hazırlandı, bina yapımına başlandı. Tabi bir taraftan da sözlü tarih çalışmaları, işte çeşitli kurumlarla, savunma bakanlığıyla, yerel halkla, bu konuda söz sahibi akademisyenlerle herkes bir masa etrafında toplandı, bilgiler kayıt altına alındı. Halen de bizim sözlü tarih çalışması devam ediyor, Panorama Müzesinde, orda yani biz bu bilgilerin hepsini koruyoruz. Mesela o dönemde kullanılan eşyalar, kıyafetler, silahlar, insanlarla yapılan görüşmeler, hepsi o Müze’nin çatısı altında toplanmış vaziyette ve halen de çalışmalar devam ediyor sözlü tarih çalışmalarıyla.”* şeklinde görüş bildirirken, K18, Gaziantep’in dilsel kimliğini ve bu kimliğin korunmasına yönelik yapılan çalışmalara değinmektedir: *“Gaziantep’in somut olmayan kültürel miras değerleri arasında Antep ağzı vardır. Gaziantep halkının kendisinin konuştuğu kelimeler var, buna şive diyemeyiz. Şive nedir, bir kelimenin işte Kütahya’da konuşulma şekliyle Gaziantep’teki konuşulma şekli bir harf kaymasıyla ve eksilmesi yada ilave edilmesi o ağız şivedir benim bildiğim ama Gaziantep’te konuşulan kelimeler var başka yerde konuşulmayan kelimeler var ki yıllar öncesinden yarım*

asır geçen zamanda Ömer Asım Aksoy Gaziantep ağız diye üç ciltlik sözlüğü vardır kayıt altına almıştır. Bunun içinde deyimler vardır, Gaziantep deyimleri vardır, Gaziantep kelimeleri vardır. Cildin birisi sadece Gaziantep'te konuşan kelimelerdir. Dünyada başka bir şehirde bir şehrin sözlüğü olduğunu, kelime sözlüğünün olduğunu ben bilmiyorum.” şeklinde görüş bildirirken, Gaziantep'in kültürel mirasının çeşitli yönlerini koruma ve tanıtmaya çabalarına odaklanarak, şehrin zengin tarihini ve dilsel kimliğini gelecek kuşaklara aktarma çabalarını vurgulamaktadır. Bu çalışmalar, şehrin kültürel dokusunun korunması ve gelecek nesillere aktarılması için önemli bir adım olarak değerlendirilebilir.

Benzer şekilde görüş bildiren K22, Gaziantep'in çeşitli kültürel öğelerini kayıt altına alma ve gelecek nesillere aktarma çabalarına değinerek: “Somut olmayan kültürel miraslarımızla ilgili sözlü tarih çalışması yapıyoruz. İnsanları konuşturuyoruz, yemek kültürünü anlatıyoruz, yemeklerini yaptırıp kaydediyoruz. Ailelerine ait olan fotoğrafları, eski bilgileri, belgeleri hepsini dijitalleştirip kullanıcıların faydasına açıyoruz. Yani tek taraflı değil mesela bir Yavuzeli tarafındaki bir cenaze kültürü, ölüm kültürünü anlatıyoruz. İşte Oğuzeli'ndeki barak kültürünü anlatıyoruz işte Nizip'teki bir fıstıklı pilav kültürünü anlatıyoruz ve bunların hepsi bizim altyapımız, bunların hepsini kayıt altına alıyoruz. Ekibimiz var sözlü tarih çalışmalarımız hem kaybolmaya yüz tutmuş meslekler, eski belediye başkanlarımız, evlenme adetleri eski Antep'te nasıl oluyor bunlarla ilgili hepsiyle ilgili mesela 80 tane köyde biz sözlü tarih çalışması yapıyoruz halk bilimci arkadaşlarımızla bunları yapıyoruz. Kent arşivini 2014 yılında kurduk ilk aşamasını git gide de genişletiyoruz. Şimdi bunları biraz bir derleme çalışmalarını yapmamız lazım, yani biz bu mantık da bizim bir evlenme adetimiz, mesela hiçbir şey olmasa bir fıstık hasadını bile onun bir kültür var biliyorsunuz, mesela üzüm işte bir tepeleme dediğimiz olay üzüm hasatları, bağbozumu dediğimiz olay bunların hepsi bizim kültürümüz biber hasadı ayrı bir kültür hepsini kayıt altına alıyoruz.” şeklinde görüş bildirerek, bu çabaların şehrin zengin kültürel mirasının korunmasına ve tanıtılmasına önemli bir katkı sağladığını ifade etmektedir. Bununla birlikte katılımcı ifadeleri, Gaziantep'in kültürel zenginliğinin sadece geçmişte değil, günümüzde de önemli olduğunu ve bu mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılması

gerektiğini vurgulamaktadır. Şehrin tarihi, dili, mutfak kültürü ve diğer kültürel unsurları, toplumun bir parçası olan tüm insanlar tarafından sahiplenilip korunmalıdır. Bu çabalar, Gaziantep'in kimliğini ve özgünlüğünü koruyarak, kültürel mirasını gelecek kuşaklara aktarmak için büyük bir öneme sahiptir.

Sürdürülebilirlik kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **sahip çıkma güdüsü/koruma bilincidir (22)**. Katılımcılar kültürel miras değerlerine sahip çıkılması ve korunması gerektiğini dile getirmişlerdir. Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K34, kültürel mirasın korunması ve yaşatılması gerekliliğine dikkat çekerek: *“Kültürel mirası hem korumak hem yaşatmak hepimizin özveri ile yapması gereken bir iş.”* şeklinde görüş bildirirken, K13, kültürel mirasın korunması konusunda Gaziantep'in daha fazla özverili olduğuna değinmektedir: *“Gaziantep kendi kültürel mirasına sahip çıkan bir kent, bölge olarak baktığımızda buralar gerçekten çok zengin yerler, kültürel miras anlamında. Hani değerlerimiz çok fazla bizim, diğer illerden farkımız şu; biz kültürel mirasımıza çok fazla sahip çıkıyoruz yani bunları gelecek nesillere aktarmak, özgünlüğünü korumak, sosyal yaşama girmesini sağlamak, turizme katkısının olmasını sağlamak bizim birinci hedefimiz.”* diğer taratan K23, kültürel mirasın korunması konusunda yerel halkın önemine değinmektedir: *“Gaziantep'te yerel halk denetim mekanizmasını üstleniyor bunu söyleyebilirim yakınlarda yapılan birkaç faaliyet var, mesela Yesemek bölgesine buraya bir baraj yapılmak istendi yerel halk hemen direndi. Buna niye direndiler kardeşim burada kültürel miras var siz bu kültürel mirası yok edersiniz diye, yerel halk bir birleşme gitti. STK ile, bu duruma STK'lar da öncülük etti ve olay kamu kurumlarına intikal ettikten sonra baraj yapımı durduruldu. Bu aslında önemli bir unsur çünkü yerel halk burada bir denetim mekanizması gösteriyor. Siz yerel halka rağmen Gaziantep özelinde söylüyorum, Gaziantep Kalesi'nde ekstra bir şey yapamazsınız.”* şeklinde görüş bildirmektedir. Katılımcı ifadeleri, kültürel mirasın korunması ve yaşatılması için toplumun birlikte hareket etmesi gerektiğini ve yerel halkın bu süreçte önemli bir rol oynadığını gösteriyor. Ayrıca, kültürel mirasın

korunması ve yaşatılmasının sadece geçmişe değil, geleceğe yapılan bir yatırım olduğu vurgulanıyor.

K25 Antep'in kültürel mirasının gelecek nesillere aktarılması için yapılan eğitim ve farkındalık çalışmalarının önemine değinerek *“İnsanlar hiç gelmemiş, görmemişler bu anlamda, okul gezileri yapılıyor, Antep'in bütün köylerine, bütün ilçelerinin okullarına sene içinde otobüslerle gidip öğrencileri alıyoruz. Ondan sonra getirip bütün müzeleri Antep'te belediyeye bağlı olan bütün müzeleri gezdiriyoruz. Mesela bence bu çok çok önemli bir şey çünkü çocuk köyde oturuyor. Ailesi zaten bilmiyor, gelip görüyor mesela ben çok duyuyorum diyor ki aa işte ben annemle babama da söyleyeyim onlarda gelsin hani böyle böyle, belki biraz daha bu kültürel miras akışını devam ettirebiliriz.”* şeklindeki görüşü bu tür etkinliklerin toplumsal bir bilinç oluşturmak için ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

K17, Gaziantep'in tarihî ve kültürel zenginliğine vurgu yaparak, bu mirasın korunması ve turizme kazandırılması için yapılan çabaları ve önemli arkeolojik keşiflere değinerek *“Burası kent kültürünün olduğu bir şehir Gaziantep çok eski zamanlardan beri, şimdi kent kültürün olduğu yerde bir sürü kent kültürüyle ilgili turizme katabileceğimiz yerler var. Bakın mesela Yesemek işte, biz çok büyük mücadele verdik Yesemek'in hemen dibine bir baraj yapılacaktı mesela bir gölet yapılacaktı biz göletin durdurulması için işte önde gelen sivil toplum örgütleriyle birlikte Gaziantep Turizm Derneğini de işin içine katarak bir platform kurduk bu platformun bütün üyeleriyle birlikte mahkemeye verdik yürütmeyi durdurma kararına ve sonunda kazandık. Mesela Yesemek bugün çok önemli bir yer, Atilla hocam belki bahsetmiştir bizim daha önceki bildiğimiz Yesemek'in çok ötesine geçti. Yesemek'i biz bir heykel atölyesi olarak bilirdik ama orda koskoca bir Hitit kenti çıktı şimdi yeraltı jeoradar araştırmalarıyla birlikte ya orada belki de yüzyıllarca sürece kazı çalışmaları olacak.”* şeklinde bir görüş ortaya koyarken, K39, Gaziantep'in kültürel mirasının korunması ve sanayileşme sürecindeki dengeleme zorluklarına değinerek: *“Yesemek gibi bir değer var daha geçenlerde oraya baraj yapmaya kalktılar, Nizip yolunda Zeugma Antik Kenti baraj suları altında kaldı belki ordaki kültürel varlıkların %90'ı daha orda duruyor. Dülük antik kenti var Dülük Köyü sanayinin*

*içerisinde kaldı öteden beriye doğru organize sanayi geldi. Karkamış'ın yarısı başka bir ülkenin sınırları içerisinde olsa başka hiçbir şeye gerek yok tek başına kültürel miras turizminin başkenti olur orası ama bizim burada varsa yoksa sanayi. Sanayi amaçlı gelenler aç kalmasın diye gastronomiyi öne sürdüler. Kültür yolu deseniz demeyin de bence ola ki dersiniz tamamen göçmen istilasına uğramış durumda yolda Antepli birisine denk gelme şansınız var mı onu bilmiyorum.”* şeklinde görüş bildirmiştir. Katılımcı ifadeleri Gaziantep'in kültürel mirasının korunması ve turizme kazandırılması konusundaki önemli bir tartışmayı ortaya koyuyor. Sanayileşme sürecinde kültürel mirasın korunması, toplumun ortak çabası ve bilinçli kararlarla mümkün olabilir.

Diğer taraftan K10, *“Yerel halk turizmden daha çok pay aldıkça bu işe daha çok sahip çıkıyor yani halk, esnaf, otelcisi, acentacısı restorancısı gelen turistleri gördükçe bu işi daha çok sahipleniyor daha korumacı bir anlayışla olaya yaklaşıyor.”* şeklinde görüş bildirerek, paydaşların gelir elde etmesiyle turizmin gelişimine katkı sağladığını ve turizmin artmasıyla birlikte halkın kültürel mirasa daha fazla sahip çıktığını vurgulamaktadır. Paydaşların, turistleri görmesi ve turizmin ekonomik ve sosyal etkilerini deneyimlemesi, onların turizme daha fazla ilgi göstermelerine ve korumacı bir tutum benimsemelerine neden olmaktadır. Bu durum, turizmin sürdürülebilirliği ve kültürel mirasın korunması açısından önemlidir. Yerel halkın turizme katılımı, turizm sektörünün yerel topluma ve kültürel mirasa olan bağlılığını artırırken, aynı zamanda yerel ekonomiye ve toplumun refahına olumlu etkiler sağlayacaktır.

Sürdürülebilirlik kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **ulaşılabilirliktir (16)**. Katılımcılar Gaziantep özelinde kültürel miras değerlerine ulaşılabilirliğin olduğunu dile getirmişlerdir. Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K11, alt yapı, üst yapı, ulaşım, planlama ve tanıtım gibi çeşitli alanlarda yapılan çalışmalara değinerek: *“Bu değerlere ulaşılması üzerinde alt yapı olsun, üst yapı olsun, ulaşımında olsun planlamada olsun tanıtımda olsun birçok konuda çalışmalar sürdürülüyor. Genelde turla gelenlerin zaten araçları ve belirli bir*

*programları var, çok rahat ulaşıyor hiçbir sorun yok bireysel olanlar da şehirdeki birçok ulaşım vasıtasıyla bu değerlere rahatlıkla ulaşabiliyorlar.”* şeklinde görüş bildirirken benzer bir görüş bildiren K12, Gaziantep'e gelen turistlerin, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi'nin uygulamalarını kullanarak bölgedeki tarihi ve kültürel yerlere kolayca erişebildiğine dikkat çekiyor: *“Aplikasyon var uygulamalar var bölgeye gelen turist bir kere hemen Gaziantep Büyükşehir belediyesi ile ilgili aplikasyonları ilgili haritaları temin edebileceği enformasyon bilgi merkezlerine bilgi alma merkezlerine fiziki telefonda, sanal çok rahat ulaşabilmekte ve gitmek istediği Gaziantep il sınırları içerisinde yer alan ne kadar görmek istediği yer varsa tarihi kültürel, tabiat varlığı, kültür varlığı, yapılarla ilgili kitap dahil eline alabileceği bir kitapla oradan bakıp da hangisi nerede ona nasıl ulaşabileceğiyle ilgili gerekiyorsa toplu taşıma, gerekiyorsa kendi araçlarıyla nasıl ulaşabileceğine ilişkin uygulamalarımız da mevcut.”* şeklinde görüş bildirirken, katılımcı ifadeleri Gaziantep'in tarihi ve kültürel mirasının ziyaretçilere erişilebilirliğinin önemli bir konu olduğunu ve bu alanda yapılan çalışmaların turistlerin şehri keşfetmelerini kolaylaştırdığını gösteriyor. Ayrıca, teknolojinin ve diğer bilgi kaynaklarının bu süreçteki önemi de vurgulanıyor. Bu çalışmaların, Gaziantep'in turizm potansiyelini artırarak şehrin kültürel mirasının daha geniş kitlelere tanıtılmasına katkı sağladığı söylenebilir.

Öte yandan olaya farklı bir açıdan yaklaşan K13, *“Mesela ulaşım derken ilk başta bilgisinin olması lazım, bilgisinin olabilmesi için de iyi bir reklama ihtiyacımız var.”* şeklinde görüş bildirirken ulaşım sağlanmasının öncesinde insanların bu alanlara yönelik bilginin olmasının önemine dikkat çekmektedir. Bu konuda özeleştiri yapan K18, kültürel mirasa erişimi kolaylaştırmak için eksiklikler olduğunu ifade etmekte: *“Zayıf yani şehrin muhtelif yerlerine kültürel harita veya plan koymaları veya tanıtıcı broşür standı açılması lazım. Mesela benim bildiğim kadarıyla havaalanında yada otoparkta veya şehrin merkezinde bu hususta bir çalışma yok, zayıf yani, mesela karayoluyla Gaziantep'in batısından giriş var doğusundan giriş var kuzeyden giriş var en azından o giriş yerlerine enformasyon büroları, ofisleri konulabilir o olmuyorsa bile oraya bir pano şeklinde bir harita, billboard konabilir veya o panonun oraya enformasyon broşürler konabilir, il*

haritası konabilir. Tamam Turizm İl Müdürlüğünde belediyelerin çalışmalarında ofisleri var. Buralarda bir sürü Gaziantep tarihi ile ilgili miraslarla ilgili broşürleri var ücretsiz dağıtıyor ama bu yeterli değil mutlaka havaalanın girişinde, otogarda şehrin giriş noktalarında büyük panolar, panoların altında broşürlerin olması lazım veya en azından gerek turizm enformasyon ofisi, gerek Kültür Müdürlüğünün gerekse belediyenin adresleri telefonlarına dair bilgiler olması lazım o eksik.” şeklinde görüş bildirerek, şehrin çeşitli giriş noktalarında, örneğin havaalanı, otogar ve diğer önemli ulaşım noktalarında, turistleri bilgilendirecek ve yönlendirecek tanıtıcı materyallerin bulunmamasının eksiklik olduğunu vurgulamaktadır.

Benzer bir görüşte bulunan K14: “Bence çok eksik olduğumuz konulardan bir tanesi bu, ben yabancılarla çalışıyorum bireysel gelenler, arabası olmayan insanlar Rum kaleye gidemiyor. Hani bu çok ciddi bir eksiklik, belediyenin yaptığı günde bir iki tane otobüsle yazın belli dönemlerinde yapılır, 12 ay yok öyle biliyorum olsa da çok kötü saatler ve dolu dolu arabalarda gidiyorlar. O yüzden bence acilen oraya düzenli olarak araç ulaşımının sağlanması lazım. Herkes araba kiralamak zorunda değil herkesin arabası olmak zorunda değil adam uçakla geliyor ama Rum Kaleyi göremeden dönüyor çünkü aracı yok o yüzden, özellikle Dülük babadır işte uzaktaki Yesemektir buralara, günün belli saatlerinde daha çok arttırarak seferler yapılması lazım. Çünkü artık benzindeki duruma baktığımız zaman bir insanın Rum Kaleye gidişi gelişi 200-250 lira insan bu istemez ben giderim 200-250 liramı tekneye veririm der demi. O zaman tekne kirala, yemek ye, yanı başındaki yerden bin lirayla çıkamazsın o yüzden bence ulaşım konusunda çok eksikiz.” şeklinde görüş bildirirken, şehirdeki kültürel miras değerlerine erişimdeki eksikliklere ve özellikle turistlerin belli bölgelere ulaşımının zorluğuna vurgu yapılmaktadır.

K16, ise bu durumu kentte bulunan farklı bir kültürel miras değeri üzerinden örneklemektedir: “Gaziantep'e gelen turistler belirli tarihlerde geldiği için çok yoğun süreçler yaşanıyor. Burada alt yapıya yönelik çalışmada bir sıkıntı yok, hemen her yere ulaşılabilir hiçbir sorun yok ama belli başlı değerlere ulaşımında sıkıntı yaşayabilirler. İşte Yesemeğe doğrudan ulaşma şansları yoktur. Bir tür seyahat acentası vasıtasıyla, bir tur organizasyonu ile Gaziantep'e gelirse ya da kendi

araçlarıyla gitmek zorundalar. Aksi halde bu noktalara doğrudan doğruya sefer yapan vasıtalar yok. Turizmin çok yoğun olduğu dönemlerde belediyenin bir takım oraya otobüs çalıştırması söz konusu ama o konuda ciddi bir eksiklik var. Yesemek'e gitmek isteyen birisinin Gaziantep'ten tek bir vasıtayla yada bir ailenin, birkaç kişinin gidebilme şansı yoktur. Bir özel araç temin etmek zorundalar ya da İslahiye'ye gidip İslâhiye'den bir özel araç temin etmek durumundalar o anlamda ciddi bir eksiklik var. Bu durum Karkamış içinde geçerli, Zeugma içinde geçerli, Dülük içinde geçerli buralarda sayılabilir. Ulaşım ile ilgili, toplu taşıma yönünden ulaşımın imkânlarının sağlanması anlamında ciddi bir sorununuz var.”

Bununla birlikte K15, “Eğer bir turist Gaziantep'e gelme sebebi yok ise yaptığımız otelinde bir gereği yok, yani bir işe yaramaz ya da Antep'in yolu kötüyse, sen Antep'in turizm değerlerini ortaya çıkarttın turistik alanları yaptın ya Antep'e ulaşım yoksa ya da günde bir uçak iniyorsa, uçak yoksa yine bir işe yaramaz. Bunu kamunun çözmesi gerekir yani devletin, hükümetin değil, devletin çözmesi gerekir planlama yapması gerekir. Şu anda ben mesela üçüncü gidişim Göbekli Tepeye, üçüncü gittiğimde pazar gününe denk geldim, yarı yoldan geri döndük, araba park edecek yer yok. Bir kilometre kuyruk var arabaları koyacak yer yok. Eğer orayı yapmışsan, en az 3000 araçlık bir otoparkta yapmak zorundasın, altyapı dediğim bu, sen oraya bu kadar adam geleceğini hesaplayacaksın otoparkını yapacaksın para al kardeşim 10, 20 lira para 50 lira para al. Ben arabamı güvenli şekilde bırakayım, gidip oraları gezeyim istiyorum. Kültürel miraslarınızı siz ön plana çıkartmazsanız kimse gelip orayı keşfetmez. Yani burada bir yer varmış, bir gidip de bakayım diye kimse demez. Bu kimin görevi, kamunun görevi ve belediyelerin görevi. Belediye gidecek çiçeklere böceklerle para harcayacağına, Dülük'ün yolunu yaparsın, broşürlerini yaparsın, kitabını yaparsın televizyoncuları çağırırsın bunu anlatırsın. Birde hikâye yazarsın, efsane yazarsın hikayesiz hiç kimse bir yere gitmez.” şeklinde görüş bildirmektedir.

Bu kapsamda Gaziantep'in turizm potansiyelini artırmak için toplu ulaşım olanaklarının artırılması ve kültürel mirasın tanıtılması gerekliliği, farklı bir perspektiften değerlendirildiğinde önemli bir konuyu teşkil etmektedir. Bu bağlamda,

turistik bölgelere ulaşımın güçlüğüle sağlanması ve temel hizmetlerin sunulmaması gibi zorluklar, turizm sektörünün gelişmesini kısıtlayan unsurlar arasındadır. Ayrıca, Gaziantep'in zengin kültürel mirasının tanıtımının yapılması, turistlerin ilgi odağı haline gelmesini sağlayabilir. Bu çerçevede, kamu kurumlarının ve yerel yönetimlerin, turizmin geliştirilmesi için etkin bir şekilde rol almaları ve stratejik planlamalarda bu unsurları dikkate almaları gerekmektedir.

Sürdürülebilirlik kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **sponsorluktur (15)**. Katılımcılar kültürel miras değerlerinin korunması ve restorasyonu açısından bütçe desteğine ihtiyaç duyulduğunu belirtirken bu noktada sponsorlardan destek alınabileceğini dile getirmişlerdir. Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

*K3: "Devletin turizme ayırdığı bütçe bazen kısıtlı kalıyor, Bu yüzden kültürel miras değerlerinin restorasyonu, sürdürülebilirliği gibi çalışmalarda sponsorluk son derece önemli oluyor. Bir plan bütçe yapıldığında, turizm gelirlerinden, işte ödemeler dengesi üzerine büyük bir etkisinden söz ediliyor ama bütçe sınırlı. Gaziantep'te büyük işadamları var, onlarla iletişime geçilip olay anlatılsa, şehre kazancı, ülkemize kazancı gibi konular ikna edici yöntemler olabilir. Çünkü Gaziantep mutfak kültürünü UNESCO'ya taşıdı ama kültürel anlamda daha birçok potansiyel mekanın bulunması dikkate alındığında, sponsorluklar büyük bir önem taşıyor. Mesela Yesemek şu anda UNESCO'nun geçici listesinde yer alıyor ama kalıcı listeye geçiş için çalışmalar devam ediyor. Bu nedenle, sadece devletin sunduğu imkanlarla gerçekleştirilebilecek bir iş olmadığını düşünüyorum. Sponsorların bu alanda büyük bir etkisi ve katkısı olduğunu söyleyebilirim" şeklinde görüş bildirirken, benzer bir görüş bildiren K8, konuyu yakın zaman içerisinde gerçekleşmiş örnek üzerinden somutlaştırmaktadır: "Büyük projeler genellikle önemli finansal kaynaklar gerektirir. Örneğin, bölgedeki Göbekli Tepe'nin restorasyonu için Doğu Holding'in sağladığı finansal destek önemli bir rol oynamıştı. Benzer şekilde, Sanko Holding'in Karkamış bölgesindeki çatı yapımı projesi de bölgedeki sanayi faaliyetlerinin ön planda olması nedeniyle dikkat çekmişti. O yüzden bölgedeki iş adamları ve zenginler, kültürel mirasın korunması ve*

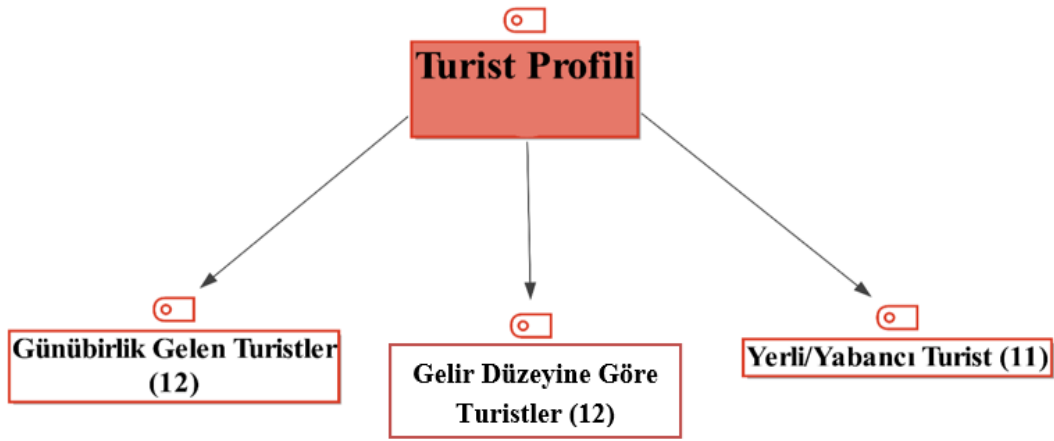
*geliştirilmesiyle ilgili projelerde aktif rol alabilirler ama bu projelerin gerçekleştirilmesi için iş adamlarına sunulması, projenin önemi ve faydalarının iyi bir şekilde anlatılması ve kabul ettirilmesi gerekmektedir.”* şeklinde görüş bildirmiştir. Katılımcı ifadeleri, turizm projelerinin gerçekleştirilmesinde özel sektörün rolünün önemini vurgulamaktadır. Ayrıca, bölgenin kültürel mirasının korunması ve geliştirilmesi için iş adamlarının ve zenginlerin aktif rol alabileceği fikrini desteklemektedir. Özellikle, sponsorların projelerin önemi ve faydaları konusunda ikna edilmesinin ve kabul edilmesinin kritik olduğu vurgulanmaktadır.

K23, sponsorların süreci hızlandırdığına değinirken: *“Özellikle turizm projelerinde güçlü bir sermayenin varlığı çok önemlidir. Geçmişte Yesemek'te muhtelif yıllarda Opet bize çok ciddi katkılar sağlamıştı. Yeni yapılacak projelerde güçlü bir sponsorunuzun bulunması, işleri hızlandırır ve kolaylaştırır.”* K36, sponsor bulmanın zorluklarından söz etmektedir: *“Zeugma kazılarına İş Bankası sponsor, onlar ciddi destek sağlıyorlar gerçi son dönem hem pandemi hem sonra ki işte ülkemizin içerisinde bulunduğu durumdan dolayı son dönemde İş Bankası çok fazla destek veremedi ama yani bu tür faaliyetler yapılıyor, sponsorluk olabilir ama işte o da yani sponsor konusunda biraz sıkıntılı nasıl sıkıntılı mesela Zeugma'daki bu sponsorluk faaliyetlerini tamamen ordaki kazı başkanı yürütüyor, tek başına mücadele ediyor. K19, ise *“Yerel yönetimler, belediyeler teşvik edip aslında oraya yapılan harcamaların hem KDV'den hem de gelir vergisinden istisnası var. Bunlar iyi anlatılması lazım. Mesela Göbeklitepe'ye bazı büyük firmaların sponsor olduğunu biliyoruz. Aslında her şeyin devletten beklenmemesi lazım ama bizim insanımızda yeni yeni 10-15 yılda başladı. Mesela bu dediğim Konakları'nın zenginler tarafından restore edilmesi iyi bir çalışma işte bunlar büyük projelere dönüştürmesi lazım dediğim gibi belediyelerin öncülük yapıp iş adamlarının oralara sponsor olmasını sağlamalı.”* şeklinde görüş bildirmektedir. Katılımcı ifadeleri, sponsorluğun turizm projelerindeki önemini vurgularken, sponsor bulmanın zorluklarına da işaret çekmektedir. Ayrıca, yerel yönetimlerin ve belediyelerin bu konuda öncülük yapması ve iş adamlarını projelere sponsor olmaya teşvik etmesi gerektiği belirtilmektedir.*

Öte yandan K16: “Kentin burjuvazisi entelektüel değil, aydın değil ağ, ağ olunca kültürel değerlere bir para harcaması söz konusu değil. Yani çocukları sıraya dizip şov yaparak onlara bir takım işte destekler bağışlar yapılabilir, yaparlar ama bir kültürel değer anlamında bir şov yoksa onun ötesine geçmiyor uzun vadeli bir şey yoktur yani, Antep'te bir Bülent Eczacıbaşı yoktur, Bir aydın, entelektüel şey yoktur yani bu konuda okumuş, eğitilmiş, gelip kültürel değerlere önem veren maalesef böyle bir talihsizliğimiz böyle bir şanssızlığımız var.” şeklinde görüş bildirirken, K15, bu konuyu daha detaylı bir şekilde ifade etmektedir: “Parası olan adam kültürü yok ise sponsor olmaz adam çok kültürlü parası yoksa da olmaz. Yani bir şehir ve insan zenginleşirken kültürel altyapısıyla parasının eşit büyümesi lazım. Adam çok zengin olmuş ama hayatında müze görmemiş, tarihi bir alanla hiç alakası yok. Adamın en iyi bildiği şey arabasının modelini yükseltmek evinin içine bir şey almak ya da 2 arsa daha almak ise bu söylediğiniz sponsorluk olmaz. Bu sponsorluğu yaratacak zorlayacak kesim belediyelerdir. Belediye bir şey yaparken 3-5 tane firmayı çağırıp kardeşim buraya 10 milyon dolar para gidecek yada 20 tane firmayı çağırır der ki sen 1 milyon vereceksin, sen 500, sen 300, sen 300 vereceksin, bizim Antep için bu işi yapmamız lazım Belediyenin bütçesi buna müsait değil ama Gaziantep'e bu lazım, siz bunu karşılayacaksınız der ya da böyle bir şeyle onları da sponsorluğa alıştırman lazım. Sponsorluğu bilmiyorsa işin özünü adam sokağa atılan para diye bakar. Bana ne faydası var agham diyor yani, basit bir soru. Adam diyor ki benden diyor bir trilyon para istiyorsunuz falan yere şunu yapacağız diyorsunuz, bana ne faydası var diyor. Şimdi böyle bakan adamdan o parayı alamazsın. Adam yani boşa attığı para kabul ediyor ama o sponsorluğun karşısına Gaziantep'in veya gelecekte onun çocuklarının torunlarının ne kadar faydalanacağını anlatabilirsene Gaziantep'ten kazandığı paranın bir miktarını Gaziantep'e harcaman gerektiğine ikna edebilirsiniz adam gönüllü verir, bu da bir eğitim işi bu da bir kültür işi. Bunu kafadan Antep'te bu kadar zengin, niye para vermiyor diye bakarsan çözemezsin çözebilmen için o insanların kültürel alt yapısına bakacaksın, ailesine bakacaksın, eğitimine bakacaksın, ondan sonra bunu ikna etmen lazım. Yani Doğuş grubu gidip de 20 milyon dolar niye yatırdı Göbekli Tepe'ye, değil mi 20 milyon dolara iki tane fabrika kurarsın koca koca ama insanların kültürel altyapısı var paranın yanı sıra bu işin değerini biliyor ülke için bir şey harcaması gerektiğini biliyor o zaman yapar.”

#### 4.9.1.4. Turist Profiline Yönelik Bulgular

Kültürel miras değerlerinin kullanımına yönelik faktörler temasının bir diğer kategorisi olan turist profili (35) Şekil 4.9'da görüldüğü üzere 3, alt kategoriden oluşmakta olup bunlar; günübirlik gelen turistler (12), gelir düzeyine göre turistler (12), yerli/yabancı turistler (11) şeklindedir.



Şekil 4.9. Kültürel Miras Değerleri Kapsamında Turist profili

Kültürel miras değerlerinin sürdürülebilirliğinde turist profili önemli bir faktördür. Turistlerin ilgi alanları, kültürel mirasa olan duyarlılıkları ve ziyaret ettikleri yerlerdeki davranışları, bu mirasın korunması ve sürdürülebilirliği açısından belirleyici olabilir. Özellikle kültürel mirasa saygılı, bilinçli ve sorumlu turist profilleri, yerel toplumlarla iş birliği yaparak koruma ve restorasyon projelerine katkı sağlayabilirler. Ancak, aşırı turistik yoğunluk ve kültürel mirasa zarar veren davranışlar, sürdürülebilirlik açısından tehdit oluşturabilir. Bu nedenle, turist profillerinin yönlendirilmesi ve bilinçlendirilmesi, kültürel miras değerlerinin korunması ve gelecek nesillere aktarılması için önemlidir.

Turist profili kategorisinde katılımcılar tarafından yoğun olarak görüş bildirilen alt kategorilerden bir tanesi **günübirlik gelen turistlerdir (12)**. Katılımcılar, Gaziantep'e gelen turistlerin çoğunlukla günübirlik ziyaretler gerçekleştirdiklerini dile getirmişlerdir. Bu durumun, tur organizasyonlarıyla yapılan ziyaretlerin ve gastronomi amaçlı seyahatlerin etkili olduğu ifade edilmiştir. Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K13: *“Gastronomi gerçekten çok ön planda insanlar sadece yemek yemeye bile geliyorlar, Antep'e günü birlik gelip gidiyorlar.”* şeklinde görüş bildirirken K27: benzer bir görüş bildirerek *“Mutfak kültürümüz gastronomimiz oldukça revaçta insanlar günü birlikte olsa bölgemize geliyorlar.”* ifade ederken, K20, yerli turistlerin bölgeye geldiğini ifade etmektedir: *“Yerli turist gününbirlik buraya yemek yemek için geliyor.”* katılımcı ifadeleri, Gaziantep'e gününbirlik gelen turistlerin gelme amaçlarında gastronominin baskın olduğunu vurgulamaktadır. Diğer taraftan bu görüşleri destekler nitelikte görüş bildiren K23: *“Gaziantep gastronomi şehri, işin ilginç günübirlik gastronomi turları var. Gündüzden gelip sabah o ritari uyguluyor. Sabah kahvaltısında ne yeniyorsa akşama kadar bu aşamadan geçip şehri terk ediyor.”* ve K31: *“Adam geliyor buraya günü birlik sabah geliyor beyranını içici katmerini yiyi, öğlen gidiyor yöreselini yiyor akşam da kebabını yiyor ondan sonrada uçağa binip gidiyor.”* bölgeye gelen turistlerin bir gün içerisinde farklı yemekleri deneyimlemeye çalıştıklarını ifade etmektedir. Bununla birlikte K34: *“Şehrimize günü birlik uçakla geliyorlar gastronomi şehri olmasından dolayı yemeklerine çok büyük ilgi var sanatlarına çok büyük ilgi var bölgenin güzelliklerine çok büyük ilgi var akşam da dönüp mutlu bir şekilde gidiyor ve daha gitmeden ne zaman tekrar geri geleceğin hesabını yaparaktan gidiyor.”* şeklindeki görüşüyle insanların Gaziantep'ten ayrılırken memnun olarak ayrıldıklarını ifade ediyor

Öte yandan K2, konuya farklı bir açıdan bakarak: *“Bildiğim katarasıyla Gaziantep turlarında geceleme yok, gününbirlik turlar havaalanından sabah aldın hadi akşam yemeği Urfa'da, en geç 6'da buradan depar ediyorsun yani belki onları burada yatırabilsek daha farklı olabilir.* gününbirlik gelen turistlerin bölgede konaklatılması gerektiğine dikkat çekerken, K39: *“İnsanlar şimdi Göbekli Tepeye gidiyor, buraya yemek için uğruyor sonra otobüse biniyor doğru Urfa'ya seyahat acenteleri de halinden memnun konaklatsana burada 2 gün kale, bakırcılar çarşısı, Zeugma, Urfa adamlar nereden bilsin Pişirici mescidini, tarihi Antep evlerini.”* Gaziantep'te konaklama olmamasını seyahat acentalarının önemsemediğine vurgu yapıyor.

Turist profili kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **gelir düzeyine göre turistlerdir (12)**. Katılımcılar, Gaziantep'e gelen turist

profilinin çeşitlilik gösterebildiğini, ancak genellikle eğitim düzeyi yüksek, orta gelir grubundan ve ağırlıklı olarak yerel turistlerden oluştuğunu belirtmişlerdir. Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K7: *“Çok krem, bir turist profilimiz var bizim, Amerika'nın en iyileri, çünkü niye biliyor musunuz? Kültür turizmini bilerek yapan insanlar zaten belli bir eğitim düzeyinin üstünde olması gerekiyor hem, hem de belli bir gelir seviyesinin üstünde olması gerekiyor. Başta zaten para konuşmadan geliyor, geziyor, en güzel yerleri görüyor, en iyi yemekleri yiyor, en iyi hizmeti almak istiyor, çok haklı, mutlu olarak dönüyor.”* şeklinde görüş bildirirken, K23: *“Buraya gelen kişilerin eğitim düzeyi, ortalama üniversite mezunu olduğunu söyleyebilirim, çünkü genellikle gelenler tur gruplarıyla geliyor, sohbet etme şansımız oluyor. Şunu söyleyebilirim, şehri gezmeye gelenlerin sosyo ekonomik durumu iyi eğitim seviyesi üniversite seviyesinde olduğunu söyleyebilirim. Bölgeye ağırlıklı olarak yerli turist geliyor, yabancı turistin son yıllarda geldiğini pek söyleyemem izlenimlerden, Tur gruplarıyla bir paket halinde doğu turunu aldıklarını ve Gaziantep merkezli başlayarak Gaziantep, Urfa ve Mardin güzergâhında gittiklerini söyleyebilirim.”* şeklinde bir ifade bulunmuştur. Öte yandan K37, bölgeye elit turistin düşük düzeyde geldiği yönünde görüş bildirmektedir: *“Ya ben çok elit turistin geldiğine sıcak bakmıyorum çünkü Gaziantep'e ne yazık ki yurtdışından turist sayısı az ama genelde Gaziantep çevresinden, İstanbul ve Ankara batı illerinden gelen turist sayısı fazla tabii yani elit olarak değerlendireceğimiz kısım belki de bunun %20'lik bir bölümünü oluşturmaktadır.”* katılımcı ifadeleri bölgeye gelen turist profilinin değişkenlik gösterebildiğini ifade etmektedir.

Turist profili kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **yerli/yabancı turistir (11)**. Katılımcılar, genellikle Gaziantep'e yerli turistlerin geldiğini ve bölgeye gelen turistler arasında yabancı turistlerin oranının oldukça düşük olduğunu belirtmişlerdir. Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

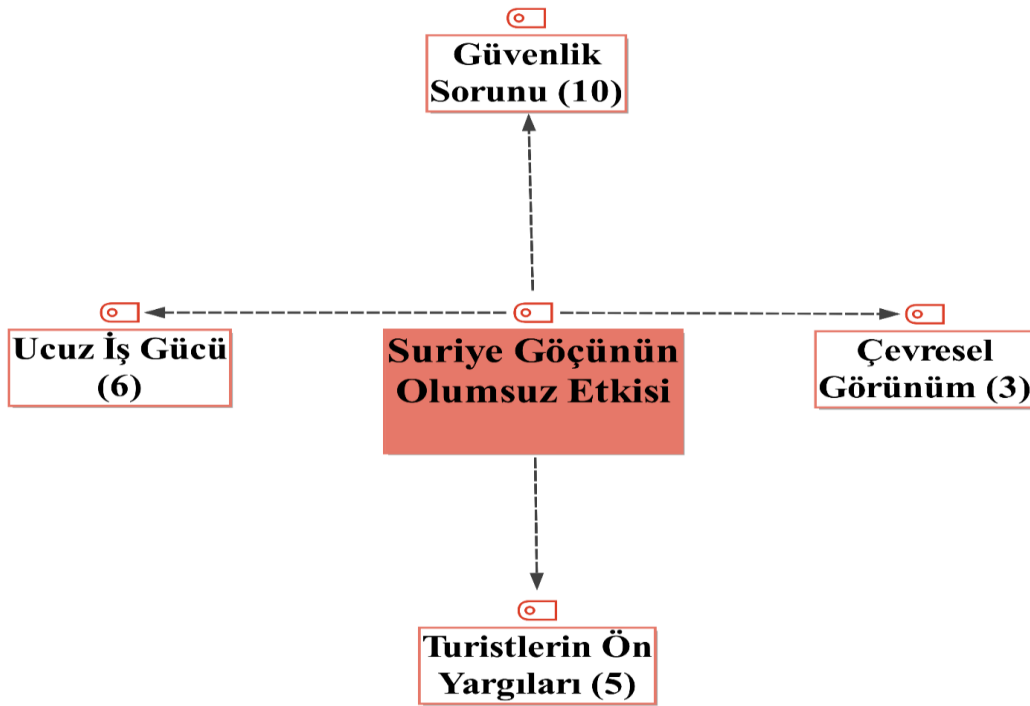
K11: *“Gaziantep'e gelen turist profili genellikle yerli turistlerden oluşuyor yabancı turistlerin sayısı ise oldukça az. Kişisel gözlemim, bu oran ancak %1 civarında.”* şeklinde görüş bildirirken, K17: *“Biz iç turizm konusunda iyiyiz*

*gerçekten yerli turisti çok iyi çekiyoruz ama yabancı turist konusunda çok büyük problemimiz var. Buda anlaşılabilir bir durum, yüz kilometre uzağımızda Halep var yani savaş var insanlar haritadaki yerini görünce korkuyor.” K28: “Gaziantep’e Türkiye’nin her yerinden turist geliyor, yurt dışından gelme durumu yok.” K32: “Çevre illerden gelen turistlerin daha çok olduğunu söylebilirim.” şeklinde görüş bildirirken, katılımcıların ifadeleri Gaziantep’in genellikle iç turizme hizmet sunduğunu ortaya koymaktadır.*

Öte yandan K10, pandemi sonrasında yabancı turistlerin bölgeye talep göstermeye başladığını ifade ederken: *“Özellikle bu dönemde gelir durumu iyi olan insanlar seyahat edebiliyorlar. Türkiye genelinde ekonomik koşullara baktığımızda, pek çok insanın seyahat edemeyecek veya gezecek durumda olmadığını gözlemliyoruz. Antep’e, yurtdışından gelen turistler de var yok değil ama şu anda daha çok yerli turistlerin bölgeye geldiğini söyleyebilirim. Şunu da ifade etmek isterim, yakında Japon turistlerin gelmeye başlayacağını duyuyoruz. Ayrıca, pandemiden sonra İskandinav ülkelerinden ve Rusya’dan da insanların gelmeye başladığını gözlemliyoruz.” K24: kentin farklı yerlerinde yabancı turist gördüğünü ifade etmektedir: “Son dönemlerde yabancı turistlerinde gelmeye başladığını görüyorum çünkü yabancı turistler belirli noktaları ziyaret ediyorlar, işte Gaziantep Kalesi ve çevresi, Bakırcılar Çarşısı, Almacı Pazarı buraları daha çok tercih ediyorlar. Ama şunu da söyleyeyim yerli turistlerin sayısı şu anda çok daha fazla.” şeklinde görüş bildirirken, katılımcı ifadeleri, bölgeye olan talebin arttığını vurgulamaktadır. Yerli turistlerin bölgeye olan ilgisi devam ederken, düşük oranda da olsa yabancı turistlerin sayısında artışların gözlemlenmesi bölgede turizm sektörünün yeniden canlanma sürecinde olduğunu ve bölgenin çekiciliğinin arttığını göstermektedir.*

#### **4.9.1.5. Suriye Göçünün Olumsuz Etkisine Yönelik Bulgular**

Kültürel miras değerlerinin kullanımına yönelik faktörler temasının bir diğer kategorisi olan Suriye göçünün olumsuz etkisi kategorisi (24), Şekil 4.10’da görüldüğü üzere 4 alt kategoriden oluşmakta olup bunlar; güvenlik sorunu (10), ucuz iş gücü (6), turistlerin ön yargıları (5), çevresel görünüm (3) şeklindedir.



Şekil 4.10. Kültürel Miras Değerleri Kapsamında Suriye Göçünün Olumsuz Etkisi

Suriye göçünün olumsuz etkisi kategorisinde katılımcılar tarafından yoğun olarak görüş bildirilen alt kategorilerden bir tanesi **güvenlik sorunudur (10)**. Katılımcılar, Suriyeli göçmenlerin Gaziantep bölgesinde yoğun bir şekilde bulunmalarının güvenlikle ilgili endişelere neden olduğunu dile getirmişlerdir. Konuyla ilişkili katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K14: *Bence güvenlik kontrolü yok, turizm polisi kavramının gelmesi lazım artık, biz bunu her toplantıda söylüyoruz. Madem ben turizm şehriyim diyorsun bir birim oluşturup polisleri görevlendirmek zaten sokakta asayiş var. Onların bir kısmını Bey mahallesine, Kale civarına getireceksin, bir ara Koreli turiste saldırdı Suriyeler, bu durum kentin imajını olumsuz etkiliyor. Özellikle kale altında gece saat 22.00 sonra mesela bir Anadolu handan çıktın yedin içtin, ondan sonra çıktığın zaman orada in cin top oynuyor. Hani kadınlar Antep'e çok kadın gelir hep gezmeye tek başına da arkadaş grubuyla onlar söylüyor yani biz ara sokaklarda biraz korkuyoruz diyor yani, butik oteller genellikle ara sokaklar da oluyor.”* şeklinde görüş bildirirken, Benzer bir görüş bildiren K13: *“Suriyeliye birçok insan tepki gösteriyor onlar da kamufler oldular bizim gibi giyinmeye bizim gibi Türkçe konuşmaya başladılar, bazen çok bilemiyorsunuz ama mutlaka bir etkileşim var.*

*bizim bu içinde yaşadığımız bölge için biraz kötü bir etkileşim oldu diyebilirim. Mesela suç oranlarında artma oldu, hırsızlık oldu, özellikle Suriyelilerin ilk geldiği zamanlarda çok fazla oluyordu bunlar”. şeklinde ifadesiyle Suriyelilerin ilk geldiği zamanlarda suç oranlarının çok fazla olduğuna dikkat çekmektedir*

K15: *“Memleketin sosyal hayatını bozdular, memleketin gelenek-göreneklerini bozdular, ahlakını bozdular, ticari ahlakını bozdular. Suriye’de savaş biteli 6 sene oldu 6 senedir Halep’te bir tek mermi atılmıyor, Halep’teki gece yaşamı Antep te filan yok, sabaha kadar eğlence var normal bildiğin yaşam devam ediyor. Bunların burada ne işi var, çoğun %99’un %95’inin kimliği yok vatandaşlığı yok. Antep’te 700 bin Suriyeliden bahsediliyor. Şehrin turizmine de olumsuz etki yapıyor, gelen turistleri etkiledi burada ne kadar Suriyeli var diyor adam, korktuk diyor şu ara sokaktan bir yol var, biz diyoruz ki caddeden gidin aradan gitmeyin, burada Suriyeliler var diyoruz, biz söylüyoruz yani gitmeyin bu aradan diyoruz.”* şeklinde bir görüş bildirirken K25: *“Güvenlik açısından önceleri çok fazla zor durumlar yaşandı burada. Türkiye’nin her yerinde öyle belki ama burada da işte gasp olayları, hırsızlıklar hala devam ediyor bu da buraya ya gelen kişinin orda bir Suriyeli görmesi bile hiçbir şey yapmasına gerek yok Suriyeli görmesi bile etkiliyor hiçbir şey yapmasın ağzını bile açmasına ama etkileniyor.”* şeklindeki ifadesinde Gaziantep’e gelen insanların burada bulunan Suriyelilerden etkilendiğini belirtmektedir. Katılımcı ifadeleri Suriyeli göçmenlerin varlığının Gaziantep’in sosyal hayatını ve güvenliğini etkilediği, ayrıca turizme olumsuz etkileri olduğunu vurgulamaktadır. Bu durumun şehirde genel bir endişe ve rahatsızlık yarattığı söylenebilir.

Suriye göçünün olumsuz etkileri kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **ucuz iş gücüdür (6)**. Katılımcılar, Suriyeli göçmenlerin ucuz iş gücü sağlamalarından dolayı tercih edilmelerine neden olduğunu ve bu durumun sunulan ürünlerin kalitesinde düşüşe yol açtığını belirtmişlerdir. Dolayısıyla, bu durumun bir sorun oluşturduğunu ifade etmişlerdir. Konuyla ilgili katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K40: *“Şehrin içerisine çok fazla yayıldılar, iş olanakları kapsamında millet onları Suriyeli tercih ediyor, ucuz olduğu için, insanlar işçiliğe pek para vermek istemiyor, ucuz iş gücü oldukları için onları tercih ediyor.”* şeklinde görüş bildirirken

K32: “Yerel halkın yaşam biçimini de etkiledi yani vatandaş 10 liraya çalışıyorsa, Suriyeli, beş liraya çalışıyor, halbuki adamın hakkı 10 lira örnek yani misal adam çaresizlikten ucuz çalışıyor ona bir düzenleme gelmesi lazım, kendi halkına da sahip çıkacan burası Türkiye Cumhuriyeti, Suriye devleti değil yani.” yerli halkın mağdur olduğuna dikkat çekmektedir. K36: “Suriyeli göçmenlerin yoğunluğu işgücü piyasasında artışa neden oldu. Bu insanlar, alt tabaka işgücüne katılarak belirli bölgelerde ciddi bir yoğunluk oluşturdu. Bu yoğunluğun beraberinde getirdiği çeşitli sıkıntılar oldu.” şeklinde görüş bildirirken, katılımcı ifadeleri Suriyeli göçmenlerin Gaziantep'te işgücü piyasasında önemli bir artışa neden olduğunu ve bu durumun yerel halkı etkilediğini vurgulamaktadır. Suriyelilerin ucuz iş gücü olmaları nedeniyle tercih edildikleri belirtilirken, yerel halkın yaşam biçiminin de bu durumdan etkilendiği ve adil olmayan çalışma koşullarının yaşandığına dikkat çekilmektedir.

Suriye göçünün olumsuz etkileri kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **turistlerin ön yargılarıdır (5)**. Katılımcılar Gaziantep şehrinin Suriye ile sınır olmasından dolayı gelecek turistlerde ön yargı oluşturduğunu bu durumdan olumsuz etkilendiklerini dile getirmişlerdir. Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K24: “Kale civarına gelen turistler, bölgedeki insanları görünce herkesin bakış açısını veya zihniyetini bilemiyoruz. Önyargılı bakanlar oluyor mesela, o insanları görünce Suriyeliler burada çok kalabalık şekilde geziyorlar çünkü bölgede çok fazla nüfusa sahipler. Rahatsız olup geri çekinenlerine tanık oldum, kültür yolunu terk eden insanlarda oldu biliyorum. Kastelleri merak edip bu bölgelere çok yaklaşmayalım diyen insanların olduğunu duydum. Korku var, güvenlik var ama bir olay olduktan sonra geliyorlar genelde. Yani bir olay olmadan öniüne geçemiyorsunuz bir şeyin. Kültürel anlamda, bu bizim için şu an bir sorun. Tamam, Suriyelileri misafir olarak gördük ama yıllardır burada yaşayan ağırlıklı bir Suriye nüfusu var. Gaziantep, yani İstanbul'dan sonra en fazla Suriyeli göçmene sahip ev sahipliği yapan şehirdir.” şeklinde görüş bildirirken, K23: “Coğrafi konumumuz Suriye'nin hemen kuzeyindedir. şehir güvenli olsa da, oluşturulan önyargıları yıkamıyoruz. Özellikle yabancı turistler, Avrupalı turistler bu önyargıdan dolayı

*şehre gelmek istemiyor.” şeklinde görüş bildirmiştir. K34: “Gaziantep’i haritadan bildikleri için, önyargı olarak sınıra yakın olmasından dolayı kaçakçılık ve terör olaylarının olabileceğini düşünüyorlar. Ayrıca, insanların yaşam tarzlarının biraz daha geri planda olabileceğini de düşünüyorlar. Bu nedenle, kültür turları için tedirginlik duyuyorlar.” şeklinde görüş bildirirken katılımcı ifadeleri Gaziantep’in turizm potansiyelinin, önyargılar ve güvenlik endişeleri nedeniyle kısıtlanabileceği ve bu durumun şehrin turizm sektörüne olumsuz etkilerinin olabileceği yönündedir. Bu durumun üstesinden gelmek için şehrin tanıtımı ve algısının iyileştirilmesi, turistlerin güvenliği ve konforu için önlemlerin alınması ve turizm deneyimlerinin geliştirilmesi gibi çeşitli önlemler alınabilir.*

Suriye göçünün olumsuz etkileri kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **çevresel görünüm**dür (3). Katılımcılar, Suriyeli mültecilerin şehrin çevresel görünümüne olumsuz etkileri olduğunu belirtmişlerdir. Konuyla ilişkili katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

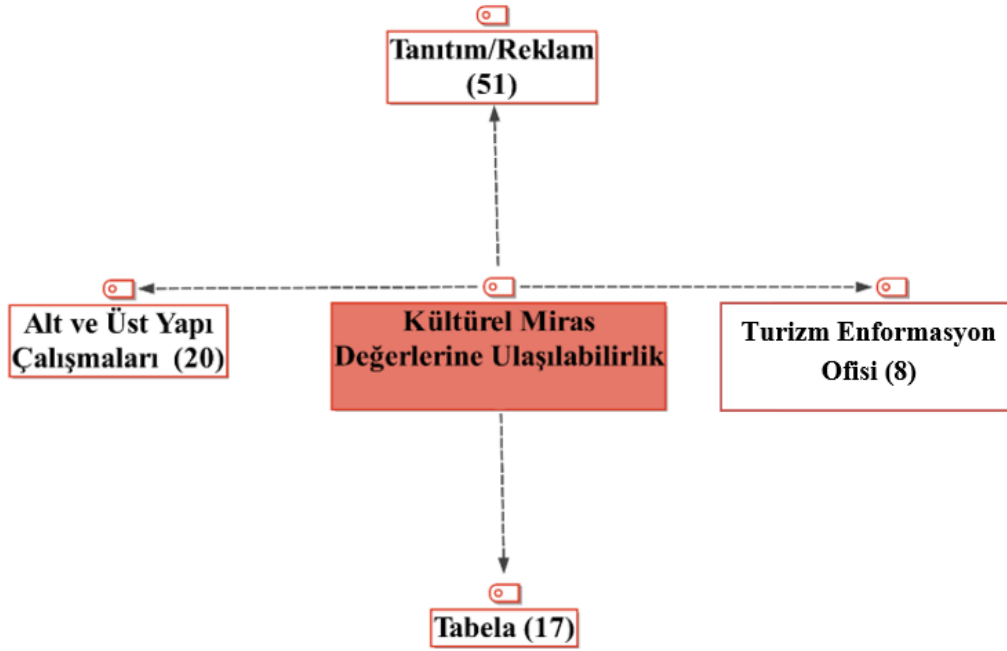
K39: *“Kalenin oraya kültür yoluna gidin, Suriyeli dilenciden geçilmiyor sen şimdi bir yere kültürel amaçlı geziye git ama Suriyeli dilenciler yüzünden gezeme bir daha gider misin ben gitmem. Tamam ülkelerinde savaş var kolay bir durum değil ama koyarsın çadırlara ne bilim kamplara orda destek mi olmak istiyorsun olabilirsin kimse bir şey demez ama bu kadar da çarşının içerisine, git dünyada başka hiçbir yerde böyle bir şey göremezsin.”* şeklinde görüş bildirirken, K35: *“Şu anda gelen yerli turistler geliyor zaten, İzmir’den İstanbul’dan Kocaeli’nden gelen turistler turistlerin Suriyelilerin yoğun olduğu bölge olduğu için buralar çok rahatsız olduklarını söylüyorlar, yerel halk da çok rahatsız, ben eşimi alıp parka gidemiyorum, niye, parkta Suriyeli dolu nargile içiyorlar, enerji içeceği içiyorlar, ben ailemi alıp da parka gidemiyorum.. Gelen turistlerde bu durumdan çok rahatsız oluyor, burada yerel dilenciler de var ama Suriyeli dilenciler çok çok daha fazla dıbık gibi yapışı para almaksızın bırakmıyor. İllallah ediyorlar, dıbık işte yapışkan gibi yapışıyorlar.”* şeklinde görüş bildirirken, K16, bu konudaki görüşünü: *“Şu anda Antep’teki kent merkezinde, bütün banklarda Suriye’den gelen insanlar oturuyor. Bütün yapıları zarara uğrattıyorlar, işgal ediyorlar ve olumlu bir etkileri yok. Ben insanlara düşman değilim, ama sevk ve iskân kanunu var bu ülkenin. O kanuna göre,*

*bu kentin içerisinde yaşayan nüfusun %10'u kadar bir şey istihdam edilebilir, yaşayabilir, barındırılabilir, desteklenebilir. Ancak, neredeyse bu kentin yarısı kadar bir nüfus olması, hele gece gidin kaleden valiliğe doğru yürüyün, yolda 3 kişiye valilik binası nerede diye sorun. 3'ü de size Arapça konuşacaktır, bakın 3 kişiden 2'si demiyorum. 3 kişiye sorun 3'ü de Arapça konuşacaktır size, bir sıkıntı var orada, bir yanlışlık var.”* şeklinde ifade etmektedir. Katılımcılar ifadelerinde, Gaziantep'teki Suriyeli göçmenlerin şehrin kültürel ve sosyal dokusunu olumsuz etkilediğini ve rahatsızlık yarattığını belirtmektedirler. Özellikle turistlerin, Suriyeli dilencilerin yoğun olduğu bölgelerde rahatsızlık duydukları, vatandaşların ise şehirdeki parklarda ve kamusal alanlarda ailecek vakit geçirmelerini engellediği ifade edilmektedir. Ayrıca, Suriyeli göçmenlerin işgal ettiği yapılar ve bankaların zarara uğratıldığı ve şehrin genel güvenlik durumunu etkilediği vurgulanmaktadır. Bu durum, yerel halkın ve turistlerin endişe ve rahatsızlık yaşamasına neden olmaktadır. Bu görüşler, şehir merkezindeki Suriyeli göçmen nüfusunun artışıyla ilgili kaygıları yansıtmaktadır.

#### **4.9.1.6. Kültürel Miras Değerlerine Ulaşılabilirliğe Yönelik Bulgular**

Kültürel miras değerleri bir toplumun geçmişini ve kimliğini yansıtan önemli unsurları içermektedir. Bu, tarihî yapılar, sanat eserleri, müzeler, anıtlar, gelenekler ve ritüeller gibi çeşitli unsurları kapsamaktadır. Ulaşılabilirlik ise bu mirasın insanlar tarafından kolaylıkla görülebilir olması, deneyimlenebilebilmesi ve anlaşılabilir olmasını ifade etmektedir. Bu durum gerek yerel halk gerekse ziyaretçiler için önemlidir, çünkü kültürel miras değerlerine erişim, bir toplumun tarihini ve kültürünü anlamak ve değerini takdir etmek için önemli bir adımdır. Bununla birlikte, bazı kültürel miras değerlerine erişim zor olabilmektedir; bakım, restorasyon, finansman veya erişim engelleri gibi faktörler bu durumu etkileyebilmektedir. Bu nedenle, kültürel miras değerlerine ulaşılabilirliğin artırılması için çeşitli önlemler alınması ve toplumun tüm kesimlerine bu değerlere erişim imkanı sağlanması önemlidir. Bu durum, tarihî ve kültürel mirasın korunması, sürdürülmesi ve gelecek nesillere aktarılmasını güvence altına alırken, toplumsal birleşme ve anlayışı da teşvik edecektir.

Araştırma kapsamında Kültürel miras değerlerinin kullanımına yönelik faktörler temasının bir diğer kategorisi olan kültürel miras değerlerine ulaşılabilirlik kategorisi (96) Şekil 4.11’de görüldüğü üzere 4 alt kategoriden oluşmaktadır. Bunlar; tanıtım/reklam (51), alt ve üst yapı çalışmaları (20), tabela (17) ve turizm enformasyon ofisi (8), şeklindedir.



Şekil 4.11. Kültürel Miras Değerlerine Ulaşılabilirlik

Kültürel miras değerlerine ulaşılabilirlik kategorisinde katılımcılar tarafından yoğun olarak görüş bildirilen alt kategorilerden bir tanesi **tanıtım/reklam**dır (51). Katılımcılar kültürel miras değerlerinin tanıtılması gerektiğini dile getirmişlerdir. Konuyla ilişkili katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K11: *“Tanıtım, tanıtım, tanıtımı arttırmanız gerekiyor. Ne kadar çok tanıtırsanız ne kadar çok anlatırsanız o kadar çok turist çekersiniz. Çalışmaları tamamladık biz tanıtım aşamasındayız.”* şeklinde görüş bildirirken, benzer bir görüş bildiren K4, tanıtımlarda sosyal medyanın kullanılmasına dikkat çekmektedir: *“Tanıtım ve reklamın önemli bir pazarlama aracı olduğunu düşünüyorum bu konuda sosyal medya üzerinden yapılan çalışmaların daha fazla ses getireceğini düşünüyorum.”* K24, ise ifadesinde sosyal medyanın önemini daha fazla vurgulamaktadır: *“Gaziantep’in reklamı yapıldığını söyleyebiliriz, bazı sembolik*

*değerler daha fazla ön planda zaman zaman ekranlarda, sosyal medyalarda bu alanlar zaten insanlar tarafından artık biliniyor. Bu plan çerçevesinde daha fazla sosyal medya kullanılabilir, şu an günümüz sosyal medya dönemi olduğu için insanlar sosyal medyalarından yararlanıyorlar, oradan yorumlara bakarak bir fikir sahibi oluyorlar. Buradan kültürel yerlerle alakalı tanıtımlar yapıp insanlara ulaşılabilir, ön planda olmayan değerler, sosyal medya aracılığıyla insanlara duyurulabilir, bunlar faydalı olur bence. Bir plan çerçevesinde kültürel değerler anlamında Gaziantep'in tanıtımını daha da iyi yapabiliriz.”* K9, ise sosyal medya kullanımını yurt dışına taşımının gerekliliğine dikkat çekmektedir: *“Tanıtım az, bizim sosyal medyada, uluslararası kanallarda çok daha aktif olmamız lazım yurt dışındaki ülkelerin yerel medyalarında da aktif olmamız gerekiyor yetmiyor.”* Katılımcı ifadeleri, Gaziantep'in turizm potansiyelini artırmak için tanıtımın önemini vurgulamaktadır. Özellikle sosyal medyanın kullanımının tanıtım çalışmalarında büyük bir etkiye sahip olduğu belirtilmektedir. Bu görüşler, şehrin kültürel ve turistik değerlerinin daha geniş kitlelere ulaştırılması için çeşitli platformların aktif bir şekilde kullanılması gerektiğini göstermektedir. Ayrıca, uluslararası arenada da tanıtımın artırılması ve yurt dışındaki potansiyel ziyaretçilere ulaşmanın önemine vurgu yapılmaktadır. Bu yorumlar, Gaziantep'in turizm sektöründe rekabet gücünü artırmak için tanıtım stratejilerinin iyileştirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

K1 *“Çıkın hafta sonu %70-80 turist görürsünüz, Bakırcılar Çarşısı'nda niye insanlara bir şey sundunuz siz, Zeugma'ya gidin ören yerlerine gidin, otellere bakın, konaklamadan bunu anlarsınız zaten. O açıdan da bizim kültürel mirası ön plana çıkartacak işler yapmamız lazım ve bunun içinde altyapı çalışması, reklam çalışması, Piyer çalışması, insanların bu değerleri bilmesi gerekir onu yaptığınız zaman inşallah çok daha fazla turist gelecektir.”* şeklinde görüş bildirirken, K2, tanıtımlarda müzelerin ön plana çıkarılması gerektiğini vurgulamakta: *“Müzelerin iyi olduğunu düşünüyorum. Gaziantep de müze çeşitliliğinin iyi olduğunu düşünüyorum bunu da daha ön plana çıkacak şekilde tanıtımların yapılması gerektiğini düşünüyorum.”* K10, tanıtımlara daha fazla bütçe ayrılması gerektiğini ifade etmekte: *“Tanıtımda biraz eksiklerimiz var, daha etkin tanıtılabilir daha böyle çok yok tanıtım için ayrılan kaynakların da yeterli olması durumunda daha ciddi*

*şeyler yapabilir.” K14, ise konuya farklı bir açıdan bakarak: “Getirsene dünyaca ünlü bir piyanisti, dünyaca ünlü bir kemanisti. Onların canlı yayında dünyaya Zeugma da konser verdirsene işte tanıtım böyle yapılır, adamlar böyle yapıyor Milano katedralinin önünde Andrea Bocelli opera konseri veriyor, tüm dünya canlı yayında izliyor, ya da Paris'in işte en üst katında Bios konser veriyor, parayla oluyor bu işler, sen parayı festivale yatıracağına böyle şeylere yatırman lazım .”* tanıtımların dünyaya duyurulması gerektiğine dile getirmektedir. Katılımcı ifadeleri Katılımcılar, Gaziantep'in turizm potansiyelini artırmak için farklı yöntemler önermektedir. Özellikle kültürel mirasın tanıtımına ve müzelerin ön plana çıkarılmasına vurgu yapılmıştır. Ayrıca, tanıtım bütçesinin artırılması, uluslararası düzeyde tanıtımın güçlendirilmesi ve dünyaca ünlü etkinliklere ev sahipliği yapılması gibi önerilerde bulunulmuştur. Bu görüşler, Gaziantep'in turizm sektöründe daha rekabetçi olması ve potansiyel ziyaretçilere daha etkili bir şekilde ulaşması için çeşitli stratejilerin geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Kültürel miras değerlerine ulaşılabilirlik kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori, **alt ve üst yapı çalışmalarıdır (20)**. Katılımcılar Şehrin kültürel miras değerlerine ulaşılabilirliğinin artırılması için yapılan çalışmaların önemli olduğunu belirtmişlerdir. Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K1: *“İnsanlar geçmiş dönemde atıl görülmüş, çalışılmamış heba olmuş şeylerin daha sonra gelip bunun ihyacı olduğunu gördükçe altyapının da üst yapının ne kadar kıymetli olduğunu anlıyorlar ve insanlar turizm olarak gelirse orda konaklıyor bir evde konakladı, otelde konakladı veya restorasyon yapılmış bir yerde yemek yedi işte bu altyapı ve üstyapı çalışmaları kentin kültürel miras turizmini çekici kılıyor, daha önce tarihe tanıklık etmiş bir mekanda zaman geçirmek.”* şeklinde görüş bildirirken, K3: *“Zaten turistin gittiği her yerde altyapı, üstyapı çalışmalarının yoğun bir şekilde yapılması gerektiğini biliyoruz. Ben bir turist olarak işte Japonya'dan kalkıp Zeugma'yı görmeye geliyorsam havaalanı isterim, yol isterim yani güzergahların uygun olmasını isterim bu anlamda bu tabii ki genel itibariyle turistlerde oluşan bir kanı yani hiç yolu olmadan kuş uçmaz kervan geçmez bir yere hiçbir turist gidip para harcamak istemez.”* şeklinde bir görüş bildirmiştir.

K19: *“Altyapıda şöyle belediyeler sokak sağlıklılaştırması kapsamında Antep'in eski şehrini komple elden geçirdiler hem alt kanalizasyonunu hem yollarını, aydınlatmasını bölgede bu çalışmaların bayağı bir etkisi oldu. Bu eski eser işi zincirleme gitmesi lazım yani önce insan şehire geldiğinde burada konaklayacağı yeri sağlayacağını ki burada ona kültürel güzel bazı şeyleri vereceksin ki sonra kalıp o bölgeleri gezsin yoksa o bölgeler tamamen uğrak noktası gibi yoldan geçerken uğrar, bakar şehre hiçbir katkısı olmadan çekip gider.”* ifadesinde farkındalık oluşturulması gerektiğini belirtmiştir. Katılımcı ifadeleri, Katılımcılar, Gaziantep'in kültürel mirasının turizm potansiyelini artırmak için alt ve üst yapı çalışmalarının önemini vurgulamışlardır. Alt yapıda yapılan iyileştirmelerin, eski şehrin modernleştirilmesi ve turistlerin konaklama imkanlarının artırılmasıyla birlikte turizm deneyimini daha çekici hale getirdiğini ifade etmişlerdir. Üst yapıda yapılan düzenlemelerin ise turistlerin kolayca ulaşım sağlayabilmesini ve kültürel mirasın doğru şekilde sergilenmesini sağladığına dikkat çekilmiştir. Katılımcılar, turistlerin Gaziantep'e gelirken yol, havaalanı gibi altyapı olanaklarının önemine değinerek, bu faktörlerin turizm hareketliliği üzerindeki etkisine vurgu yapmışlardır. Bu çalışmaların sürdürülebilir turizm için temel bir öneme sahip olduğu belirtilirken, tarihi ve kültürel mekanlara yapılan yatırımların turistlerin ilgisini artıracığı ve şehre katkı sağlayacağı vurgulanmıştır.

Kültürel miras değerlerine ulaşılabilirlik kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **tabeladır (17)**. Kültürel miras değerlerine ulaşılabilirlik açısından önemli bir rol oynayan tabelalar, ziyaretçilere bilgi sunmanın yanı sıra kültürel mirasın değerini vurgulamak için de önemli bir araçtır. Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K14: *“Kültür yolu kalenin oradan başlıyor bunu kaç kişi biliyor bak kimse bilmiyor, bir şeyler yapın, şunu yapmayın tabela koyuyorsun, gidiyorsun tabela başlıyor sonra tabela yok kültür yolu neresi? ışıklı bir şeyler koyun ya en basiti adam gidiyor mesela bir ekran koyuyor meydana, sizde öyle bir şey yapın, insanlar neresinin kültürel değerler olduğunu görsünler.”* şeklinde görüş bildirirken, K16: konuyla ilgili *“Şimdi ulaşım konusunda epeyce mesafe kat edildi. Yani son dönemde*

*tabelalar konusunda yönlendirme levhaları konusunda önemli gelişmeler var.” şeklinde bir ifade de bulunurken K23: “Kültür Yolu projesi 2008 yılında başladıktan sonra bu yol güzergahında bulunan kültürel miras yapıları başta olmak üzere işletmenin bile çehresi değişti çünkü tek tabela uygulamasından tutun da yolların nizamı kullanılması, görsellik alanında sıkıntı çıkartmayacak, daha doğrusu sıkıntı çıkartan unsurların kaldırılması ve tıraşlanması eylemine gidildi.” şeklinde bir görüş bildirerek önceki yıllarda yapılan çalışmalara değinmiştir. Katılımcı ifadeleri kültür yolu projesinin önemini ve geliştirilmesi gereken noktaları vurguluyor. Önerilen çözümler, yolun tanıtımında ve yönlendirmesinde daha etkili ve görsel unsurların kullanılmasını, ayrıca altyapı ve görsellik açısından iyileştirmelerin yapılması gerektiği vurgulanıyor.*

Kültürel miras değerlerine ulaşılabilirlik kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kod **turizm enformasyon ofisidir (8)**. Turizm enformasyon ofisleri, kültürel miras değerlerini ziyaret etmek isteyenler için kılavuzluk yapmasının yanı sıra, bölgenin tarihi, kültürel ve doğal zenginlikleri keşfetmelerine yardımcı olarak önemli bir rol oynamaktadır. Konuyla ilişkili katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

*K29, “Büyükşehir Belediyesiyle ortak çalıştığımız bir birim var Turizm Şube Müdürlüğü ve onların oluşturduğu turizm enformasyon ofisi var. Hemen Gaziantep Kalesi'nin yanı başında şehri hiç bilmeyen bir kişi oraya başvurarak kültürel Mirastan tutun da gelenek göreneklere kadar somut olmayan kültürel mirasa kadar onlarca konu hakkında bilgi alabiliyor ve kendilerine temin edilen haritayla bu kültürel miraslara erişim sağlayabiliyorlar. Yani orda da ücretsiz bir danışmanlık veriliyor. Hangi güzergâh nasıl gidilebileceği, hangi ulaşım yollarını tercih edeceği edeceğiyle ilgili çok detaylı bilgiler veriliyor. Bu da onlara erişim anlamında en önemli hizmetlerden birisi.”*

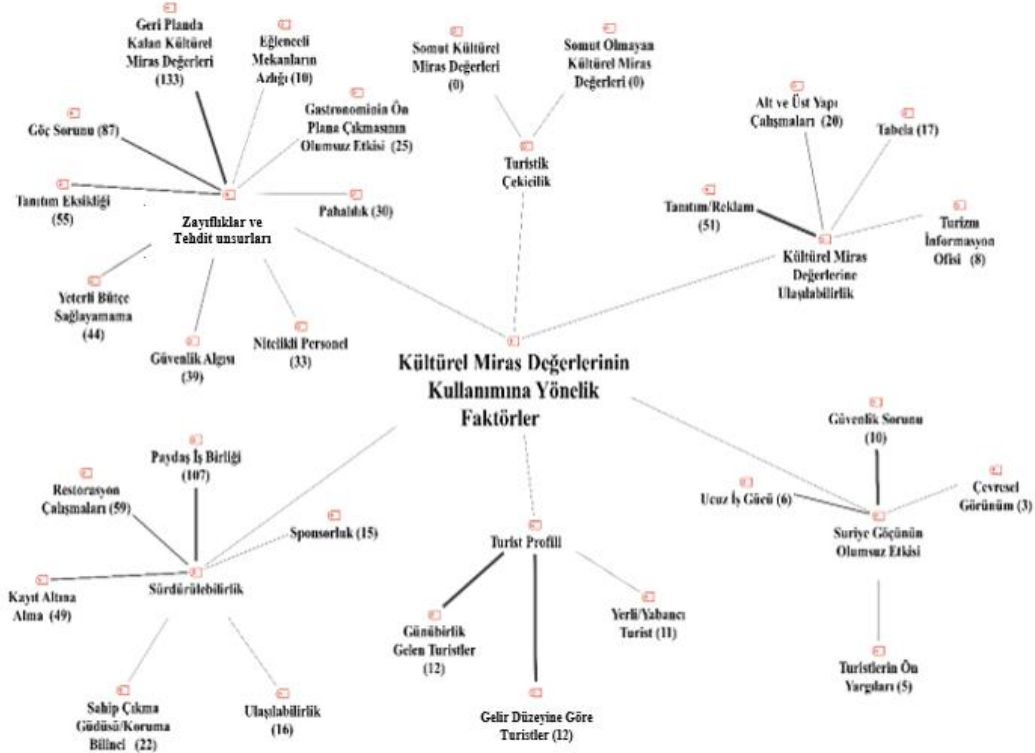
*K37: “Turizm Şube Müdürlüğü aslında Gaziantep'e gelen bir turistte yönelik günübirlik, 2 günlük, 3 günlük veya bir haftalık bir program çıkardı. Yani siz geldiğinizde işte turizm şube müdürlüğüne gittiğinizde orada bizim info ofisimize kaç gün burda kalacağınızı söylediğinizde size bir program listesi veriyorlar, bu şekilde*

*proğramınızı daha rahat yapabiliyorsunuz.” şeklinde görüş bildirirken, benzer bir görüş bildiren K26: “Bizim info dediğimiz, turizm şube müdürlüğümüz var. Broşür veya gerekli yönlendirmelerle gelen ziyaretçilere yardımcı oluyorlar. Mesela, siz şehir dışından geldiniz hiçbir yeri bilmiyorsunuz, infoya gittiğinizde oradaki ilgili arkadaşlar size bir rota çiziyor. Antep’e geldiğiniz de şu soruyu yönelttiğiniz zaman Antep'te nereyi gezebilirim dediğinizde o arkadaşlar size neler yapılabilir, kaç gün süreniz var, o süre zarfında nereler gezilebilir şeklinde bir rota çizerek önerilerde bulunuyor.” şeklindeki ifadesiyle enformasyon ofisinin işlevselliği hakkında bilgi vermektedir. Öte yandan bu duruma farklı bir açıdan yaklaşan K18: “Turizm İl Müdürlüğünde belediyelerin çalışma ofisleri var, büroları var, kale civarında var ama asıl iş kale bölgesinde bulunan enformasyon ofisinin bulabilmesi oraya kadar yerli ve yabancı turistin gelebilmesi ki onu da bulması zor kıyıda köşedeki bir yerde yani herkesin görebileceği bir yerde değil.” şeklinde görüş bildirerek enformasyon ofisine erişimin kolay olmadığına vurgu yapmaktadır. Katılımcı ifadeleri turizm enformasyon ofislerinin hem işlevselliğini artırmak hem de erişilebilirliklerini iyileştirmek için çeşitli önlemlerin alınması gerektiğini göstermektedir. Bu önlemler arasında ofislerin daha merkezi konumlara taşınması, işaretlenmesi ve tanıtılması gibi adımlar bulunabilir.*

#### **4.9.1.7. Kültürel Miras Değerlerinin Kullanımına Yönelik Tek-Vaka Modeli**

İlgili şekil üzerinde görüldüğü üzere kültürel miras değerlerinin kullanımına yönelik faktörler teması kendi içerisinde altı kategoriye ayrılmış ve bu kategorilerden pazarlama sorunsalı, kültürel miras değerlerine ulaşılabilirlik, sürdürülebilirlik ve güvenlik sorunu kategorisiyle daha yoğun bir ilişki içerisinde yer alırken turistik çekicilik ve turist profili kategorileriyle daha düşük düzeyde bir ilişki içerisinde yer almıştır. İlgili tema ve kategoriler arasındaki ilişkinin durumu aralarında yer alan çizginin kalınlık incelik durumuna bakılarak yorumlanmaktadır. Bu kapsamda pazarlama sorunsalı kategorisinin geri planda kalan kültürel miras değerleri alt koduyla yoğun bir ilişki içerisinde olduğu ilgili şekil üzerinden görülmektedir. Benzer şekilde kültürel miras değerlerine ulaşılabilirlik boyutunun tanıtım ve reklam alt koduyla, Suriye göçünün olumsuz etkisi boyutunun güvenlik sorunu alt koduyla, sürdürülebilirlik boyutunun paydaş iş birliği alt boyutuyla ve turist profili boyutunun

da günü birlik turistler ile üst düzey turistler alt koduyla yoğun ilişki içerisinde olduğu ilgili şekil üzerinde görülmektedir.



Şekil 4.12. Kültürel Miras Değerlerinin Kullanımına Yönelik Faktörler- Tek-Vaka Modeli

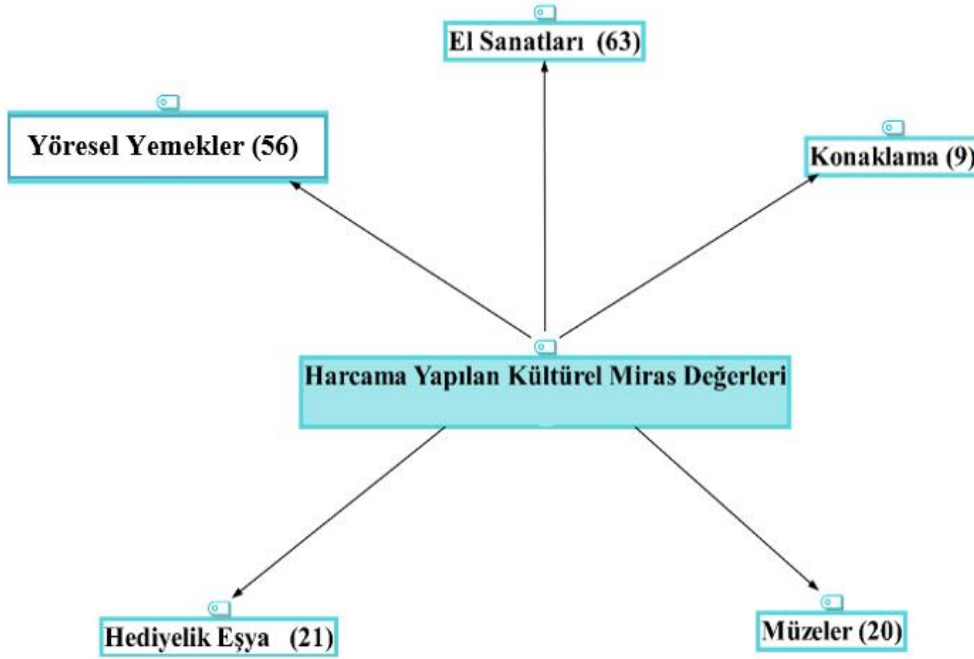
Kültürel miras değerlerinin kullanımına yönelik faktörler temasının detaylı bir şekilde açıklanmasından sonra bir sonraki alt başlıkta araştırma kapsamında ortaya konulmuş olan bölgesel gelişmeye etkisine yönelik faktörler teması ele alınmıştır.

#### 4.9.2. Bölgesel Gelişime Etkisine Yönelik Faktörler Teması

Araştırma kapsamında ele alınan ikinci tema olan bölgesel gelişmeye katkısına yönelik faktörler teması altı kategoriye ayrılmıştır bunlar; harcama yapılan kültürel miras değerleri, turizmin canlanmasına etki, imaj, ekonomik etkiler, sosyal etkiler, çevresel etkilerdir. İlk kategori olan harcama yapılan kültürel miras değerleri kategorisi 5 alt kategoriden oluşmaktadır. Bunlar; el sanatları, yöresel yemek ve yiyecekler, hediyelik eşya, müzeler, konaklama şeklindedir.

#### 4.9.2.1. Harcama Yapılan Kültürel Miras Değerleri

Harcama yapılan kültürel miras değerleri (169) kategorisi Şekil 4.13'te görüldüğü üzere, el sanatları (63), yöresel yemek ve yiyecekler (56), hediyelik eşya (21), müzeler (20) ve konaklama (9) şeklinde beş alt kategoriden oluşmaktadır.



Şekil 4.13. Bölgesel Gelişmeye Katkısına Yönelik Harcama Yapılan Kültürel Miras Değerleri

Harcama yapılan kültürel miras değerleri kategorisinde katılımcılar tarafından yoğun olarak görüş bildirilen alt kategorilerden bir tanesi **el sanatlarıdır (63)**. Gaziantep'in zengin kültürel mirası, özellikle el sanatları alanında bir çok çeşitliliği barındırmaktadır. Katılımcıların görüşlerine göre, bu şehre gelen turistlerin harcama yaptıkları el sanatlarının başında bakırcılık, sedefçilik, yemenicilik, kutnu kumaşı gibi geleneksel ürünler gelmektedir. Bu bağlamda, el sanatları kategorisi Gaziantep'in kültürel dokusunu ve zengin mirasını yansıtan önemli bir alt kategoriye oluşturmaktadır. Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K1: “Bizim bakır gibi, kutnu gibi, sedefçilik gibi çok önemli değerlerimiz var. İnsanlar bunlara harcama yapıyorlar mesela biz kutnu kumaşından hediyelik eşya yapıyoruz daha önce kutnu kumaşı sadece halk oyunlarında giyilen bir giysi iken biz

*bunu hayatın içine soktuk şu an Antep'te kutnuya yetişemiyoruz çünkü kutnudan kravat yapıyoruz, şal yapıyoruz, ev ürünleri yapıyoruz, çanta yapıyoruz, bizim mağazalarımızı gezdiğiniz zaman görürsünüz hep onlarla ilgili ürünlerimiz var. Bakır bizim çok önemli bir değerimiz ona harcama yapıyorlar. Biz şunu istiyoruz Antep'e gelen insanlar Zeugma mağazasındaki ürünlerde bunu ortaya koyuyor. Antep'ten giderken çantasına bir şey koysun, cebine bir şey koysun magnetini koysun, çantasını koysun evinde, Gaziantep'e gittim desin bunu istiyoruz, büyük küçük bakmadan ki insanlar bunu harcama yapıyorlar. El sanatlarımız önemli olduğu için bakırı, kutnusu, yemenisi mesela insanlar buradan yemeni alıp gidiyorlar ve bakın bakırcılar çarşısında çok fazla yemenici var.” şeklinde görüş bildirirken, K3, ise bu konuya ilişkin görüşünü: “Son dönemlerde özellikle folklorik ürünlerin alındığını duyuyoruz, görüyoruz mesela bir Gaziantep bakır işlemesi, bir Gaziantep yemeni dediğimiz ayakkabı, kutnu kumaşı vesaire bu tür ürünlere yönelimin fazla olduğunu biliyoruz.” şeklinde ifade etmektedir. Benzer bir görüş bildiren K5: “Turistler burada genelde, Gaziantep'e has bakır, kutnu kumaşı biliyorsunuz kutnu kumaşı Osmanlılardan gelen kumaşımız bunlara harcama yapıyorlar. El sanatlarında özellikle bakır çok rağbet görüyor.” başta bakır olmak üzere bölgede bulunan el sanatlarının genel olarak talep gördüğünü ifade etmektedir. Katılımcı ifadeleri, turistlerin Gaziantep'e özgü el sanatları ürünlerine ilgi gösterdiğini ve bu ürünlere harcama yaptıklarını belirtmektedirler. Bu da şehrin kültürel mirasının turizm açısından önemini ve bu mirasın korunmasının turizm gelirlerine katkısını vurgulamaktadır.*

Harcama yapılan kültürel miras değerleri kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **yöresel yemek ve yiyeceklerdir (56)**. Katılımcılar yöresel yemeklerin turistler açısından ilgi gördüğünü bu noktada harcama yaptıklarını dile getirmişlerdir. Konuyla ilişkili katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K2: “Harcama konusunda yani gördüğümüz kadarıyla yeme içme unsurlarının çok ön planda olduğunu olduğu kanaatindeyim.” şeklinde görüş bildirirken K3: “Birinci olarak sanırım mutfak gastronomi alanında harcama yapıyorlar.” ifadesiyle bir önceki katılımcının görüşünü desteklemektedir. K4, ise

“Gastronomi alanına yönelik harcamaların özellikle bu UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına dahil olduktan sonra buralarda yeme içmeye yapılan harcamaların çok arttığını söyleyebilirim.” gastronomi alanına yapılan harcamaların artmasında UNESCO’nun etkisinin olduğunu ifade etmektedir.

Öte yandan K30: “Buna kesin en fazla harcama yapılan şeyin tamamen yemek ve gastronomi olduğunu söyleyebilirim çok fazla önemli lokantalarımız var bize de soruyorlar mesela nerde yemek yiyebiliriz nerenin katmeri daha iyidir misal burada bir işte isim vermek istemem şurası var, nasıldı, oraya nasıl gidebiliriz veya işte yemek için şuraya mı gitsek daha iyi olur çok fazla bunlarla karşılaşıyoruz.” şeklinde görüş bildirirken K6: “Daha çok gastronomi değerlerine daha fazla para harcadıklarını düşünüyorum. Bugün Gaziantep’e gelen benim kişisel tahminim ortalama 700 ile 1000 lira civarında para bırakıyor şehire aynı şeyi Urfa için söyleyemem yani bize özellikle gastronomi konusunda fıstık olsun baklava olsun kışlık ürünler olsun ciddi bir rakam bırakıyor.” talep açısından öne çıkan ürünlere değinirken K38, bu ürünlerin artık ticaretinin yapılması gerektiğini vurguluyor “Giderken de kültürel sanatlardan da ben eminim işte hem baklavası fıstığının yanında artık Bakırcılar Çarşısında etkin bir alışveriş yapıldığını gözlemliyorum. Özellikle Oğuzeli Belediyesi bu kurutma konusunda pathcandır biberdir bu konuda çok büyük atılım sağladı son 5 yıldır belediye tesisi açtı, bu nar ekşisini tanıttı. Bunlar hep böyle ekonomik açıdan, katkı sağlayan şeyler. Özellikle bu gastronominin artık ticarete dönmesi lazım yani Antep'ten giderken buranın o dediğim yöresel ürünlerinin satın alınmasını sağlaması lazım.” K29, ise genel harcama yapılan ürünlere değiniyor: “Yiyecek-içecek, kebab, baklava, fıstık, kurutmalık yiyecek genelde bunlara harcama yapılıyor.” katılımcı ifadelerinden, Gaziantep’in turizm potansiyelinin önemli bir bölümünü gastronomi ve el sanatları gibi yerel kültürel değerler oluşturmaktadır. Bu değerlerin turizm açısından daha etkin bir şekilde pazarlanması ve ticarileştirilmesi, şehrin ekonomik kalkınmasına daha fazla katkı sağlayabilir.

Harcama yapılan kültürel miras değerleri kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **hediyelik eşyalardır (21)**. Hediyelik eşyalar,

turistlerin ziyaret ettikleri yerlerden hatıra olarak satın aldıkları ve harcama yaptıkları önemli bir kategori olarak öne çıkmaktadır. Katılımcıların görüşlerine göre, bu eşyalar kültürel miras değerlerini yansıtarak, turistlerin şehirle özdeşleşen simgeleri ve el işçiliği ürünlerini hatıra olarak edinmelerini sağlamaktadır. Konuyla ilişkili katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K7: *“El sanatları konusunda hep baştan beri aynı şeyi söylüyordum nihayet alıştırdım milleti, bu insanlar genellikle varlıklı insanlar olduğu için yükte hafif pahada ağır şeyler almak istiyorlar. Çünkü her biri aldığı mesela şirketinde 60 kişi çalışıyor, 60 tane almak istiyor ee her biri gülle gibi olunca onu götürmek istemiyor tabii. Dolayısıyla mesela çok şık Antep işi keseler yapıldı, yani Antep işini hiç kimse alamaz, kolay kolay taşıyamaz, götüremez şöyle keseler yapıldı bunları düşünebiliyor musunuz? Yüz tane alıyor mesela, ne olacak veriyor 10 dolar bir şey değil onun için bunun bizim Kadın Kooperatifi'ne kazandırdığı parayı düşünün.”* şeklinde görüş bildirirken, K6, bu durumu bölgedeki taşlardan yapılan takılar üzerinden ifade ediyor: *“İnsanlar alışveriş yapar, bizim zincirli Bedesten var mesela Almacı Pazarında zaten kültür yolu üzerinde orda insanlar işte bölgedeki önemli taşlar vardır veya bileklikler, kolyeler işte bölgeye ait hediyelik eşyaların satıldığı bölgedir orda zaman geçirirler, hani tüketim ve para harcama noktasında konuştuğumuz için oralar talep gören yerler diyebilirim.”* katılımcı ifadeleri, turistlerin hediyelik eşyalara olan ilgisinin, hafif ancak değerli ve özgün ürünlere yoğunlaştığını ve bu ürünlerin satışının bölgenin ekonomisine önemli katkılar sağlayabileceğini göstermektedir.

Öte yandan K4: *“Dışarıdan gelen insanlar zihninde ben Gaziantep baklavası yiyeceğim diye geliyor ama Gaziantep'ten bir sedef kakma bir hediyelik alacağım diye gelmiyor veya ayakkabı alacağım, yemeni alacağım diye gelmiyor. Bir parça bir bakır alayım diyenler var, onların da tanıtımı var mevcut olanla bir bu var. Mevcut olmayan da, Gaziantep'te mozaikler konusunu yaklaşık 20 yıldan beri Gaziantep'in gündeminde fakat Mozaikler ticari anlamda bir gelire çevrilemedi, olmadı, mozaiklerden bir ticaret geliri sağlayamıyoruz yok denecek kadar yok çünkü ben aynı zamanda bir mozaik ustasıyım, onu ticarete çevirelim diye çok uğraştık ama*

*mozaik biliyorsunuz zor bir zanaat, uğraşı zordur, onun paraya dönüşmesi bir süreç ister tanıtılması bir süreç ister, dolayısıyla bu mozaiklerden Gaziantep bir gelir elde edemiyor.” şeklinde bir görüş bildirirken, K20: “Kutnu kumaşı, mesela kutnuya son birkaç yıldır çok fazla talep var. Kutnu kumaşı defilemiz oldu daha önce kalede hatta çok güzel bir defile oldu yani dediğim gibi görsel olarak da insanlara bir şey katmaya çalışıyoruz hem de Antep'in işte bu yöresel kültürel miraslarını öne çıkarmaya çalışıyoruz.” şeklindeki ifadesinden ön plana çıkarılan kültürel miras değerlerinin daha fazla talep gördüğü anlaşılmaktadır. Katılımcı ifadeleri, turistlerin hediyelik eşya tercihlerinin farklılık gösterebileceğini ve bu tercihlerin tanıtım ve pazarlama stratejileriyle doğru şekilde yönlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Ayrıca, bölgenin kültürel mirasının ve el işçiliği ürünlerinin tanıtımının artırılmasıyla birlikte, bu ürünlere olan talebin de artabileceği ve turizm gelirlerine katkı sağlayabileceği öne çıkmaktadır.*

Harcama yapılan kültürel miras değerleri kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **müzelerdir** (20), Katılımcı ifadelerinden harcama yapılan değerler arasında müzelerin de yer tuttuğu görülmektedir. Konuyla ilişkili katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

*K8: “En çok rağbet gösterilen Zeugma Mozaik Müzesi, onun haricinde 25 Aralık Panorama Müzesi Oyuncak Müzesi diyebilirim. Zaten Gaziantep'e gelen insanlar, Zeugma Mozaik Müzesine uğramadan gitmiyorlar. Bu müzeler içerisinde Zeugma Müzesinin giriş ücreti biraz yüksek diğerlerine göre.” şeklinde görüş bildirirken K10: “Zeugma müzemiz çok fazla rağbet görüyor.” şeklinde görüş bildirirken K22: “Gaziantep'te yalnızca büyükşehir belediyesine bağlı olarak on adet müze bulunmakta olup, pandemi öncesinde bu müzelerin sekiz tanesini ziyaret eden ziyaretçi sayısı bir milyon üç yüz bin kişiyi aşmıştır; bu oldukça önemli bir rakamdır. Ancak burada müzelere gelir odaklı bir bakış açısıyla yaklaşılmadığı için çok cüzi bir giriş ücreti alınmaktadır oda gerçekten girmek isteyen insanların girebilmesi için personel maaşını bile şuanki durumda belki çıkartmayabilir.” şeklinde görüş bildirmiştir. Katılımcı ifadelerinde Gaziantep'teki müzelerin önemli bir ziyaretçi çekme potansiyeline sahip olduğu ve özellikle Zeugma Mozaik Müzesi'nin büyük*

ilgi gördüğü vurgulanmaktadır Ayrıca, Zeugma Müzesi'nin giriş ücretinin diğer müzelere göre yüksek olduğu belirtilmektedir. Bununla birlikte, Gaziantep'teki müzelerin genel olarak gelir odaklı bir bakış açısıyla işletilmediği ve cüzi bir giriş ücreti alındığı ifade edilmektedir.

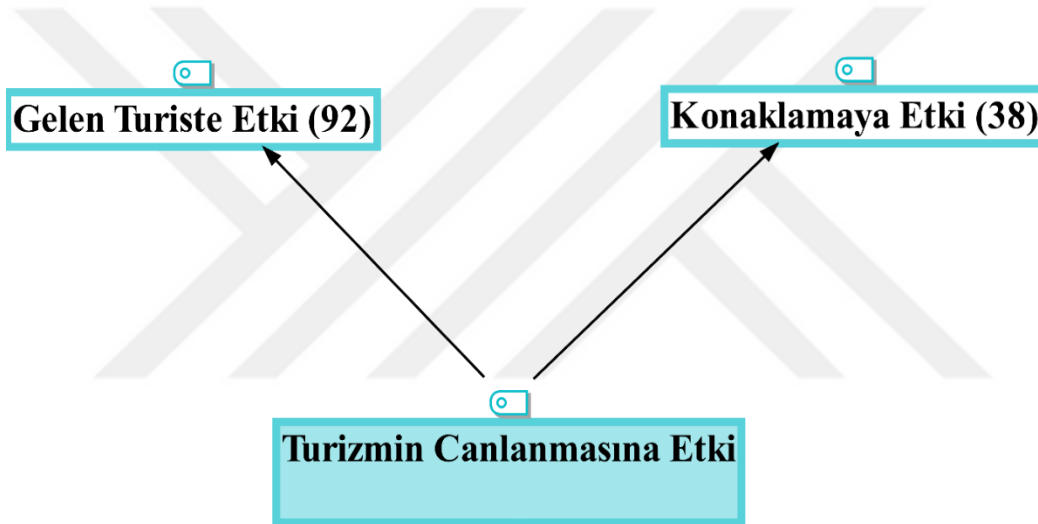
Harcama yapılan kültürel miras değerleri kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **konaklamadır (9)**. Katılımcılar bölgeye gelen turistlerin konaklama için harcama yaptıklarını dile getirmişlerdir. Konuyla ilişkili katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K4: *“Bölgede konaklamada önemli, Antep'te şu an hatırlamıyorum kaç tane 5 yıldızlı otelimiz var, 4 yıldız var, butik oteller var. Mesela Bey Mahallesinde diğer taraflar da eski Antep evleri otele dönüştürüldü ve burada insanlar rağbet etti, mayıs ayı geldiği zaman yer bulamıyorsunuz, yaz aylarında sıcaktan dolayı düşüşler oluyor ama Nisan, Mayıs kısmen Haziran'da turizm geliri sağlanır, Temmuz Ağustos'ta düşer, Eylül, Ekim, Kasım'da tekrar başlar Antep'in turizmi bu şekildedir. Çünkü yaz sıcaklığında kimse buraya gelmek istemiyor. Yeni otellere ihtiyacımız var otellerde konaklama yapıyorlar bu da önemli bir şey, konaklamaları artırmamız gerekiyor bir gecelik değil 2-3 gecelik konaklama yaptırırsak etkileri daha fazla olacaktır.”* şeklinde görüş bildirirken, benzer bir görüş bildiren K30: bazı dönemlerde konakla için yer kalmadığını vurgulayarak bu durumu *“Konaklama çok fazla, yüzdelik oranı yüksek, doluluk oranın yüksek olduğu bir şehir. Çünkü gelenler burada sokakta kalmıyor. Bazen tatil günlerinde bakıyorsun en tanıdığın otel de bile hatıra binaen yer bulabiliyorsun.”* şeklinde ifade ediyor. K35, ise *“Antep'e gastronomi için gelenler butik otellerde kalıyorlar, oraya daha fazla harcama yapıyorlar. Hanların bir kısmı butik otel ve restoran olarak faaliyet gösteriyor işte Beyazhan olsun, Hışvahan olsun, buralara turist geliyor, kalıyor, oturuyor, yiyor, içiyor, eğlenebiliyor o alanların daha fazla turizm çekimi var.”* şeklinde görüş bildirmiştir. Katılımcı ifadeleri, Gaziantep'te konaklama sektörü oldukça canlı ve çeşitlidir. Turizmdeki mevsimsel dalgalanmalara rağmen, bölgedeki oteller genellikle yüksek doluluk oranlarına sahiptir. Ayrıca, butik otellerin ve restoranların gastronomi turizmine olan katkısı da belirgindir. Bununla birlikte, katılımcılar yeni otel yatırımlarının

gerekliliğine ve konaklama sürelerinin artırılmasının önemine dikkat çekmektedirler. Gaziantep'in turizm potansiyelini artırmak için konaklama imkanlarının çeşitlendirilmesi ve turistlerin bölgede daha uzun süre konaklamalarının teşvik edilmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

#### 4.9.2.2. Turizmin Canlanmasına Etkisine Yönelik Bulgular

Bölgesel gelişmeye katkısına yönelik faktörler temasının bir diğer kategorisi olan turizmin canlanmasına etki (130) kategorisi Şekil 4.13'de görüldüğü üzere 2 alt kategoriden oluşmaktadır. Bunlar; gelen turiste etki (92) ve konaklamaya etki (38) şeklindedir.



Şekil 4.14. Bölgesel Gelişmeye Katkısına Yönelik Turizmin Canlanmasına Etki

Turizmin canlanmasına etki kategorisinde katılımcılar tarafından yoğun olarak görüş bildirilen alt kategorilerden bir diğeri **gelen turiste etki**dir. Katılımcılar, kültürel miras turizminin canlanmasında önemli bir etki olarak turistlerin memnuniyetinin sağlanmasının gerektiğini ifade etmektedirler. Konuyla ilişkili katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K6: “Turistin gelmesi için kültürel turistin gelmesi için bir altyapının olması gerekiyor, iki mekânların turizme uygun hale getirilmesi gerekiyor çünkü kültürel miras dediğiniz şey bugünden yarına olmuyor, bir yatırım gerekiyor, altyapı gerekiyor. Buraya geldiğinde yerelde bir şey görmek istiyor o yerelde görmesi içinde ne yapması lazım, bizim o kültürel değerlerimizi turizme kazandırmamız lazım,

oteliyle, konaklamasıyla, yemesiyle içmesiyle, camisiyle aklımıza ne geliyorsa o kültürel mirasın çok geniş bir tanımı var malum olduğu üzere biz bu etkenleri ne kadar çok hazır hale getirirsek insanların hizmetine sunarsak insanlar o derece rağbet ediyorlar.” şeklinde görüş bildirirken, K8, bu konudaki görüşünü: “Yerel halkla turistlerin iletişiminin iyi olması gerekiyor. Özellikle turistlerin yoğun olduğu bölgelerde turistlerin ihtiyacına yönelik, ihtiyaçlarını karşılamaya dönük, esnafla turist arasındaki iletişimin iyi olması gerekiyor.” şeklinde ifade etmektedir. Kültürel mirasın turizme kazandırılması için altyapı ve yatırımın yanı sıra, turistlerle yerel halk arasındaki iletişiminin güçlendirilmesi gerekmektedir. Turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak ve onlara daha iyi bir deneyim sunmak, turizmin gelişimine olumlu katkı sağlayacaktır. Bu nedenle, yerel halkın turistlere dostça ve yardımsever bir şekilde davranması ve turistlerin ihtiyaçlarını karşılamaya odaklanması önemlidir

K2: “Gerçekten kültürel miras ve kültür unsurunu çok fazla, yeterince, olması gerektiği gibi ama bunu gelen turistte derinlemesine aktaramadığımız düşünüyorum. Diyelim ki ben kokartlı bir rehberim İstanbul’dan bindiler Güneydoğu Anadolu’ya geldiler, acentam bana dedi ki: 8 de al 4 de Urfa’ya depar edecekler, Urfa’da da rehberim onu alacak yani sen sonrasına zaten karışmayacaksın ve sana bırakıyoruz velev ki örnek veriyorum sana bırakıyoruz, tur programıda sana bırakıyoruz ama illa ki şunlar şunlar görülecek geri kalanı da sen zenginleştir dediğinde işte rehber orda ön plana çıkar. Yani siz bana tanıt dediğinizde ben beğendiğim, sevdiğim unsurları çok bir popüleritesi olmasa bile böyle bir sana ön plana çıkartırım ki sen bak buradan ayrıldığında vay be demek ki şu noktası çok önemliymiş dersin. Oysaki aslında en zayıf noktasydı ama ben bunu öyle bir ön plana çıkartıp öyle bir satış ve pazarlamasını yaptım ki ama bunu yaparken tabi ki yalan dolan söylemeyeceğiz, doğruluktan, dürüstlükten de ayrılmayacağız da işte bu biraz pazarlamayı neye göre verdiğinin ne üzerinden gittiğininle alakalı bir konu, o yüzden belki bunu dengede tutabilmek insanlar üzerinde etkili.” şeklinde görüş bildirmiştir. Katılımcı ifadesi turizm sektöründe kültürel mirasın aktarımı ile turizm pazarlaması arasındaki dengeyi vurgulamaktadır. Kültürel mirasın derinlemesine aktarılması ve turistlere doğru bilgilerin sunulması önemlidir, bununla birlikte turizm faaliyetlerinin etkili bir

şekilde pazarlanması da gerekmektedir. Bu dengeyi sağlamak, turizm hizmetlerinin kalitesini artırırken, turistlerin deneyimlerini zenginleştirecektir.

Diğer taraftan konuyu farklı bir açıdan değerlendiren K3: *“Buraya gelen turistlerin yaşadığı bazı olumsuzluklar oluyor, duyuyoruz, mesela geçenlerde bir örnek söyleyeyim şimdi turist geliyor, alışveriş yapacak ama orda ki bizim esnafımız kart geçerli değil diyor niye işte oradan bir vergi vesaire kesiyorlar dolayısıyla turist bu şekilde bir alışveriş yapamıyor. Bu baktığımızda aslında çok böyle önemsenebilecek bir durum. Çünkü insanların, turistlerin kendisini güvende, rahat hissetmesi gerek ya ben bir işletmeye gittiğimde, son dönemlerde biliyorsunuz artık keş dediğimiz para kimsenin cebinde yok, kartlarla alışveriş yapıyoruz dolayısıyla Gaziantep esnafının da böyle bir olumsuz yönünün olduğunu duyuyoruz birkaç yerde de duydum. Bence hiç doğru bir davranış, hiç doğru bir tutum değil, bunu ilgili yerlere de ilettim artık ne kadar dikkate alınır onu da bilmiyorum. Şöyle bir şey de duyuyoruz esnafın dışarıdan gelen insanlara ürün satma konusunda fiyat farklılıkları oluyor diyorlar yani ben tabii hiç denk gelmedim ama biz genel olarak Türk halkı olarak diyeyim, turist dediğimizde daha önce bu işi Almancılara da yapardık biz aslında işte yazın gelen Almancuları bilir esnaf ve ee bunu yapıyorlar mıydı evet yani normal vatandaşa 3 TL ise öbürüne 20 TL'ye sattıklarını biliyoruz, şahit olurduk, duyardık, hatta bazen espri yapılır turist tarifesi mi vesaire diye.”* şeklinde görüş bildirirken, yerel işletmelerin turistlere karşı daha adil ve şeffaf bir yaklaşım sergilemeleri gerektiğini vurgulamaktadır. K21, bu durumu daha net bir şekilde değerlendiriyor: *“Milli Eğitim, gerekirse eğitimlere destek olmalı. üniversiteler belki elini taşın altına koymalı, belki üniversitenin turizm bölümleri ya da bir turistik bölgede görev alacak insanların yada bir taksi şoförlerin eğitimi, zaten geçmiş zamanlarda bunlar yapıldı. Belki de bir taksi şoförlerinin yada turizm gelen turistlerin muhatap olduğu doğrudan muhatap olacak hediyelik eşya satan turistik bölgeler yada bölgesel olarak buradaki esnafın bir sertifika programına tabii tutulması, zorunlu sertifika da programına tabii tutulması gerekiyordur. Belki turist rehberlerinin kokart almaları gibi yani bir kokart olayı, belki işletmelerin turizm işletmesi olabilmeleri için de bir kokart verilmesi lazım. Belki onlara ruhsat verilmemesi lazım bunlar belli şartlar yerine getirilmezse en az belki bir yabancı dil*

*bilen bir adam bulundurulması şarttır mesela, bunlar gibi en azından inanlar geldikleri zaman nasıl diyeyim neyle karşılayacaklarını bilmelerini sağlamak gerekir. Turistsiniz geldiniz mesela fiyat tarifelerine bakacaksınız, adamlar büyük yerlerde turist için bu bölgelerde dışarıya yazıyorlar, yabancı turistte bakıyor ne yiyeceğini ne kadar ödeyeceğini görüyor. Bu benim bile hoşuma gitti yerli halk olarak yani girdiğim zaman ne olacağını biliyorum ya da ne kadar para ödeyeceğimi aşağı yukarı hesaplayabiliyorum. Bunların hepsinin ya objektifleştirilmesi biraz şeffaflaştırılması lazım benim görüşüm. Denetlemenin olması gerekiyor esnafın vicdanına bırakılmaması lazım yani tabi ki vicdan yani şahsi kimseye kötü demiyoruz ama yani denetim hep hayatın her noktasında olduğu gibi denetim.” şeklinde görüş bildirirken, katılımcı ifadesi, turistik bölgelerde faaliyet gösteren işletmelerin ve çalışanların eğitim alması ve belgelendirilmesi, turistlerin daha güvenli ve memnun bir ziyaret geçirmelerini sağlamak için önemli olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca, işletmelerin belirli standartlara uyması için düzenli denetimlerin yapılması, sektörde şeffaflığı ve güvenilirliği artırabilecektir.*

*K29: “Turistik bölgelerde çalışan gerek gastronomi ürünü, gıda ürünü satan, gerek el sanatları ürünü satan esnafın esnaf ahlakıyla ahlaklanması çok önemli. Bir yerden alışveriş yapıyorsan bir yere devamlı sık gidiyorsan o esnafın ahlakının temizliği için gidersin dürüstlüğü için gidersin. Sana yüz ağartmasa sana böyle asık yüzle davransa, bırak o esnafı o şehre gitmesin bir daha o müesseseye gitmezsin bir, ikincisi sattığın ürün ne olursa olsun içerisinde bir ayıbı varsa söyleyeceksin açık olacaksın, kartları açık oynayacaksın üç kalite fıstık satıyorsun şunun fiyatı şu, şunun fiyatı şu, şunun fiyatı bu, arasında birinci kaliteyken üçüncü kalitenin arasında uçurum var. Bu neden diye sorduğunda cevap verebilecek kapasitede olacaksın karşı neyi nasıl aldığını bilecek, örnek veriyorum 250 Liraya da bakla var 40 liraya da baklava var bunun arasındaki fark ney diye sorduğunda birbiri arasındaki farkı anlatabilecek bir satıcı olacak. Ha öbür taraftan bunu anlayacak bir de alıcı olacak 250 liralık alacağıma 40 Liralık baklava alırım adı baklava değil mi diye alıp gittiğinde adını kötü baklavayla andıran bir Gaziantep olmayı da istemiyoruz.” şeklinde görüş bildirirken, katılımcı ifadesi turistik bölgelerde faaliyet gösteren esnafın ahlaki değerlerine ve dürüstlüklerine vurgu*

yapmaktadır. Esnafın dürüstlüğü ve temiz ahlakı, müşterilerin tekrar ziyaret etmelerini ve güvenlerini kazanmalarını sağlar. Ayrıca, satılan ürünlerin kalitesi ve fiyatı konusunda şeffaf olmak da önemlidir. Müşterilere doğru bilgi vermek ve ürünler arasındaki farkları anlatmak, güvenilir bir ticaret ilişkisi kurmanın temelidir. Bu şekilde, hem esnaf hem de müşteri arasında güvenilir bir ilişki ve adil ticaret ortamı oluşturulabilir.

Bununla birlikte K35, yaşadığı bir olayı şu şekilde ifade etmektedir: *“Şimdi Ramazan Bayramının ilk günüydü ben saat 11 de bu dükkânı açmaya geldim buraya turistik çarşı 11’de dükkânı açmaya geldim, 5-6 esnaf açmış, bende açtım benden sonra birkaç esnaf daha geldi açtı çarşayı pislik götürüyor, tabiri caizse pislik götürüyor. 153’e telefon açtım dedim, bu esnada da yabancı turistler de var birkaç tane yerli turiste geldi, buna Allah şahit gözümle şahit oldum, turistler diyor elleriyle şöyle (ellerini yukarı kaldırıp hafifçe sallıyor) yapıyorlar, çöpe bakarak şimdi ben sana soruyorum, bayram günü temizlik imandan diyen bir dinin mensubu olan bir ülkede turistik bir yer olan Bakırcılar Çarşısında temizlik yapılmaz mı? Turistlerin geldiği bir yere ben bunu söyledim. 15 gün sonra beni belediyeden birisi aradı, kayıtlı daha, telefonda dedi sen bir şikâyetle bulunmuşsun dedi, nedir dedi. Kandaşım benim şikâyetle bulunalı dedim 15 gün oldu yav dedim daha yeni mi haberiniz oldu dedim. Bana özel telefonunu söyledi, ya sen bunu kayıt ette, böyle bir sıkıntı olursa direk beni ara 153’ü arama, bak 153’ü aramışım o dakika gelin temizlik yapın burayı pislik götürüyor demişim beni 10 gün 15 gün sonra kayıtlardan çıkar bir arkadaş aramış şikâyetin neydi diyor duyarlılığımız bu kadar.”* katılımcı ifadesi, turistik bir bölgede yaşanan temizlik sorunlarına ve bu konudaki duyarsızlığa dikkat çekmektedir. Esnafın dükkânlarını açarken çevrelerini temizlememesi ve çarşının pislik içinde olması, turistlerin hoşnutsuzluğuna ve olumsuz bir izlenim oluşmasına sebep olmaktadır. Ayrıca, şikâyetin belediyeye iletilmesine rağmen uygun bir çözümün geç bulunması, kurumun duyarsızlığına işaret etmektedir. Bu durum, turistik bölgelerin bakımının ve temizliğinin daha etkin bir şekilde sağlanması gerektiğini göstermektedir. Turizmde sürdürülebilirlik ve turist memnuniyeti için temizlik standartlarının ve yönetmeliklerin sıkı bir şekilde uygulanması ve denetlenmesi önemlidir.

Turizmin canlanmasına etki kategorisinde katılımcılar tarafından yoğun olarak görüş bildirilen alt kategori **konaklamaya** etkidir (38). Katılımcılar, Gaziantep'te yapılan çalışmaların turistlerin konaklamalarını sağlamak adına önemli olduğunu vurgulamaktadır. Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K27: *“Konaklama anlamında bölgemizde otel yapıldı yapılmaya devam ediyor, eski evler restore edilerek butik otellere çevriliyor. Bu konuda başta Fatma Şahin başkanımız ve diğer yerel yöneticilerimiz oldukça özenli çalışmaktadırlar.”* şeklinde görüş bildirirken, K38, konaklama süresine vurgu yaparak: *“Antep ciddi atılım yaptı ve bu ciddi atılım gelen turistlerin buradaki konaklama süresini arttırmak için özellikle Rum Kalede yapılan çalışmalar çünkü Antep'te genelde günü birlik turizm söz konusu vatandaş geliyor özel olarak gastronomi turizmi oluyor, gündüz geliyor akşam geri çekiyor gidiyor veya Urfa bölgesine gidiyor orda konaklıyor, konaklamayı da artıracak şekilde işte Antep'in etrafına yayarak özellikle bu kalış süresini artıracak şekilde çalışmalar yapmak bence önemli.”* bu yönde bir görüş bildirmektedir. K39, ise konaklamanın önemine değinerek: *“Konaklama olmadan çok fazla bir gelir elde edemezsiniz, insanlar buraya gelecek 3-4 gün kalacak kültürel miras değerlerini gezecek işte o zaman etkiyi konuşalım.”* konaklama süresini arttırmadan gelir oranının artmayacağına vurgu yapmaktadır. Katılımcı ifadeleri, Gaziantep'in turizm potansiyelini artırmak ve ekonomik etkisini artırmak için konaklama sektörüne önem verilmesi gerektiğini belirtmektedirler.

Öte yandan K9: *“Sanayi şehri olduğumuz için genellikle dolu oluyor, bazı otellerimiz full çalışıyor artık full, bir Şimal işte bir Tuğcan, işte Royal, Teymur bunlar deli gibi satıyorlar, fuller yani bizim tabii yurtdışından gelen iş adamları da olduğu için yabancılar onlar da uzun süre geliyorlar, kalıyorlar, bir ay, 40 gün kalan iş adamları var. O yüzden artık şehrimizde oteller yetmiyor, yeterli değil.”* şeklinde görüş bildirirken, K8: *“Gaziantep'e gelen turistlerin burada konaklama oranı yani bu 2010'lu yıllarda çok daha azken son dönemde bu bölgeye gelen turistlerin %70'nin, 80'nin konakladığını düşünüyorum bunu ifade edebiliriz çünkü buda otellerdeki doluluk oranlarıyla alakalı bir şey.”* son zamanlarda otellerin doluluk oranının arttığını vurgulamakta, bu görüşü destekler nitelikte bir görüş bildiren K38, ise: *“Gaziantep ciddi bir sanayi şehri doğa şehri, sürekli bir festival oluyor bir şey*

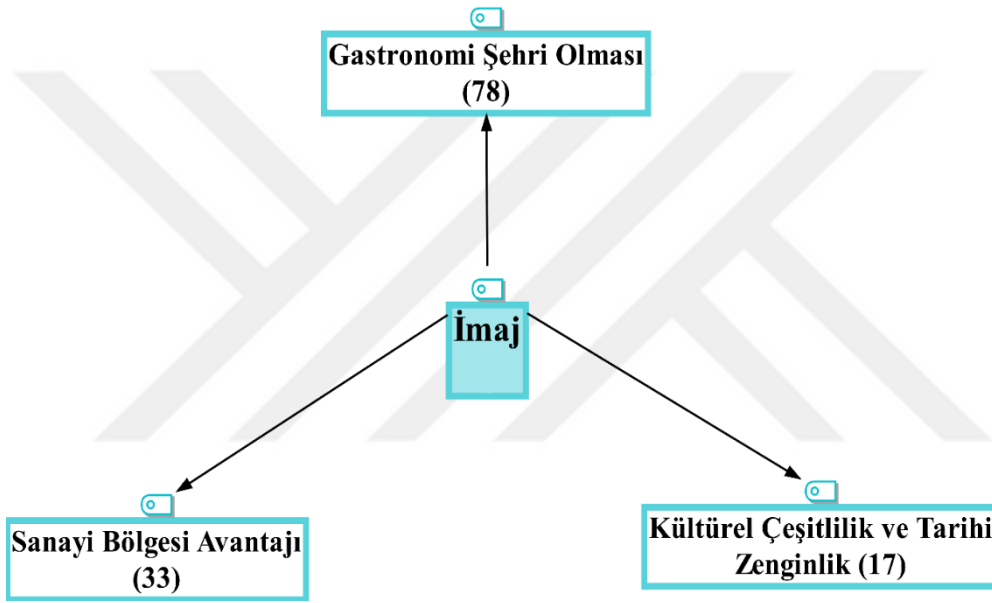
*oluyor spor karşılaşması oluyor, daha geçen işte nisan ayında full etkinlik vardı, uluslararası etkinlikler vardı bunlardan dolayı oteller zaten hiçbir sıkıntı yaşamıyor, bir pandemide sıkıntı yaşadılar onu da her il, dünya yaşadı.”* şeklinde bir ifade kullanmaktadır. Katılımcı ifadeleri, Gaziantep, hem sanayi hem de turizm açısından hızla gelişen bir şehir olarak öne çıkmaktadır. Son zamanlarda kentte artan turist talebi düzenlenen çeşitli etkinlikler ve organizasyonların otellerin doluluk oranlarını arttığı vurgulamaktadır.

Bu duruma örnek bir olay üzerinden değinen K26: *“Konaklamadan bahsedecek olursak ben yetersiz olduğunu düşünüyorum, bunun haricinde alternatif konaklama ile ilgili Gaziantep de çalışmalar yapılmakta mesela son dönemlerde karavan turizmine yönelik ciddi çalışmalar var, karavan park yapıldı. Hemen Alleben göletinin yanı başında Karavan istasyonu yapıldı ve şehrin muhtelif kalyonlarına da buna benzer işler yapılacak, bunun da konaklama çeşitliliğini artıracağını düşünüyorum. Çünkü Gaziantep sanayi şehri olduğu için muhtelif tarihlerde turizmle ilgili ziyarete gelen turistler konaklayacak yer bulamıyor, çünkü fuarlar var. Özellikle biz bunu haziran ve temmuz ayında yaşadık, haziran ayında Gaziantep’te otellerde yer yoktu. İlginç bir örnek anlatayım, Avusturya’dan gelecek bir 50 kişilik bir grup vardı bize bir şekilde ulaştılar, biz Gaziantep’te konaklayacak yer bulamıyoruz diye, doğru söylediler bulamadık. Alternatif olarak Maraş’a gittiler. Maraş da konaklamayı orda yaptılar, gezilerini Gaziantep’te iki gün o şekilde sürdürdüler akşamında tekrar Maraş’a döndüler maalesef bunu yaşıyoruz bu zenginlik arttırılmalı.”* şeklinde görüş bildirmiştir. Katılımcı ifadesi, Gaziantep’te zaman zaman konaklama imkanlarının yetersiz kaldığı ve bu durumun özellikle şehrin bir sanayi merkezi olmasından kaynaklandığı belirtilmektedir. Ancak, son dönemde alternatif konaklama seçenekleri üzerinde çalışmalar yapıldığına ve karavan turizminin önemli bir potansiyele sahip olduğuna dikkat çekilmektedir. Yeni tesislerin açılmasıyla birlikte karavan parkları gibi alternatif konaklama seçeneklerinin artırılması hedeflenmektedir. Bu gelişmelerle birlikte konaklama çeşitliliğinin artırılması, bölgeye gelen turistlerin memnuniyetini ve ziyaretlerini artırarak şehrin turizm potansiyelini maksimize etmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca, konaklama olanaklarının arttırılması turistlerin Gaziantep’e olan bağlılığını ve geri

dönüşlerini güçlendirerek şehrin turizm sektöründe sürdürülebilir bir başarı elde etmesini sağlayacaktır.

#### 4.9.2.3. İmaja Yönelik Bulgular

Bölgesel gelişime etkisine yönelik faktörler temasının bir diğer kategorisi olan imaj (128) kategorisi Şekil 4.15'te görüldüğü üzere 3 alt kategoriden oluşmaktadır. Bunlar; gastronomi şehri olması (78), sanayi bölgesi avantajı (33) ve kültürel çeşitlilik ve tarihi zenginlik (17) şeklindedir.



Şekil 4.15. Bölgesel Gelişime katkısına Yönelik İmaj Kategorisi

İmaj kategorisinde katılımcılar tarafından yoğun olarak görüş bildirilen alt kategorilerden bir tanesi **gastronomi şehri olması**dır. Gaziantep'in imajını şekillendiren önemli unsurlardan birisi şehrin gastronomi alanındaki zenginliği ve ünüdür. Katılımcılar, bu özelliğin Gaziantep'in imajını belirlemede önemli bir etkiye sahip olduğunu vurgulamaktadır. Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K1, UNESCO Yaratıcı Şehirler ağına dahil olmanın Gaziantep'i ön plana çıkardığına vurgu yaparak: *“Gaziantep malum olduğu üzere 2015 yılında gastronomi ödülünü aldı. Türkiye'de alan ilk şehir, yaratıcı şehirler ağına giren ilk şehirdi ve bunu çok iyi kullandı. Sayın Cumhurbaşkanımız 2017 yılında İstanbul'daki Kültür Şurası'nda bunu ortaya koymuştu. Gaziantep o zamana kadar ülkede ilkti bu ilki*

başardığı içinde Sayın Cumhurbaşkanı Gaziantep'in yaptığı çalışmanın diğer şehirlere örnek olması gerektiğini, yerel kalkınmaya, ülke ekonomisine ne kadar katkı sağlayacağını bildiği için de bunu söylemişti.” şeklinde görüş bildirirken, benzer bir görüş bildiren bir katılımcı K40, Gaziantep'in yemek çeşitliliğine değinerek: “Sanırım 500 küsur tam sayıyı hatırlamıyorum, 500 küsur kayıtlı yemeğimiz var Gaziantep'e özgü yemek var. Tabi bu sayede 2015'de UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına mutfak kısmıyla girdik.” UNESCO'ya girmelerinde sahip olunan yemek çeşitliliğın etkili olduğunu ifade etmektedir. K4 ise: “Gaziantep müzeler kenti olarak bilinirdi şimdi gastronomi de eklendi ve bu kent imajına pozitif olarak yansıdı. Gaziantep artık terör bölgesinde olan bir kent olmaktan çıktı gastronomi kenti oldu, turizm kenti oldu.” gastronomi kenti olmanın Gaziantep'in imajına olumlu yansıdığına vurgu yapmaktadır. Katılımcı ifadeleri, Gaziantep'in gastronomi alanındaki başarısı ve UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılmasının şehrin imajını önemli ölçüde güçlendirdiğini vurgulamaktadır. Bu durum, şehrin sadece müzeler kenti olarak değil, aynı zamanda önemli bir gastronomi ve turizm merkezi olarak tanınmasına ve algılanmasına katkı sağlamıştır. Gaziantep'in yemek çeşitliliği ve gastronomi kültürü, uluslararası alanda tanınmasını ve ilgi görmesini sağlayarak şehrin ekonomik ve turistik potansiyelini artırmıştır. Bu durum, Gaziantep'in terör bölgesinde olan bir kent algısından kurtulmasına katkı sağlayarak şehrin imajını olumlu yönde dönüştürmüştür.

Öte yandan K5: “Şehri dışarıdan kime sorarsanız sorun Gaziantep'e gelmeyi hayal ediyoruz diyor herkes en azından gastronomi şehri anlamında da insanların çok dikkatini çekiyor.” şeklinde görüş bildirirken, K31: Gastronominin Gaziantep ismini dünyaya duyurduğuna vurgu yaparak “Gastronomi Gaziantep'in bir marka kültürü ve miras değeridir. Şu an dünya çapında bir isme sahip, bunun Gaziantep imajı için çok önemli olduğunu düşünüyorum.” şeklinde görüş bildirmiştir. Benzer bir görüş bildiren K33: “Gastronomi şehri, dünyada mutfağı adıyla anılan tek şehir, mesela İtalyan mutfağı, Fransız mutfağı derler ama Türkiye mutfağı diye bir şey yok. Antep mutfağı var bu da insanların dikkatini çekiyor.” şeklinde görüş bildirerek Gaziantep'in dünyada adı mutfağıyla anılan tek kent olduğuna vurgu yapmaktadır. Katılımcı ifadeleri, Gaziantep'in gastronomi alanında

dünya çapında tanınmış bir marka haline geldiğini ve bu durumun şehrin imajını önemli ölçüde güçlendirdiğini vurgulamaktadır. Gaziantep mutfağının, dünyada adıyla anılan tek mutfak olduğu ve dünya genelinde büyük ilgi gördüğü belirtilmektedir. Bu durum, şehrin uluslararası alanda tanınırlığını artırarak turizm potansiyelini güçlendirmekte ve şehrin imajını olumlu yönde etkilemektedir. Ayrıca, Gaziantep'e gelmeyi hayal eden birçok kişinin bulunduğu ve gastronomi şehri olarak bilinmenin şehre olan ilgiyi artırdığı ifade edilmektedir.

İmaj kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **sanayi bölgesi avantajıdır (33)**. Gaziantep'in sanayi şehri olmasının getirdiği avantajlar, katılımcıların görüşlerinde önemli bir yer tutmaktadır. Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K4: *“Gaziantep bir sanayi kenti ve sanayinin bölgenin gelişmesine oldukça katkısının olduğunu düşünüyorum. Gaziantep bu yıl 8 milyar dolarlık bir ihracat planlıyor ki bu durumun gerçekleşmesinde aslan payın sanayi sektöründe olduğunu düşünüyorum.”* şeklinde görüş bildirirken, K10: *“Birde alternatif olarak bizim burada bir kommeşil turizm dediğimiz bir ticaret turizmi var yine sanayi ile bağlantılı olarak kommeşil turizm dediğimiz çünkü insanlar buraya alışverişe de geliyor, ticaret için geliyor mal almaya geliyor, mal satmaya geliyor buda çok ciddi bir turizm hareketi oluşturuyor.”* sanayi kenti olmanın kentin turizmini canlandırdığını ifade etmektedir. K6: *“Gaziantep ciddi bir sanayi şehri doğa şehri bu yüzden sürekli bir festival oluyor bir şeyler yapılıyor, sanayici dediğin adam zengin adamdır buraya fuara gelir ama çıkar yemeğini yer, hediyelik eşyasını alır, baklava alır yani gezer.”* şeklinde görüş bildirirken sanayi amaçlı bölgeye gelen insanların kentin kültürel değerlerine talep gösterdiğini ifade etmektedir. Katılımcı ifadeleri, Gaziantep'in sanayi kenti olması, kentin ekonomik ve turistik potansiyelini güçlendirmekte ve çeşitli avantajlar sağladığına vurgu yapmaktadır. Sanayinin bölgeye olan katkıları, yüksek ihracat rakamlarıyla da açıkça görülmektedir. Ayrıca, bu sanayi faaliyetlerinin yanı sıra "kommeşil turizmi" olarak adlandırılan ticaret turizmi de kentin ekonomik dinamiklerine olumlu katkılar sağlamaktadır. Sanayi sektörüne yönelik ticari faaliyetlerin yanı sıra, şehirde düzenlenen festivaller ve

etkinlikler de sanayicilerin ve ticaret için gelen ziyaretçilerin kent kültürünü ve değerlerini tanımalarını sağlayarak turizmi desteklemektedir. Bu şekilde, sanayi kenti kimliğiyle birlikte Gaziantep, ekonomik ve turistik anlamda önemli bir merkez haline gelmiştir.

K27: *“Antep’te ağırlık sanayidir, bizim belki şu an lokomotifimiz halı sanayi Antep’teki, dünyada metaaj olarak en çok üretilen yer Gaziantep o bir artıdır bunun yanında tekstil var, dünyanın ilk 500 kuruluşunda olan Sanko holding gibi bir değerimiz var e bunlar hep arttı şeyler Antep imajı için.”* şeklinde görüş bildirirken, K21, bu konuya yönelik görüşünü: *“Bugün Gaziantep 2 milyon nüfuslu bir şehir, yani şeyler, Suriyeliler hariç diyelim 2 milyon nüfuslu 6 organize sanayisi bulunan bir sanayi şehri, Türkiye'nin en büyük üçüncü ihracatçı şehri, yani buda Gaziantep’in bilinirliğini arttırıyor.”* şeklinde ifade etmektedir. K26 ise: *“Gaziantep deyince insanların aklına sanayi geliyor ticaret geliyor, ipek yolu geliyor. Bu anlamda Gaziantep stratejik bir konuma da sahip konum itibariyle çok değerli.”* Gaziantep’in insanların aklına sanayi ile geldiğine vurgu yaparken, K22: *“Gaziantep Güneydoğu bölgesinin en gelişmiş sanayisi ile ekonomisi ile en gelişmiş kentlerinden bir tanesi.”* şeklinde görüş bildirmiştir. Katılımcı ifadeleri Gaziantep'in sanayi alanında önemli bir konuma sahip olduğunu ve bu durumun şehrin imajını olumlu yönde etkilediğini vurgulamaktadır. Şehir, halı ve tekstil gibi sektörlerde öne çıkmakta olup, Sanko Holding gibi önemli kuruluşlara ev sahipliği yapmaktadır. Bununla birlikte, Gaziantep'in 6 tane organize sanayi bölgesine sahip olduğu ve Türkiye'nin en büyük üçüncü ihracatçı şehri olduğu belirtilmektedir. Bu durum, Gaziantep'in ulusal ve uluslararası arenada tanınırlığını arttırmaktadır. Ayrıca, Gaziantep'in stratejik konumu ve ipek yolunun geçiş güzergahında bulunması, şehre ekonomik ve tarihi açıdan büyük değer katmaktadır. Bu ifadeler, Gaziantep'in sanayi ve ticaret alanındaki başarısının şehrin prestijini ve ekonomik gücünü artırdığını göstermektedir.

Bununla birlikte K32, bu duruma farklı bir açıdan yaklaşarak: *“Gaziantep, sanayisiyle öne çıkan bir şehir. Dışarıdan birçok kişi, sanayi amaçlı Gaziantep'e geliyor. Sanayiciler arasında karşılıklı iş bağlantıları kuruluyor, birbirlerine*

*hediyeler alıp veriliyor. Antep'li sanayicilerde, el sanatı olarak sedef kutu hediye etseler, bakır işlemeli el ürünleri verseler hem kalıcı bir şey yani, elli yıl kalır hem de Antep'i temsil eder, Antep'in imajına, bilinirliğine katkı sağlar diye düşünüyorum.”* şeklinde görüş bildirirken, K8: “*Gaziantep'in sanayi kenti olması nedeniyle ön planda olması bir avantaj, buradaki iş adamlarımız, zenginlerimiz kültürel miras değerlerinin sürdürülebilirliği ile ilgili projelerde yer alabilirler.*” şeklinde görüş bildirmiştir. K20, ise: kentteki kültürel miras değerlerinin sanayiciler tarafından fark edilmesinin sağlanması gerekliliğine dikkat çekerek görüşünü “*Sanayici geldiğinde sanayide görüşmesini yapıp uçağına biner gider ama kültürel miras turizmi etkin hale getirilirse o insanlar şehre çekilirse hem alışveriş imkânı daha çok doğar gittiğinde anlattığında arkadaşlarının da turizm amaçlı gelmesini sağlar. Çünkü insanlar artık bu betonlardan bıktı yani beton yığınaklardan bıktı. Kültürel miras turizmin olmazsa olmazı olan eski, nostalji, kültürel zamanlarını arıyorlar, bende mesela gittiğim şehirlerin eski yerlerini görmek istiyorum o yüzden kültürel miras turizm de çok önemli.*” şeklinde ifade etmiştir. K38: “*Sanayi turizmi çok gelişmiş burada yani senede 3-4 defa fuar yapılıyor ve bu fuar Antep'i doldurup boşaltıyor öyle yoğun oluyor ve yurtdışından çok fazla kişi geliyor. Bu gelenler burada sadece fuara gitmiyor ki burada gezmesi gereken bütün kültürel miras değerlerimizi yani hepsini olmasada, müzeleri, antik kentleri gezip de gidiyorlar.*” şeklinde görüş bildirmiştir. Katılımcı ifadelerinde Gaziantep'in sanayi kenti olarak öne çıkmasının yanı sıra kültürel mirasının da vurgulanması, şehrin çift yönlü zenginliğini ortaya koymaktadır. Sanayi faaliyetlerinin yoğunluğu, iş bağlantılarını artırarak şehrin ekonomik açıdan güçlenmesine katkı sağlarken, aynı zamanda sanayi amaçlı gelen iş adamlarının kültürel miras değerlerini farketmesiyle kültürel miras turizm potansiyeli geliştirilebilir. Bu durum, Gaziantep'in imajını ve tanınırlığını artırarak, şehrin ekonomik kalkınmasına olumlu katkıda bulunabilir.

Öte yandan K7: “*Gaziantep Türkiye'nin yükselen yıldızı sanayisiyle gerçekten belli iller arasında ön sıralarda yer aldığına inanıyorum ama şehirler artık sadece sanayileri ile ekonomileriyle ön plana çıkmak yerine kendilerine ait olan kimlikleriyle de ön plana çıkmaya çalışıyorlar. Bizim de hedefimiz sanayimizle, kültürel miras değerlerimizle, tarımsal ürünlerimizle Gaziantep kimliği ile ön plana*

*çıkarmak. Dünya da kültür turizmi anlamında kendi kimliğimize sahip çıkarak o platformda yerimizi almak için gayret ediyoruz.”* şeklinde görüş bildirirken, katılımcı ifadesi Gaziantep'in sanayi alanındaki başarısının yanı sıra şehrin kültürel mirasını ve kimliğini ön plana çıkarma çabasını vurgulamaktadır. Gaziantep, sadece ekonomik açıdan değil, aynı zamanda zengin kültürel değerleriyle de dikkat çekmektedir. Şehrin hedefi, sanayi, kültürel miras ve tarımsal ürünler gibi çeşitli unsurları bir araya getirerek kendine özgü bir kimlik oluşturmak ve kültürel miras turizminde önemli bir yer edinmektir. Bu yaklaşım, şehrin sadece ekonomik büyümesine değil, aynı zamanda kültürel zenginliğine ve tanınırlığına da odaklanarak sürdürülebilir kalkınmayı desteklemektedir.

İmaj kategorisinde katılımcıların yoğun görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **kültürel çeşitlilik ve tarihi zenginliktir (17)**. Gaziantep'in imajını şekillendiren önemli unsurlardan birisi olan kültürel çeşitlilik ve tarihi zenginlik, şehrin algılanışını ve tanıtımını güçlendirmektedir. Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K6: *“Gaziantep tarih boyunca Anadolu’da kurulan ve Anadolu’ya egemen olan tüm devletler için önemli bir merkez olmuştur. Turistik açıdan cezbedici ve kültürel miras açısından oldukça zengin bir destinasyon konumundadır.”* şeklinde görüş bildirirken, K29, bu konudaki görüşünü: *“Zeugma’yla dünyada imajınız düzeliyor, panorama müzesiyle dünyanın prestijli panorama müzeleri arasında yer almaya çalışıyoruz. Müzelerle, şehirle kültürümüzle, mirasımızla sanayimizle tabii ki uluslararası kültürel miras da bunların sadece bir parçası. İnsanlar, sanayi şehri olarak bildiği bir yerin bu kadar zengin bir kültüre sahip olduğunu bu kadar yemek kültürü ile müze kültürüyle, kültürel miras zenginliklerini gördüğü zaman tabii ki bölgenin imajına da büyük katkısı olacak.”* şeklinde ifade etmektedir. K1, ise: *“Coğrafya kaderdir diyor ya İbni Haldun, burası Mezopotamya’daki Bereketli Hilal’in olduğu yer, insanlar bunu kaçırmıyorlar. Günümüzdeki bazı olumsuz hareketlerden dolayı bunu görmüyorlar. Oysa burası güneşin doğduğu yer, burası Mezopotamya bereketli hilalin tam ortasındayız kıyısında yer arıyoruz yani bunu değerlendirmek lazım.”* şeklinde bir görüş bildirmiştir. Katılımcıların görüşlerinden anlaşıldığı üzere, Gaziantep tarih boyunca önemli bir merkez olmuş ve bu tarihi

zenginliğini günümüze kadar taşımıştır. Özellikle Zeugma gibi önemli tarihi ve kültürel mirasa sahip alanlar, şehrin uluslararası alanda tanınırlığını artırmaktadır. Katılımcılar, şehrin sadece sanayi kenti olarak değil, aynı zamanda kültürel mirasıyla da öne çıkması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu mirasın tanıtımıyla birlikte Gaziantep'in imajının güçleneceği ve turizm potansiyelinin artacağı belirtilmektedir. Ayrıca, coğrafi konumunun da bu zenginliğe katkı sağladığı ve bu potansiyelinin daha fazla değerlendirilmesi gerektiği ifade edilmektedir. Bu kapsamda katılımcı görüşleri, Gaziantep'in sadece sanayi şehri olarak değil, aynı zamanda kültürel ve tarihi bir destinasyon olarak da algılanması gerektiğini vurgulamaktadır

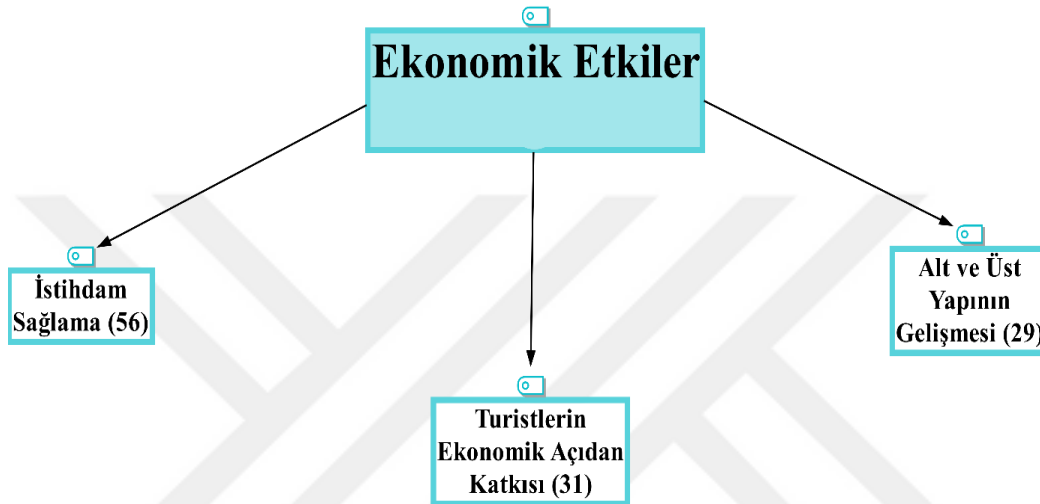
K3: *“Mezopotamya'ya olan yakınlığımız ve bir geçiş güzergahı olmamız, bölgede büyük bir kültürel birikimi barındırdığımızı gösteriyor. Anadolu'nun her bölgesi kültürel miras açısından önemli olsa da, Gaziantep bu açıdan öne çıkıyor. Mezopotamya'ya olan yakınlığımız tarihsel, siyasal, ekonomik ve sosyal açıdan etkileşim içinde olduğumuzu gösteriyor. Gaziantep, bu zengin birikimi tarih boyunca yaşamış ve günümüze kadar taşımıştır. Özellikle prehistorik dönemlere kadar uzanan kültürel geçmişi, şehrin kültürel mirasının derinliğini ortaya koyduğunu söyleyebilirim. Bu açıdan baktığımızda turizm, bu kültürel mirası keşfetme isteğini artırıyor ve Gaziantep'in bu anlamda zengin olduğunu gösteriyor. Zeugma Antik Kenti, Yesemek Açık hava Heykel Atölyesi, Karkamış Antik Kenti gibi yerler, şehrin kültürel mirasını tanıtmak için önemli birer örnek teşkil ediyor. Bu açıdan kültürel miras turizmi, Gaziantep'in turizm imajını güçlendiriyor bence ve tabii ki kente ekonomik katkı sağlıyor.”* şeklinde görüş bildirirken, K8, ise bu konudaki görüşünü: *“Gaziantep Mezopotamya için çok önemli bir destinasyon yani kervanların geçiş yolu üzerinde bulunuyordu. Dolayısıyla da bütün medeniyetlerden birtakım kalıntıların birtakım eserlerin bulunduğuna eminim tabii bunlar zaman zaman kazı sırasında ya da herhangi bir yerin gün yüzüne çıkarılması sırasında tekrardan gündeme gelecek ya da oradan farklı şeylerin çıkabileceğini düşünüyorum.”* şeklinde ifade etmektedir. Benzer bir görüş bildiren K10: *“Gaziantep birçok kültürel mirası da bünyesinde barındıran ta alt Paleolitik dönemden günümüze kadar kesintisiz olarak iskân görmüş bir yerleşim yeridir. Adeta bir açık hava müzesi gibidir. Bu tarihi çağların hemen hemen bütün kültürel mirasına yönelik örnekleri günümüzde*

*bir açık hava müzesi şeklinde şehrin değişik yerlerini görebilmekteyiz, deneyimleyebilmekteyiz.*” şeklinde görüş bildirmektedir. Katılımcıların ifadelerinden anlaşıldığı üzere, Gaziantep Mezopotamya'ya olan yakınlığı ve tarih boyunca bir geçiş güzergahı olması sebebiyle zengin bir kültürel mirasa sahip bir şehirdir. Bu miras, tarih boyunca süregelen etkileşimlerin bir ürünüdür ve şehrin yaşamıyla bütünleşmiştir. Özellikle prehistorik dönemlerden günümüze kadar uzanan kesintisiz iskan, Gaziantep'i adeta bir açık hava müzesi gibi yapmıştır. Turizm, bu zengin mirası keşfetme isteğini artırarak şehrin tanıtımına ve turizm imajına olumlu katkı sağlamaktadır. Zeugma Antik Kenti, Yesemek Açık hava Heykel Atölyesi, Karkamış Antik Kenti gibi yerler, bu zenginliğin önemli örnekleridir ve şehrin kültürel mirasını tanıtmak için kritik bir rol oynamaktadır. Ayrıca katılımcı ifadelerinde Gaziantep'in sadece bir sanayi şehri olarak değil, aynı zamanda zengin kültürel mirasıyla da ön plana çıkan bir destinasyon olduğunu vurgulamaktadır.

Öte yandan K39, konuyu farklı bir bakış açısıyla değerlendirerek: *“Burası Mezopotamya burası ipek yolunun geçtiği yer. Buranın her yeri kültürel miras el sanatları eşsiz değerler önce bu değerlerin farkına varılmalı evet Gaziantep sanayi kenti ama artık devletler devamlılığını sürdürmek için çeşitlendirmeye gidiyor, bu kadar kültürel değer varken niye sadece sanayi ya da yemek içmek gastronomi ön plana çıkarılıyor. Gaziantep de bulunan bu kültürel miras değerlerinin yarısı başka bir yerde olsa orası ihya olur. Yani plan lazım ama daha önce bu değerlerin turizme kazandırılmak istenmesi lazım bunun içinde bir turizm master planının olması şart yoksa yerinde sayarsın gelmesi gereken insanın onda biri gelince de buraya turist geldi diye mutlu olup köşende oturursun.”* şeklinde görüş bildirmiştir. Katılımcı bu görüşüyle Gaziantep'in Mezopotamya'da bulunması ve tarihi ipek yolunun geçtiği bir konumda olmasının, şehrin zengin kültürel mirasına işaret ettiğini ve bu mirasın turizm açısından değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Ayrıca kültürel miras turizm potansiyelinin artırabileceği bu kapsamda şehrin çeşitlendirilmiş bir turizm stratejisine ihtiyaç duyduğunu belirtilmektedir. Katılımcı bu görüşüyle Gaziantep'in sadece sanayi odaklı bir imajdan çıkarak kültürel zenginliklerinin ön plana çıkarılması gerektiğini ifade etmektedir.

### 5.3.4. Ekonomik Etkilere Yönelik Bulgular

Bölgesel gelişime etkisine yönelik faktörler temasının bir diğer kategorisi olan **ekonomik etkiler (116)** kategorisi Şekil 4.16'da görüldüğü üzere 3 alt kategoriden oluşmakta olup bunlar; istihdam sağlama (**56**), turistlerin ekonomik açıdan katkısı (**31**), alt ve üst yapının gelişmesi (**29**) şeklindedir.



Şekil 4.16. Bölgesel Gelişmeye Katkısına Yönelik Ekonomik Etkiler Kategorisi

Gaziantep'in ekonomik etkileri kategorisinde, katılımcılar tarafından yoğun görüş bildirilen alt kategorilerden birisi **istihdam sağlamadır (56)**. Gaziantep bölgesinin çeşitli kültürel değerlere sahip olduğunu ve bu değerleri kültürel miras turizmine kazandırmasıyla bölge istihdamının olumlu yönde katkı sağladığını ifade etmişlerdir. Konuyla ilişkili katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K31: “Çok etkili tabii ki, el sanatları gelişince oradaki istihdam arttı, gastronomi ve turizm birleşince işte restoranlardaki sayı arttı mesela Turizm Meslek Lisesi'ndeki çocuklar mezun olunca iş bulamıyorlardı ama şimdi rahatlıkla iş buluyorlar bölgede kültürel miras turizminin gelişmesi tabii ki istihdama katkı sağlıyor.” şeklinde görüş bildirirken, K1: “Bölge istihdamına katkısı çok fazla, gastronomi başta olmak üzere, rehberler olmak üzere, otel çalışanı olmak üzere inanılmaz bir katkı sağlıyor. Tabii insanlar sadece gelip gezmediler, gezerken alışveriş yaptılar nasıl ifade edeyim, Antep'in gıdalarından aldılar, bulgur aldı, simit aldı, baklava aldı orda çalışan insanlar var domino taşı gibi, kelebek etkisi gibidir

*burada bir şey bir şeye bahane olur ve bir sektör 10 sektörün birden istihdamına katkı sağlayabilir, Gaziantep'teki kültürel miras turizmi de böyle bir şey.”* Şeklinde görüş bildirmiştir. K3, ise bu konudaki görüşünü: *“Genel olarak kültürel miras turizminin istihdama büyük bir katkısının olduğunu biliyoruz. Bu noktada Gaziantep özelinde de baktığımızda tabii ki bu kültürel miras değerlerinin turistlerin ya da halkın hizmetine sunulduğu andan itibaren orada birilerinin o alanda hizmet sunması gerekiyor, turizm hizmet sektörü, bu sebeple turizmin olduğu her yerde istihdam mutlaka olacaktır, Gaziantep için de bu geçerlidir, yiyecek içecek işletmelerine baktığımızda evet istihdam olayı fazla ancak şunu da unutmayalım, Gaziantep'e baktığımızda Gaziantep'te yer alan özellikle konaklama işletmeleri de bu anlamda istihdam anlamında önemli bir potansiyele sahip.”* şeklinde ifade etmiştir. Katılımcı görüşleri, Gaziantep'te kültürel miras turizminin istihdama önemli katkılar sağladığını vurgulamaktadırlar. Özellikle el sanatları, gastronomi ve turizmin birleşmesiyle artan istihdam, şehirdeki ekonomik canlılığı desteklemektedir. Turizm Meslek Lisesi mezunlarının iş bulma olanaklarının artması ve bölgedeki kültürel mirasın turizme kazandırılmasıyla iş imkanlarının çeşitlenmesi belirtilmektedir. Restoranlardaki istihdamın artması, gastronomi ve turizmin şehirdeki etkisini yansıtmaktadır. Ayrıca, alışverişin artmasıyla birlikte diğer sektörlerin istihdama katkısının da arttığına dikkat çekilmektedir. Gaziantep'in kültürel mirasının hizmet sektöründe istihdam yaratma potansiyeline sahip olduğu vurgulanmaktadır. Ayrıca katılımcı ifadeleri, Gaziantep'te kültürel miras turizminin ekonomik büyümeye katkı sağladığını ve istihdamı desteklediğini ortaya koymaktadır.

K4: *“Kültürel miras turizminin bölge istahdamına katkısı olduğunu düşünüyorum. Özellikle gastronomiyle birlikte gelen turist sayısında bir artış oldu buda tabi ki istihdama yansıdı yansımaya da devam edecek.”* şeklinde görüş bildirirken, K6: *“Kültürel miras turizmin özellikle Gaziantep kent merkezinde istihdama katkısı yüksek.”* şeklindeki ifadesi bu görüşü destekler niteliktedir. K10 ise ailerin çocuklarını bu alana yönlendirdiğine değinerek: *“Gaziantep'te kültürel miras turizminin gelişmesiyle birlikte hizmet sektöründe önemli bir istihdam potansiyeli ortaya çıktı. Kültürel miras turizminin sektör olarak gelişmesi, insanların bu işten para kazandıkça yönelmeleri yani çocuklarını okutuyorlar eğitiyorlar*

*yönlendiriyorlar. Yeni oteller açılıyor yada el sanatlarının hediyelik ürünlere dönüştürülmesi gibi girişimler, istihdama ciddi katkı sağlıyor diyebilirim.”* şeklinde görüş bildirmektedir. Benzer bir görüş bildiren K7, bu konudaki düşüncesini: *“Artık turist fazla geldiğinden dolayı istihdam da yani birbiriyle bağlantılı olarak artıyor. Mesela müzeler yoktu, şu anda müzeler var, müzelerde çalışan insanlar var işte turizme kazandırılmamıştı mesela buralar daha az insan yaşıyordu ama şuan da turistler var. Öyle olunca için kafesiydi oteliydi ee onlar açıldığından dolayı tabii ki istihdama olumlu katkısı oldu.”* şeklinde ifade etmektedir. Katılımcı görüşleri, Gaziantep'teki kültürel miras turizminin bölgedeki istihdama önemli katkılar sağladığını vurgulamaktadır. Özellikle gastronomiyle birlikte artan turist sayısının istihdama olumlu yansımaları olduğu belirtilmektedir. Kent merkezindeki kültürel miras turizminin istihdama katkısının yüksek olduğu da ifade edilmektedir. Ayrıca, turizmin gelişmesiyle birlikte hizmet sektöründe ortaya çıkan istihdam potansiyeli üzerinde durulmaktadır. Yeni otellerin açılması, el sanatlarının hediyelik ürünlere dönüştürülmesi gibi girişimlerin istihdama olumlu etkileri olduğu belirtilmektedir. Turist sayısındaki artışın müzelerde çalışan insan sayısını da artırdığı ve bu şekilde istihdama katkı sağladığı ifade edilmektedir. Ayrıca katılımcılar ifadelerinde, Gaziantep'te kültürel mirasın turizm açısından öneminli olduğuna ve istihdama katkısı olduğunu vurgulamaktadırlar.

Öte yandan K35: *“Çok ciddi bir katkısı var özellikle hizmet sektöründe çalışanlarda önemli bir istihdam katkısı var. Eğer Gaziantep kültürel değerlerine yeteri kadar sahip çıkıp Gaziantep'e hak ettiği turistleri getirebilse organize sanayinin, ticaretten elde ettiği gelirin kat ve kat fazlası gelir elde edebilme imkânı var ve bu çok daha fazla sayıda insanın istihdamını kadınların, çocukların, gençlerin istihdamını beraberinde getirebilecek bir çalışma ama gene işte planlama olmayınca bunlar olamıyor, ama şeyi kıyaslarsanız işte 30 yıllık bir perspektifte geriye doğru bakarsanız 30 yıl öncesi ile bugün kültürel değerlere sahip çıkılması anlamında kültürel miras turizmi açısından kentin geldiği nokta, turizm altyapısı açısından, seyahat acentaları açısından, otobüs firmaları, uçak sayıları, oteller, restoranlar açısından çok ciddi mesafe kat edildi, olması gereken yerde mi değil ama çok ciddi mesafe kat edildi.”* şeklinde görüş bildirirken, K27: *“Kentimizde çok sayıda yiyecek*

*işletmesi var buralarda elamanlar çalışmakta aynı şeyi el sanatları içinde söyleyebilirim mesela bakırcılar çarşısında birçok esnaf var yine bu esnafların yanlarında elemanlar çalışmakta.”* ifadesinde esnafların ve zanaatkârların yanında çalışan elamanların olduğuna değinirken, K36: *“Antep içerisinde şu an tam sayı bilmiyorum ama 30'un üzerinde butik otel var işte bu eski restore edilip kullanıma açılan bütün tarihi eserlerde yani sonuçta turist geldikçe burası ciddi bir hizmet sektörü ve ciddi bir istihdam yaratıyor. Nitelikli işgücü oluşmaya başladı yavaş yavaş, zaman istiyor belki biraz, hizmet sektörü çok ayrı bir konu ama yavaş yavaş ben oluştuğunu düşünüyorum.”* şeklinde görüş bildirirken nitelikli iş gücünün de oluşmaya başladığına dikkat çekmektedir. Katılımcı görüşleri, Gaziantep'te kültürel miras turizminin önemini ve bu turizm türünün istihdama olan olumlu etkilerini vurgulamaktadırlar. Özellikle hizmet sektöründe çalışanların sayısında önemli bir artış olduğu ve bu durumun kente önemli bir istihdam katkısı sağladığı belirtilmektedir. Ayrıca, esnafların ve zanaatkârların yanında çalışan elemanların sayısında artış yaşandığı ve nitelikli iş gücünün oluşmaya başladığı belirtilmektedir. Kentin turizm altyapısının gelişmesiyle birlikte oteller, restoranlar ve seyahat acentalarının sayısında da önemli bir artışın olduğu vurgulanmaktadır. Ayrıca katılımcı ifadeleri, Gaziantep'in kültürel mirasının turizm açısından kent ekonomisine ve istihdama olan katkısını ortaya koymaktadır.

K37: *“İstihdama katkısının %30 oranında olduğunu düşünüyorum. Müzeler açıldıkça istihdam sağlanıyor, tabi bu çok küçük bir örnek ama yeni işletmeler açılınca işte 1000 kişilik bir restoran açıldı mecburen burada 100-150 kişi çalışmak zorunda istihdam yaratıyor, yeni restoranlar, yeni oteller açıldıkça, en son büyük bir otel açıldı mesela bu da çok büyük bir istihdam oranı sağladı.”* şeklinde görüş bildirirken, K38 ise: *“Kültürel miras turizmine yönelik turlar son 3-4 senedir arttı, bu kültürel turların artması otomatikman vatandaşı, esnafı yani konaklama ve restoranları güzel yönde etkiledi, doğal olarak müşteri artınca istihdam da artmış oldu ve çeşitlilik de artmış oldu aslında. Gaziantep'te istihdamın büyük bir oranı sanayide, sanayiden sonra hizmet sektörü geliyor ondan sonrada tarım sektörü geliyor bence.”* şeklinde görüş bildirirken, kent istihdamında hizmet sektörünün önemli bir yeri olduğunu belirtmektedir. Katılımcı ifadeleri, Gaziantep'te kültürel

miras turizmi ve yeni işletmelerin açılması gibi faktörlerin istihdama önemli katkılar sağladığını göstermektedir. Özellikle müze açılışları, büyük restoran ve otel projeleri gibi girişimler, bölgede istihdamın artmasına öncülük etmektedir. Kültürel turların artmasıyla birlikte konaklama ve restoran sektörlerinde talep artışı gözlemlenmiş ve bu durum istihdamda çeşitliliğin artmasına yol açmıştır. Gaziantep'teki istihdamın büyük bir kısmı sanayi sektöründen gelirken, hizmet sektörünün de önemli bir istihdam kaynağı olduğu belirtilmektedir. Bu durum, şehrin ekonomik çeşitliliğini ve istihdam potansiyelini vurgulamaktadır.

Ekonomik etkiler kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **turistlerin ekonomik açıdan katkısıdır (31)**. Katılımcılar bölgeye turistlerin Gaziantep ekonomisine katkısı olduğunu, Gaziantep'in ekonomik canlılığına önemli bir ivme kazandırdığını ifade etmişlerdir. Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K40: *“Bence buraya gelen turistler ekonomik açıdan üst düzey katkı sağlıyorlar.”* şeklinde görüş bildirirken K11: *“Çok ciddi katkı sağlıyor, çünkü turizm bacasız sanayi birçok iş koluna can suyu sağlıyor, lokantalar olsun işte bu bakırcılar olsun şu yerdeki biber yetiştiren insana kadar etkisi var ekonomik girdi sağlanıyor. Bizim bu değerlerimiz hep ekonomik anlamda gelire dönüyor mesela baklavanın ciddi bir artı değeri var. Baklavayı yapmaya çalışan bir ton insan var onların artı değer sağlıyor çünkü buraya gelen turistler giderken akrabalarına, arkadaşlarına hediye olarak baklava alıp gidiyorlar. Merkeze çok ciddi katkı sağladığını düşünüyorum ilçelere kısmen genelde merkezde bütün olay olup bitiyor ilçelerde yok desek yeridir yani.”* şeklinde görüş bildirerek bölgeye gelen turistlerin özellikle baklava ilgi gösterdiklerini ifade etmektedir. K35, ise bazı alanların turizme kazandırılmasıyla canlılık kazandığına değinirken *“Rum Kale bölgesinde mesela ordaki halkta biraz tabi bilinçlendi turizm getirdiği ekonomik durumdan dolayı güzel yerler yapıldı, oteller yapıldı, güzel kafeteryalar yapıldı suyun kenarında özellikle de buraları ziyaret eden turistler oradaki esnafa güzel para bırakıyor.”* şeklinde görüş bildirmektedir. Katılımcı ifadeleri, ifadelerinden anlaşıldığı üzere, turistlerin Gaziantep'e ekonomik açıdan sağladığı katkılar oldukça önemlidir. Turizm, bölgedeki çeşitli sektörlerle can suyu olmakta ve ekonomik gelişmeye önemli bir

ivme kazandırmaktadır. Özellikle baklava gibi yöresel ürünlere olan ilgi, bölge ekonomisine olumlu yönde yansımaktadır. Turizmin canlandırıldığı bölgelerde yeni işletmelerin açılması ve hizmet sektörünün gelişmesi, yerel esnafa olumlu katkı sağlamaktadır.

*K20: “Kültür turlarıyla gelen turistler iyi katkı sağlıyor, işte şehir otelinde konaklıyor, yemek yiyor, alışveriş yapıyor, baklava alıyor, fıstık alıyor kentte bir hareketlilik getiriyor, ciddi para bırakıyor.”* şeklinde görüş bildirirken, K19, bu konuya yönelik görüşünü: *“Gaziantep’te ayakkabı, giyecek yemeni vardır keçi derisinden yapılan el dikim bunlar da bitmek üzereydi bir iki esnaf kalmıştı ama bunları yerli ve yabancı turistlere sergilemekle tanıtmakla turistler bunları almaya başladı ilgilerini çekmeye başladı ve bu sefer ekonomik getirisi oldu katma değeri arttı. Bitmek üzereyken bir iki esnaf kalmışken bugün hem yemeni konusunda hem kutnu kumaşı konusunda on beş yirmi tane esnaf oluştu ve gelen yabancılarda yerli ve yabancı, yabancı pek zaten gelmiyor da alıyorlar o yüzden turistlerin katkısı var, mesela Aba dediğimiz giysiler de öyle şu anda dokuyanda piyasada kullanan da kalmadı ama bir ilgili çıkar onu tekrar üretmeye başlar piyasa sürer keçe gibi onun diğer türevlerini yapar turizme kazandırır, bu abayı giyen veya ona para bağlayan kişiler olur, tarihi değerler böyledir.”* şeklinde ifade etmektedir. Katılımcıların görüşleri, kültür turlarıyla gelen turistlerin Gaziantep'e ekonomik açıdan önemli katkılar sağladığını vurgulamaktadır. Turistlerin bölgede konaklaması, yerel yemekleri denemesi, alışveriş yapması ve yöresel ürünleri satın alması, şehirde bir hareketlilik ve ekonomik canlılık oluşturmaktadır. Ayrıca, turistlerin ilgisini çeken yerel el sanatları ve kültürel ürünler, yerli esnafın yeniden canlanmasını sağlamış ve ekonomik değerlerin artmasına katkıda bulunmuştur. Turistlerin ilgisiyle yerel ürünlerin tekrar popüler hale gelmesi, bölgedeki girişimcilerin ve esnafın ekonomik açıdan daha güçlü bir konuma gelmesini sağlamıştır. Bu durum, turizmin Gaziantep'in ekonomisindeki önemli bir aktör olduğunu ve yerel kültürün ekonomik değerinin artırılmasında etkili olduğunu göstermektedir.

*K33: “Gelen turistler, müzelerin sürdürülebilirliğine katkı sağlıyor, açılan turizm işletmelerine katkı sağlıyor, otellerimiz dolu en son mayıs ayında Antep'teki otellerde misafirlerimizi yatıracak yer bulamamıştık. Ramazan Bayramı sürecinde*

sonrasında yani otellere genel anlamda bu kadar insan geldiği zaman ister istemez taksicisi kazanıyor, hediyelik eşyacıları kazanıyor restorandı kazanıyor şehirde genelde sinerji yarattığını düşünüyorum.” şeklinde görüş bildirirken, katılımcı ifadesi, turistlerin Gaziantep'e getirdiği ekonomik katkıları çeşitli açılardan vurgulamaktadır. Özellikle yoğun dönemlerde otellerde yer bulma sıkıntısı yaşanması, şehirdeki ticari faaliyetlerin canlanması için bir gösterge olarak ele alınabilir. Turistlerin gelmesiyle birlikte taksicilerden hediyelik eşya satıcılarına, restoranlardan genel ticaret faaliyetlerine kadar birçok sektörde bir canlanma yaşandığı ifade edilmektedir. Bu durum, turizmin Gaziantep'in ekonomik dengesine önemli katkılar sağladığını ve şehirde genel bir sinerji yarattığını göstermektedir.

Ekonomik etkiler kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **alt ve üst yapının gelişmesidir (29)**. Katılımcılar kültürel miras turizminin Gaziantep'te bulunan çeşitli alt ve üst yapı çalışmalarına katkısı olduğunu ifade etmişlerdir. Konuyla ilişkili katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K31: “Bizim şu anda Dülük Antik Kentinde bir çalışmamız var. Kaya mezarlarının olduğu alanda bir çevre düzenlemesi yapıyoruz. Orası zaten ziyarete açıktı ama daha nezih bir ortamda işte kafesiyle işte gezi yollarıyla, çeşitli düzenlemelerle orayı da turizme kazandırmak hedefimiz, Kültür Rotasına onun da alınması için gerekli çalışmaları yürütüyoruz.” şeklinde görüş bildirirken, K6, bu konudaki görüşünü: “Konuya kültürel miras turizminin ihtiyaç duyduğu altyapı ve üstyapı çalışmalarındaki eksiklikler nelerdir diye bakarsak daha doğru bir bakış olur belki, bunların katkısından ziyade da şeyde mesela Zeugma'da başarılı bir çalışma yapıldı. Bir giriş kapısı nizamiyesi oluşturuldu, benzer bir çalışma şu anda Karkamış'ta yapılıyor. Yesemek de önümüzdeki günlerde benzer bir çalışma yapılacak bir sponsor kuruluşu orada sanırım devreye girecek bu tip alanların gelişmesinde kültürel miras turizminin çok olumlu etkileri var.” şeklinde ifade etmektedir. Benzer bir görüş bildiren K30: Zeugma'ya gelen bir insanın arabasını park edebileceği, çayını, kahvesini içebileceği, ihtiyacını giderebileceği, hatta orda bir yemek yiyebileceği, oturup dinlenebileceği bir giriş karşılama merkezimiz var, bir kafeteryamız var. Orda bu tür hizmetleri sunabilecek bir tesisimiz var, Yine Rum Kale'de aynı şekilde, ayrıca Yesemek de Karkamış'ta da bunlar da yapılıyor şu anda

*devam ediyor çalışmalarımız.” şeklinde bir ifade de bulunarak bazı kültürel alanlarda çalışmaların devam ettiğine vurgu yapmaktadır. Katılımcı ifadeleri, kültürel miras turizminin gelişimi için yapılan altyapı ve üstyapı çalışmalarının önemini vurgulamaktadır. Özellikle antik kentlerde yapılan düzenlemeler ve turizme kazandırma çabaları, bu alanların daha cazip hale gelmesine ve turistlerin ilgisini çekmesine katkı sağlamaktadır. Zeugma, Karkamış ve Yesemek gibi önemli kültürel miras alanlarında yapılan altyapı çalışmaları, bu alanların ziyaretçilere daha iyi hizmet verebilmesine olanak tanımaktadır. Bu tür çalışmaların devam etmesi, bölgenin kültürel mirasını koruma ve tanıtma çabalarının sürdürülebilirliği açısından önemlidir.*

*K2: “Gaziantep özelinde konuşuyoruz malum, Gaziantep özellikle Büyükşehir Belediyesi'nin turizm alandaki yapmış olduğu çalışmalardan birisi de altyapı çalışmasını tastamam bitiriyor. Yani seyir terasına kadar, Rum Kale'nin seyir terasına kadar zaten şu an bu altyapı çalışmalarıyla ilgili hepsi turizmin hizmetine sunulmuş vaziyette olduğunu düşünüyorum. Bu durumu Dülük baba özelinde düşündüğümüzde şu anda diyelim ki eğer öyle bir çalışma yoksa şu an arabamıza binip Dülük babaya gidelim zaten otoparkı da vardır, orda restoranı var ben biliyorum kafeteryası var onu da biliyorum ya zaten bir sıkıntı yok ki orada arz unsurları duruyor.” şeklinde görüş bildirirken, K34, bu konuyu farklı bir durum üzerinden eleştirmektedir: “Üst yapının biraz daha böyle genişlemesi mesela şunu söyleyeyim geçen bayram sezonunda gelen insanlar konaklamada sıkıntı çektiler, günübirlik yakın illere gittiler, restoranlarda çok büyük sıkıntı çektiler yani inanın biz Antep'e geldik, aç gidiyoruz yani bu kelimeyi gastronomi şehri olan bu şehirde bu kelimeyi duymak beni üzdü. Dediğim gibi gelen insanlar Maraş'ta konakladılar Urfa'da konakladılar günübirlik gitti geldiler. Mesela üç günlük programı varsa üç gününü Antep'te kalamadı gece yakın illere gitti yakın illerde konakladı gündüz tekrar geri döndü geldi.” Katılımcı görüşlerinde, Gaziantep'in turizm altyapısındaki gelişmelerin ve altyapıdaki eksikliklerin önemi vurgulanmaktadır. Bir taraftan Büyükşehir Belediyesi'nin altyapı çalışmalarıyla turizme hizmet sunma çabaları öne çıkarken, diğer taraftan turistlerin konaklama ve restoran gibi üst yapı hizmetlerinde*

yaşadıkları sıkıntılar eleştirilmektedir. Bu durum, turizmin sadece altyapıyla değil, üst yapıyla da desteklenmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır.

#### 4.9.2.5. Sosyal Etkilere Yönelik Bulgular

Bölgesel gelişmeye katkısına yönelik faktörler temasının bir diğer kategorisi olan sosyal etkiler (25) kategorisi Şekil 4.17’ de görüldüğü üzere 2 alt kategoriden oluşmaktadır. Bunlar; kültür bilincine yönelik etkiler (14), misafirperverlik (11).



Şekil 4.17. Bölgesel Gelişmeye Katkısına Yönelik Sosyal Etkiler Kategorisi

Sosyal etkiler kategorisinde katılımcılar tarafından yoğun olarak görüş bildirilen alt kategorilerden bir tanesi **kültür bilincine yönelik etkilerdir (14)**. Katılımcılar kültürel miras turizminin Gaziantep’te yerel halkın kültür bilincine katkısına yönelik ifadelerinde yerel halkın çok fazla kültürel etkinliklere katılmadığını veya ilgi duymadığını ifade etmektedirler . Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K25: “Kültürel miras turizmi kapsamına istediğimiz kadar, belediyeler, valilikler veya bizler çalışma yapalım ama halkı bilinçlendirmek adına bir şeyler yapılmalı çünkü haberleri bile yok aaa orda müze mi vardı diyen çok kişi var. Yerel halk mesela il dışından gelen misafirlerini müzelere yönlendiriyorlar ama yönlendirmeyen, bilmeyen, kendisi bilmiyor ki kendi gelip şimdi Antep’te yaşıyorsun sen önce bir çıkarsın, bir gezersin ne var ne yok o zaman dışarıdan birisi sorduğunda yönlendirmen daha rahat olur.” şeklinde görüş bildirirken, K7, turistlerle etkileşim içerisine giren esnaflarında bilinçlenmesi gerektiğine dikkat çekerek: “Turist taksi şoförüne diyor ki bu kale çok güzel, ne zaman yapıldı acaba,

*şoför de diyor ki tabi tabi yüz senelik o kale diyor. Ben bir ara dedim ki ya bütün taksi şoförlerini toplayalım, bir konferans verelim, kültürel miras dünyaya ait miras demektir, bunun bilincinde olmayan insanlarla bir yere varamıyorsunuz ki, Nemrut'a çıktığımız zaman, insanlar Nemruttaki o muhteşem günbatımında eğer ee güneş her yerde böyle batıyor zaten diyorsa o insana gelmeyin o zaman kardeşim diyorum.”* şeklinde bir görüş bildirmektedir. K21, ise bu konudaki görüşünü: *“Kültürel miras turizminin tabii ki halka olumlu yönde dönüşleri oluyor. Sosyal anlamda turistik bölgeler daha çok ziyaret ediliyor, yerel halkla turist etkileşime giriyor, sohbet ediyor. Mesela Bakırcılar çarşısı bundan önce belki yabancı turist çok fazla gelmiyordu ama şu anda orası bölgeye gelen insanların ilk uğrak noktası diyebilirim. Şehir dışından veya yurt dışından gelen insanlar mutlaka bir bakırcılar çarşısına gidip oradan bir şeyler alıp orayı ziyaret etmek istiyor, giyim kuşamları farklı, konuşmaları farklı yani sosyal anlamda böyle bir katkısı var diyebilirim.”* şeklinde ifade etmektedir. Katılımcı görüşlerinde, kültürel miras turizminin yerel halkın bilinçlenmesi ve turistlerle etkileşimini artırma potansiyeline vurgu yapılmaktadır. Yerel halkın, şehirlerindeki kültürel mirasın farkında olması ve bu mirası turistlere aktif bir şekilde tanıtması, kültürel miras turizminin gelişimine önemli bir katkı sağlayabilir. Aynı zamanda, turistlerin kültürel mirasa olan ilgisi, bölgedeki esnafın iş hacmini artırabilir ve sosyal etkileşimi zenginleştirebilir. Bu noktada, yerel yönetimlerin ve paydaşların halkı bilinçlendirme çalışmalarına önem vermesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

K29: *“Turizmin güçlü kılınması için yerel yönetim ve yerel halkın çok bilinçli olması lazım. 2002'de 2005'te belediyeler bu işlere bakmadı. Hatta o zaman ki Belediye Başkanına, gidip anlattığımız da bize gülmüştü yani birkaç eserin etrafının açılması için yardım istemiştik çünkü mülkiyeti belediyeye aitti. Biz önce yerel yönetime idarecilere anlatamadık bunları, planlı bir şekilde halkla diyalog içinde gelinseydi, bilinçli bir şekilde yapılırdı, mesela batıda ki turizm bölgelerini görüyorsunuz, köylünün hepsi açmış dükkanını gelen insanlara bir şeyler sunuyor, Mersin'e gidiyorsun o cennet cehennemini oradaki bütün köylü evini kahvaltı salonu yapmış mesela burada önceki belediye başkanı, Bey mahallesini restore etti ama halk bilinçli olmadığı için oralar çok kötü hale döndü tekrar, şimdi Sanat Sokağı*

*projesinde tekrar o halkın bilinçlendirilip o restore edilen evlerin daha etkin hale getirmesine çalışılıyor, öncelikle halkın seminerlere bilinçlendirmesi lazım.”* şeklinde görüş bildirirken, benzer bir görüş bildiren K33, bu konuyu: *“Gaziantep’te yerel halkın kültürel miras hakkında bilinçlendirilmesi lazım, bunu söyleyebiliriz, bunu tüm insanları zan altında bırakarak söyleyemem ama genel anlamda hani %10 bile çıksa bu yine negatif bir sonuçtur. Sen bölgede ki örnek veriyorum 10 tane müzeyi yazalım, o müzelerin yerini biliyor musunuz, ismini biliyor musunuz? Hani bunun %100’e yakın çıkması gerekiyor ama %80 bile çıksa bu bir negatiftir. Çünkü bölgeye gelen insanlar soruyorlar, ben üzülüyorum o zaman, biz burayı zor bulduk diyorlar yani o zaman üzülüyorum ama kime soruyorlar şu an o bölgelerde kimler var, çok fazla Suriyeli nüfus var, onlara soruyor, onlar da bilmiyor.”* Şeklinde değerlendirirken, K29: *Biz bazen yabancılarla workshoping yapıyoruz yani, onları baklavacıya götürürüz gerekirse o baklavayı açtırıp onların içerisine fıstık koydurmaya çalışıyoruz ya da yuvarlama yaptırıyoruz, veya işte kalkıyoruz o bizim çok önemli içliköftenin içini oydurmaya çalışıyoruz yani onlara biz bunları work’ta yapıyoruz. İnanılmaz güzellikler, deneyimler yaşıyoruz, orada çalışan insanlarda çok keyifli zaman geçiriyor ama bunun için de sürecin uzun olması gerekiyor.”* şeklinde görüş bildirmektedir. Geçmişte yaşanan ihmallerin tekrarlanmaması ve kültürel mirasa verilen değerin artırılması için planlı ve bilinçli adımlar atılmalıdır. Bunun için yerel yönetimlerin, idarecilerin ve halkın birlikte çalışması gerekmektedir. Turistlerin bölgeye olan ilgisinin artması ve memnuniyetinin sağlanması için ise yerel halkın turistlere yönelik olarak bilinçlendirilmesi ve onlara yöresel deneyimler sunulması önemlidir. Bu şekilde kültürel miras turizminin sosyal etkileri daha iyi anlaşılabilir.

Sosyal etkiler kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **misafirperverliktir (11)**. Katılımcılar Gaziantep’te yerel halkın çok misafirperver olduğunu belirtirken turistlerle iletişimlerinin de iyi olması gerektiğini dile getirmişlerdir. Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K5: *“Esnafla turist arasındaki iletişimin iyi olması gerekiyor. Yani turist dediğimizde işte para alacağımız ya da ne bileyim onu bir para kaynağı olarak gördüğümüz, sömürebileceğimiz bir insan profiline büründürmeden turisti aslında*

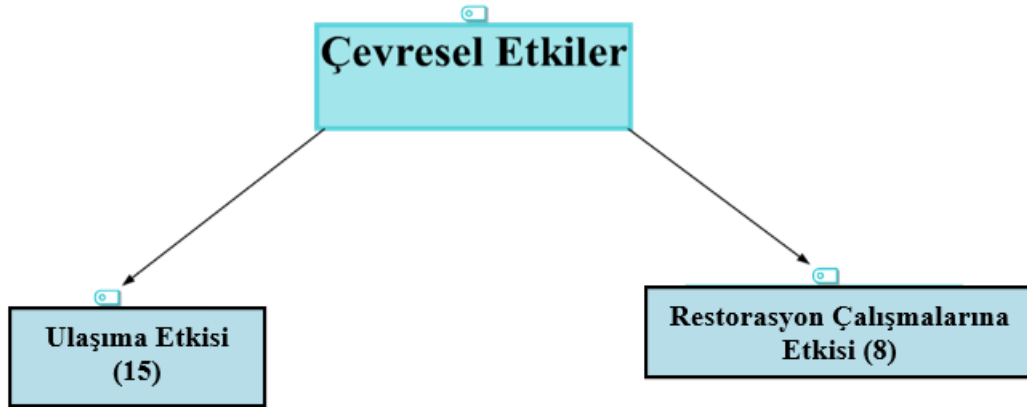
*bir misafir olarak karşılayıp ağırlayıp misafirperver bir ev sahibi edasıyla tekrar göndermemiz gerekiyor. Dolayısıyla Gaziantep esnafı için birinci olarak bu yönünün çok güçlü olması gerekir.”* şeklinde görüş bildirirken, K26, bu konudaki görüşünü: *“Halkımız gerek yurtdışından gelen turistlere gerekse yurtdışından gelen turistlere karşı çok ilgilidir, sever yakındır yakınlaşır yardım etmeye çalışır misafirperverdir yani. Ama kültürel miras değerlerini tanıtmayı, anlatmayı biraz profesyonel iştir sade bir vatandaş geldiğinde bir kaleyi, Gaziantep'in tarihini veya somut olmayan manevi kültürünü anlatacak bilgiye tarihi bilgiye sahip değildir. Bir mozaik müzesini belki hiç görmemiştir ama ne yapar işte birisi adres sorduğunda veya oturup konuşmaya başladığında güler yüzle karşılar, ona yardımcı olur bir yere gideceği zaman götürür yani kısıtlı bir şekilde seviyede kalır ama Gaziantep'li yerli olsun yabancı olsun dışarıdan gelen insanlara karşı bir güler yüzü vardır sempatisi vardır, sevgisi vardır, ilgisi vardır, yardım etmesi vardır. Hatta cebinden para harcar, yemeğini yedirir evine misafir eder ama bunlar tabii ki alt seviyelerde kalan kültürel mirasa destektir.”* şeklinde ifade etmektedir. Katılımcıların görüşleri, turistlerle esnaf ve yerel halk arasındaki iletişimin önemini vurgulamaktadır. Turistlerin sadece birer para kaynağı olarak değil, misafir olarak karşılanması ve ağırlanması gerektiği üzerinde durulmaktadır. Bu noktada, Gaziantep'in misafirperverliğinin ve yakınlığının ön plana çıktığı belirtilmektedir. Ancak, kültürel mirasın tanıtılması ve anlatılması konusunda daha profesyonel bir yaklaşımın gerekliliği üzerinde de durulmaktadır. Bu bağlamda, esnaf ve yerel halkın turistlere karşı gösterdiği ilgi ve yardımseverlik, ancak bilgi eksikliği nedeniyle sınırlı kalabilmektedir. Bu durumda, kültürel mirasa verilen destek açısından daha fazla bilinçlendirme ve eğitim çalışmalarının önemi vurgulanmaktadır.

#### **4.9.2.6. Çevresel Etkilere Yönelik Bulgular**

Kültürel miras turizmi, tarihi ve kültürel mirasa olan ilgiyi artırarak, bu alanların korunmasına ve restorasyonuna yönelik kaynakların artmasına katkıda bulunur. Turistlerin ziyaret ettiği tarihi yapılar ve doğal alanlar, genellikle çevrelerinin korunmasını ve bakımını gerektirmektedir. Bu durum turizm paydaşlarının bu alanlara daha fazla önem vermesini sağlar. Ayrıca, kültürel miras turizmiyle ilgili projeler genellikle çevresel sürdürülebilirlik ilkelerini benimsemekte

ve çevre dostu uygulamaları teşvik etmektedir. Turistlerin bu tür turizm destinasyonlarını ziyaret etmeleri, doğal ve kültürel çevrenin korunmasına yönelik farkındalığı artırabilir ve yerel toplulukları çevresel sorumluluk almaya teşvik edebilir. Dolayısıyla, kültürel miras turizmi sadece tarihi ve kültürel mirasın korunmasıyla kalmaz, aynı zamanda çevresel sürdürülebilirliğin sağlanmasına da katkıda bulunur. Bu nedenle, doğal ve kültürel mirasın korunması ile çevre dostu turizm uygulamalarının birleştirilmesi, kültürel miras turizminin çevresel katkılarının artmasını sağlayabilir.

Araştırma kapsamında bölgesel gelişmeye katkısına yönelik faktörler temasının bir diğer kategorisi olan çevresel etkiler (23) kategori Şekil 4.18’de görüldüğü üzere 2 alt kategoriden oluşmaktadır. Bunlar; ulaşım etkisi (15) ve restorasyon çalışmalarına etkisi (8) şeklindedir.



Şekil 4.18. Bölgesel Gelişmeye katkısına Yönelik Çevresel Etkiler Kategorisi

Çevresel etkiler kategorisinde katılımcılar tarafından yoğun olarak görüş bildirilen alt kategorilerden bir tanesi **ulaşıma etkisidir (15)**. Katılımcılar Gaziantep’te kültürel miras turizmin çeşitli çevresel etkilerinin olduğunu dile getirmişlerdir. Konuyla ilişkili katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K9: “Gaziantep'teki ulaşım imkânları çok iyi bölgenin özellikle Mezopotamya yönüne işte Mardin'e, Diyarbakır'a, Kahramanmaraş'a, Kilis gibi bölgelere yakın bir konumda olması ulaşım ağını geliştirmiştir. Ayrıca bölgede kültürel miras turizminin yaygınlaşmasıyla bölgeye gelen insanların bu kültürel miras değerlerinin

*olduğu alanlara ulaşım sağlayabilmesi için gerekli yol çalışmalarına önem verilmektedir .” şeklinde görüş bildirirken, K7, bu konuyla ilgili: “Ulaşım ile ilgili Gaziantep'in ben çok talihsiz olduğuna inanıyorum siz ne düşünüyorsunuz bilmiyorum ama bu kadar yüksek talep gören bir bölgede bu kadar az hava trafiğinin olması kabul edilir bir şey değil zaten tren hiç yok çok zayıf, çok zayıf ve fiyatlar aldı başını gidiyor, kimse orali değil ya niye bu kadar sahipsiz insanın aklım almıyor.” şeklinde bir görüş bildirmektedir. K8, ise: “Uçak seferlerinin artırılmasının tabii ki şehire, sanayisine, turizmine, ekonomisine katkısı olur. Yani şu an Gaziantep'teki bulunan sefer sayılarında çok küçümsenecek kadar az olduğunu düşünmüyorum tabi ki daha fazla olursa çok daha iyi olur ama bugün Gaziantep'ten günlük ortalama 70 civarında sefer var. Bu seferler İstanbul, Antalya, İzmir, Ercan olmak üzere yani yurt dışı da olmak üzere değişiyor. Tekrar diyorum tabi ki uçak seferlerinin artmasının faydası olur. Ben daha ziyade gündemde bir hızlı tren projesi var. Bu hızlı tren projesinin hayata geçtiği zaman bunun bölge turizmine katkısının çok daha fazla olacağını düşünüyorum.” şeklinde bir görüş bildirmektedir. Katılımcı görüşlerinden, Gaziantep'in ulaşım imkanlarının öneminin vurgulandığı anlaşılmaktadır. Özellikle bölgenin Mezopotamya'ya yakınlığı ve kültürel miras turizminin yaygınlaşmasıyla birlikte, ulaşım ağının geliştirilmesinin gerekliliği üzerinde durulmuştur. Bu görüşler, bölgenin turizmi, ekonomisi ve sanayisi üzerinde olumlu etkiler yaratacak olan ulaşım altyapısının güçlendirilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır.*

*K27: “Gaziantep'te kültürel miras turizminin gelişmesiyle birlikte özellikle ilçelerde bulunan kültürel miras değerlerine ulaşım sağlayabilmek için alt yapı çalışmalarına önem verildi, belediye bu konuda özverili çalışıyor diyebilirim.” şeklinde görüş bildirirken, K39, ise: “Ulaşım konusu Antep'in en rahat olduğu alan diyebilirim, ülkenin her yerinden istediğiniz zaman bölgeye ulaşabilmeniz mümkündür. Tabi buraya gelince bazı kültürel miras değerlerinin olduğu yerlere ulaşımında sıkıntı yaşanabiliyor, kendi aracınız yoksa yani ama oralarında turizme kazandırılmasıyla daha popüler hale gelmesiyle yani oralara da ulaşımın daha rahat sağlanacağını düşünüyorum.” şeklinde görüş bildirmiştir. Katılımcı görüşleri, Gaziantep'in kültürel miras turizmindeki potansiyelini ve buna bağlı olarak ulaşımın önemini ortaya koymaktadır. Ayrıca, bölgedeki kültürel miras değerlerinin turizm*

açısından daha fazla ön plana çıkarılmasıyla birlikte, bu noktalara erişiminin gelişeceği vurgulamaktadır. Bu yönüyle, Gaziantep'in turizm alanındaki büyüme ve gelişmesine katkı sağlayacak olan ulaşım altyapısının bazı alanlarda güçlendirilmesi gerekliliği ön plana çıkmaktadır.

Çevresel etkiler kategorisinde katılımcıların görüş bildirdiği bir diğer alt kategori **restorasyon çalışmalarına etkisidir (8)**. Katılımcılar kültürel miras turizminin restorasyon çalışmalarına olumlu yönde katkı sağladığını ifade etmişlerdir. Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

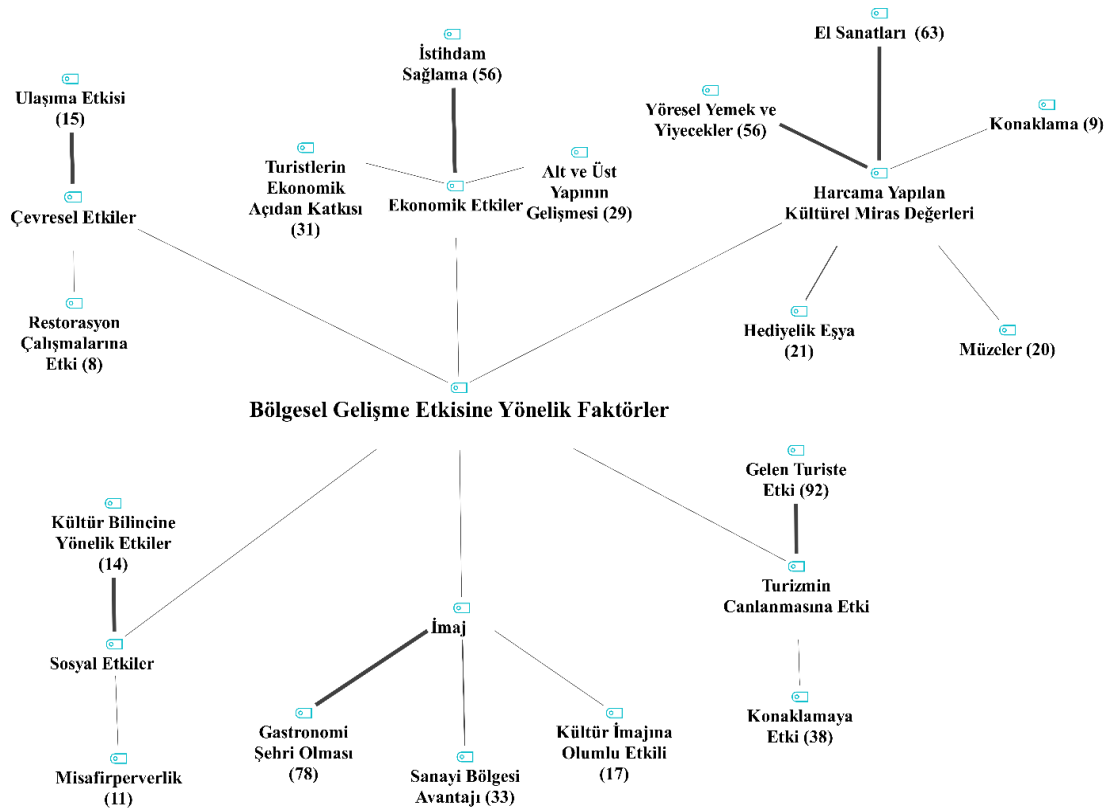
K1: *“Yapılan restorasyonlar sayesinde kültürel değerlerin turizme kazandırılması noktasında Gaziantep çok önemli bir rol üstleniyor. Gaziantep'teki kurumlara baktığımızda Büyükşehir Belediyesi, Gaziantep Valiliği, ilçe belediyeler, ilgili STK'lar, Vakıflar Genel Müdürlüğü ve Bölge Müdürlüğü, Gaziantep'teki kültürel mirasın korunması için inanılmaz bir gayret sarf ediyorlar. Malum devlet geçmiş yıllarda hükümetimiz karar almıştı. Vakıflar Genel Müdürlüğü'nün uhdesinde bulunan çoğu eser günümüze kadar pek çok ilde olduğu gibi Gaziantep'te de restorasyona uğradı. Bunların arasında hanlar vardı, hamamlar vardı, camiler vardı, tekkeler vardı, medreseler vardı. Bunların hepsi kültürel miras adına yapılmış özelliklerdi, Gaziantep özelinde de Büyükşehir Belediyesi ve Vakıflar Genel Müdürlüğü'nde inanılmaz derecede kültürel miraslarımızı ortaya koyan hususlar yaptılar. Tabi siz bir eseri ortaya koyduğunuz zaman insanların ona rağbet etmesini sağlıyorsunuz.”* Şeklinde görüş bildirirken, benzer bir görüş bildiren K10 bu konudaki görüşünü: *“Bakanlığımız, valiliğimiz ve yerel yönetimler bu kültürel miras değerlerinin turizme kazandırılması için çeşitli çalışmalar yapıyor. Bakanlığımız kaynak aktarıyor. Valimiz ve yerel yönetimler kültür katkı paylarından buraların restore edilmesi ve turizme kazandırılması için çeşitli çalışmalar yapıyorlar.”* şeklinde ifade etmektedir. K12, ise *“Bizim bir sloganımız var, kültürel miras turizmine kazandırılacak restore edilmeyen hiçbir yapı kalmayacak, kalmasın bizim hedefimiz bu.”* şeklinde bir görüş bildirerek bu konudaki kararlı tutumlarını ortaya koymaktadır. Öte yandan K40: *“Gezdiğimiz bölgelerde tarihi eserlerin restorasyonunu hep görüyoruz, belediyelerin çeşitli çalışmaları var. Örneğin*

*Gaziantep Belediyesi bundan, on beş, yirmi sene önce bir zât Gaziantep Belediyesinde hummalı bir çalışma başlattı. Gaziantep'in eski bölgelerinde bir kültür yolu oluşturuldu. Kültür yolu güzergâhında efendim tarihi eserleri gün yüzüne çıkarttılar, Vakıflar genel müdürlüğüyle beraber çalışarak o eserleri kapatan, örten beton yığınlarını yıktılar, temizlediler ortaya çıkardılar bir kültür yolu oluşturdular ama turizme kazandıramadılar şimdi bölgede kültürel miras turizminin gelişmesiyle umarım orası da hakkettiği değere ulaşır.”* şeklinde görüş bildirerek restorasyonu tamamlanmış yapıların turizme kazandırılması konusunda daha fazla özverinin ortaya konulması gerektiğini vurgulamaktadır. Katılımcı görüşleri, Gaziantep'in kültürel mirasının turizme kazandırılması noktasında yapılan çalışmaları ve kararlılığı vurgulamaktadır. Özellikle yerel yönetimlerin, devlet kurumlarının ve sivil toplum kuruluşlarının ortak çabalarıyla birçok tarihi eserin restore edilip turizme açıldığı belirtilmektedir. Restorasyon çalışmalarının önemine ve bu çalışmaların Gaziantep'in kültürel mirasının tanıtımına olan katkısına dikkat çekilmektedir. Ayrıca tamamlanan restorasyon çalışmalarının turizme daha etkin bir şekilde kazandırılması ve bu mirasın daha geniş kitlelere ulaştırılması gerektiği ifade edilmektedir. Bu bağlamda, katılımcılar Gaziantep'in kültürel mirasının korunması ve turizme kazandırılması konusunda ortaya konulan çabaları takdir etmekte, ancak bu çalışmaların daha da ileriye taşınması gerektiğini vurgulamaktadır.

#### **4.9.2.7. Bölgesel Gelişme Etkisine Yönelik Tek-Vaka Modeli**

Bölgesel gelişme etkisine yönelik faktörler temasının tek vaka modeli şekil 5.25'te gösterilmektedir. Çizgiler, birlikte bahsedilen daha sık bahsedilen kodların ilişkisini yansıtmak için daha geniş gösterilmiştir. İlgili şekil üzerinde görüldüğü üzere bölgesel gelişme etkisine yönelik faktörler teması kendi içerisinde altı kategoriye ayrılmaktadır. Bu kategoriler içerisinde yer alan ekonomik etkiler boyutu kendi içerisinde en fazla istihdam sağlama alt koduyla ilişki içerisine girmiştir. Bu durum iki faktör arasındaki çizginin kalın şekilde olmasından anlaşılmaktadır. Öte yandan ilgi tema içerisinde yer alan bir diğer kategori olan çevresel etkiler boyutu kendi içerisinde yer alan alt kodlardan ulaşım etkisi koduyla ilişkiye girerken, harcama yapılan kültürel miras değerleri boyutu diğerlerinden farklı olarak kendi içerisinde 2 alt kodla yani el sanatları ve yöresel yemek ve yiyecekler alt koduyla

yoğun ilişki içerisinde yer almıştır. Öte yandan bölgesel gelişmeye etkisine yönelik faktörler teması içerisinde yer alan bir diğer kategori olan sosyal etkiler boyutu kültür bilincine yönelik etkiler alt koduyla ilişkiye girerken, imaj boyutu gastronomi şehri olması alt koduyla ve son olarak turizmin canlanmasına etki boyutu da kendi içerisinde gelen turiste etki boyutuyla yoğun ilişki içerisinde yer almıştır. İlgili kategori ve alt kodlar arasındaki bu durum aralarında yer alan çizginin kalın şekilde olmasından anlaşılmaktadır.

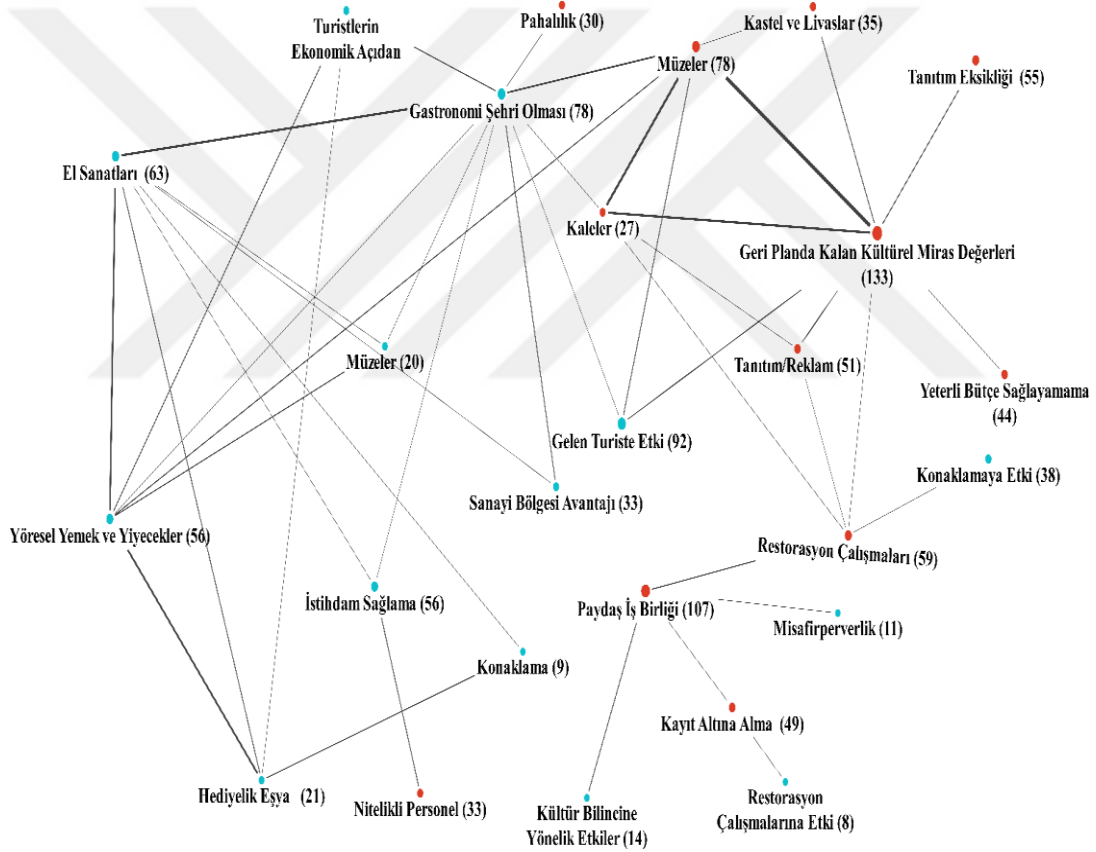


Şekil 4.19. Bölgesel Gelişme Etkisine Yönelik Faktörler- Tek-Vaka Modeli

#### 4.9.3. Kültürel Miras Turizm Potansiyelinin Bölgesel Gelişmeye Katkısında İlişki Haritası

Katılımcılar tarafından sıkça bahsedilen kodlar Şekil 5.26’da gösterilmiştir. Harita, kodlar arasındaki ilişkileri ve hangi kodların sıklıkla birlikte anıldığını göstermektedir. Çizgiler, birlikte bahsedilen daha sık bahsedilen kodların ilişkisini yansıtmak için daha geniş gösterilmiştir. Bu noktadan hareketle ilgili şekil üzerinde

el sanatları faktörüyle gastronomi ve yöresel yemek ve yiyecekler faktörünün birbiriyle yoğun ilişki içerisinde olduğu yorumu yapılabilmektedir. Öte yandan yöresel yemek ve yiyecekler faktörü ise el sanatları ve hediyelik eşya faktörüyle daha sık bir ilişki içerisindeyken müzeler faktörüyle daha düşük düzeyde bir ilişki içerisinde yer almaktadır. Bununla birlikte geri planda kalan kültürel miras değerleri faktörünün müzeler faktörüyle yoğun ilişki içerisinde olduğu, kaleler faktörüyle biraz daha düşük düzeyde ilişki içerisinde olduğu ilgili şekil üzerinden anlaşılmaktadır. Faktörler arasındaki ilişkinin sıklık düzeyi aralarında yer alan çizginin kalınlık incelik durumuna göre anlaşılmakta ve yorumlanmaktadır.



Şekil 4.20. İlişki Haritası

#### 4.9.4 Kelime Bulutu

Gaziantep ve çevresi, zengin kültürel mirası, tarihî dokusu ve benzersiz lezzetleri ile Türkiye'nin önemli turistik destinasyonlarından biridir. Bu bölge, sadece tarihî yapıları ve el sanatlarıyla değil, aynı zamanda geleneksel yaşam tarzı, yerel

festivaller ve eşsiz mutfağıyla da öne çıkmaktadır. Bu çalışma, Gaziantep ve ilçelerinin somut ve somut olmayan kültürel mirasının turizm potansiyelini ve bölgesel gelişmeye etkisini anlamaya yönelik bir çaba olarak şekillenmektedir. Gaziantep'in sahip olduğu zengin mirasın, kültürel unsurların ve turizmin nasıl birbirine entegre olduğunu anlamak, bölgenin sürdürülebilir turizm stratejileri geliştirmesine ve bölgesel ekonomik kalkınmaya katkı sağlamasına olanak tanıyacaktır. Bu bağlamda, çalışma, yarı yapılandırılmış görüşme tekniğiyle elde edilen verileri kullanarak, Gaziantep ve çevresinin kültürel mirasının turizm bağlamında nasıl kullanıldığını ve bu kullanımın bölgesel gelişmeye nasıl etki ettiğini incelemektedir. Analizlerimiz, öne çıkan kelimeler olan "Gaziantep", "Kültürel", "Miras", "Turizm" ve "Gelen" kelimeleri etrafında odaklanacaktır. Bu kelimeler, bölgenin kültürel zenginliklerini, turizm potansiyelini ve ziyaretçi deneyimlerini ifade etmekte olup, analizlerimiz bu kavramların birbirleriyle nasıl etkileşimde bulunduğunu anlamamıza yardımcı olacaktır.

- **Gaziantep:** Bu kelime, çalışmanın coğrafi odak noktasını temsil etmektedir. Gaziantep, zengin tarihî ve kültürel mirasıyla öne çıkan bir şehir olduğundan, bu kelimenin sıkça geçmesi, araştırmanın bölgenin benzersiz kültürel değerlerine odaklandığını göstermektedir. Bu ifade Gaziantep'in turistik çekiciliği, kültürel zenginlikleri ve ziyaretçi deneyimleri üzerinde durulmasından dolayı ön plana çıkmış olabilir.
- **Kültürel:** Bu kelime, araştırmanın temel temasını yansıtarak, bölgedeki kültürel mirasın önemini vurgulamaktadır. Çalışma sürecinde bu terimin ön plana çıkması muhtemelen el sanatları, müzeler, tarihi yerler ve geleneksel yemek kültürü gibi unsurlara yoğunlaşılmasından kaynaklanmaktadır.
- **Miras:** "Miras" kelimesi, bölgedeki tarihî ve kültürel varlıkların korunması ve sürdürülebilir bir şekilde kullanılmasının altını çizmektedir. Araştırma kapsamında, bu mirasın nasıl tanımlandığı, korunduğu ve toplum için nasıl değer taşıdığı konularda derinlemesine ele alınmış olabilir. Ayrıca, mirasın turizmle etkileşimi ve ziyaretçilere nasıl sunulduğu da önemli olabilir.

- **Turizm:** Bu kelime, araştırmanın ana temasıyla ilgilidir, kültürel miras turizmin bölge ekonomisine, istihdama ve yerel halkın yaşam kalitesine olan etkileri gibi konuların incelenmesi, turistik aktivitelerin çeşitliliği ve turistik altyapının geliştirilmesi gibi konulara odaklanması bu kavramı ön plana çıkarmıştır.
- **Gelen:** Bu kelime, bölgeyi ziyaret eden turistleri ve ziyaretçi profillerini temsil etmektedir. Bu noktada, turistlerin bölgeye getirdikleri ekonomik katkı, kültürel etkileşimleri ve bölge halkı ile ilişkileri gibi konuları anlamak önemli olabilir. Öte yandan ziyaretçilerin deneyimleri, bölgedeki turistik ürünlerin ve hizmetlerin geliştirilmesinde yol gösterici olabilir.



Şekil 4.21. Kelime Bulutu

#### 4.9.5. Kelime Kombinasyon Bulutu

Bu çalışma, Gaziantep ve çevresinin kültürel miras turizmi ve bölgesel gelişme bağlamında keşfedilmeye değer unsurlarını anlamaya yönelik bir çaba olarak şekillenmiştir. Araştırmanın temelini, yarı yapılandırılmış görüşme tekniğiyle toplanan veriler oluştururken, bu verilerin analizinde öne çıkan kelimelerin rolü kritik bir öneme sahiptir. Kelime Kombinasyon Bulutu, bu bağlamda özellikle dikkate değerdir. Gaziantep ve çevresinin kültürel mirasının turizm potansiyelini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen çalışmada, "Gaziantep", "Kültürel", "Miras",

"Turizm" ve "Gelen" kelimeleri, birbiriyle olan kombinasyonlarıyla ön plana çıkmıştır. Bu giriş, bu kelimelerin bir araya geldiği bir kelime bulutunun ana hatlarını çizerken, analizlerimizin bu kelimelerin içsel bağlantılarını ve bölgenin turistik dinamiklerini nasıl yansıttığını daha detaylı bir şekilde ele alacaktır.

- **Kültürel Miras Değerleri:** Bu kombinasyon, bölgenin sahip olduğu kültürel mirasın değerine vurgu yapmakta olup tarihî, sanatsal ve kültürel unsurları içermekte ve bölgenin özgünlüğünü belirlemektedir.
- **Kültürel Miras Turizmi:** "Kültürel Miras Turizmi" ifadesi, bölgedeki kültürel mirasın turizm potansiyelini vurgularken turistlerin bölgeye çekilmesi için kültürel mirasın nasıl kullanılacağı ve turizm deneyimine nasıl entegre edilebileceği konusuna odaklanmaktadır.
- **Gaziantep Büyükşehir Belediyesi:** Bu kombinasyon, bölgedeki yerel yönetimin rolünü vurgularken, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi'nin kültürel miras değerlerinin turizme kazandırılması sürecindeki etkisi, sorumluluğu ve politikalarına değinilmesiyle ilgilidir.
- **Değerlerin Turizme Kazandırılması:** Bu ifade, bölgedeki kültürel miras değerlerinin turizm sektörüne entegrasyonu ve bu değerlerin turistlere nasıl sunulduğunu ifade etmekte olup bu bağlamda, turistik ürünlerin ve hizmetlerin nasıl geliştirilebileceği üzerine odaklanmaktadır.
- **Değerlerine Talep Gösterme:** Bu ifade, bölgedeki kültürel mirasın turistler ve ziyaretçiler tarafından nasıl algılandığını ve bu mirasa olan talebin nasıl şekillendiğini ifade etmektedir. Turistlerin kültürel miras değerlerine olan ilgisi ve talebi üzerine dikkat çekmektedir.



- **Geri Planda Kalan Kültürel Miras Değerleri:** Bu kod, bölgenin geniş kültürel mirasının tam anlamıyla keşfedilmemiş veya yeterince vurgulanmamış unsurlarına işaret etmektedir. Bu durum, bazı tarihî veya kültürel öğelerin turizm bağlamında daha fazla vurgulanması ve tanıtılması gerektiğini gösterebilir.
- **Paydaş İş Birliği:** "Paydaş İş Birliği" kodu, bölgedeki kültürel mirasın turizme kazandırılması için farklı paydaşların (yerel yönetim, iş dünyası, sivil toplum örgütleri vb.) bir araya gelmesinin önemini vurgulamaktadır. Bu kod, sürdürülebilir turizm stratejileri ve projeleri geliştirmek adına yapılan iş birliğinin etkisini yansıtmaktadır.
- **Göç Sorunu:** "Göç Sorunu" kodu, bölgedeki göçün kültürel mirasa ve turizme olan etkilerini ortaya koymaktadır. Göç, Gaziantep bölgesinin kültürel dokusunu nasıl etkiliyor, yerel halk ile göç faaliyetine katılan kişiler arasında nasıl bir etkileşim var gibi konulara vurgu yapılmış olunabilir.
- **Restorasyon Çalışmaları:** Bu kod, bölgedeki tarihî ve kültürel yapıların korunması ve restore edilmesine yönelik çalışmaları ifade etmektedir. Restorasyon, kültürel mirasın fiziksel olarak nasıl korunduğunu ve turizm faaliyetine katılan insanların kullanımına nasıl hazırlandığını gösteren önemli bir unsurdur.
- **Gastronomi Şehri Olması:** "Gastronomi Şehri Olması" kodu, bölgenin lezzetlerini ve yerel mutfağını vurgulamaktadır. Bu, bölgenin gastronomi turizmi açısından çekiciliğini ve bu özelliğin bölgesel kalkınmaya olan katkısını anlamak açısından önemli bir konuyu işaret etmektedir.





## 5. Sonuç ve Öneriler

Geçmiş dönem içerisinde ortaya konulan eserlerin günümüz dünyasında insanlar tarafından talep görmesiyle ortaya çıkan ve gelişen KMT, aynı zamanda destinasyonların özgün özelliklerini vurgulayarak ön plana çıkarmasıyla şekillenen ve bu alana ilgi duyan ziyaretçilerin talep göstermesiyle kültürel etkileşimlerin yaşanmasına katkıda bulunan bir alternatif turizm türüdür. Turistik ürünlerin sürdürülebilir turizm ilkeleri kapsamında değerlendirilmesini içeren KMT, bu özelliğiyle geçmişte yaşanılmış olan deneyimlerin gelecek nesillere aktarılması sürecinde de bir köprü rolü üstlenmektedir. Bununla birlikte kültürel miras turizminin faaliyetlerini etkin bir şekilde gerçekleştirebilmesi, destinasyon merkezlerinin sahip olduğu somut ve somut olmayan kültürel miras değerlerini etkili bir biçimde kullanabilme kabiliyetiyle doğrudan ilişkilidir. Özellikle, farklı destinasyon merkezlerinin sahip olduğu kültürel miras değerlerini, turistik ürünlere dönüştürerek ziyaretçilerin erişimine sunması KMT'nin gelişmesini sağlamaktadır. Bu yaklaşım, destinasyonların kültürel miras turizmi kapsamında daha fazla ön plana çıkmalarına ve bu turizm türünden daha fazla katkı sağlamalarına olanak tanımaktadır.

Gaziantep, turizm arz kaynakları bakımından önemli potansiyele sahip olan Yukarı Mezopotamya sınırları içerisinde konumlanmış Anadolu'nun kadim şehirlerinden birisidir. Bu konum Gaziantep'in zaman içerisinde birçok medeniyete ev sahipliği yapmasında etkin rol oynarken aynı zamanda somut kültürel miras kaynakları ve somut olmayan kültürel miras değerleri açısından zengin bir bölge haline getirmiştir. KMT faaliyetlerinin yoğun olarak gerçekleşmeye başladığı Gaziantep, özellikle gastronomi, el sanatları ve müzecilik gibi alanlardaki zengin kültürel potansiyeliyle ön plana çıkan turistik bir destinasyon olma özelliğini taşımaktadır. Gaziantep'in kültürel değerler açısından sahip olduğu çeşitlilik, KMT faaliyetleri açısından önemini ortaya koyarken, bu değerlerin etkin bir şekilde KMT'ne kazandırılması ve sürdürülebilir şekilde kullanılması için benimsenecek stratejiler, Gaziantep'i bu alanda öne çıkaracak ve globalleşen dünyada gelişmesine daha fazla katkı sağlayacaktır.

80’li yıllarda sanayi alanında yaşanan gelişmelerle birlikte yüksek oranda göç alan Gaziantep aynı zamanda tarım sektörü açısından da ülkenin gelişmiş illeri arasında yer almaktadır. İlçelerinde bulunan kurutmalık gıda ürünleriyle ön plana çıkan Gaziantep sahip olduğu bu gastronomik ürünleri yöresel yemeklerine de taşıyarak gastronomi alanında ülkenin öne çıkan şehirlerinden birisi konumunda yer almıştır. Bu alandaki başarısını 2015 yılında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına dahil olarak taçlandıran Gaziantep özellikle günü birlik seyahat faaliyetine katılan yerel turistlerin yoğun ilgisiyle karşı karşıya kalmıştır. Bununla birlikte Gaziantep sadece somut olmayan kültürel miras değerlerinin talep gördüğü bir destinasyon alanı olmayıp somut kültürel miras değerleriyle de turistlerin yoğun talep gösterdiği turistik destinasyonlardan birisi konumunda yer almaktadır. UNESCO geçici listesinde üç tane SKM değeri bulunan Gaziantep, bu değerlerini asıl listeye taşıyarak uluslararası alanda daha geniş bir kitleye ulaşma hedeflemektedir. Bu değerler arasında öne çıkan Zeugma Antik Kenti ve müzesi, bölgeye gelen ziyaretçilerin yoğun ilgisini çekerken ülkeninde öne çıkan müzeleri arasında yer almaktadır. Zeugma Antik Kentinden çıkarılan tarihe tanıklık etmiş çeşitli eserler Zeugma Müzesinde sergilenerek bölgeye gelen ziyaretçilere otantik bir deneyim sunmaktadır. Zeugma Müzesinde mozaikleriyle ön plana çıkan Gaziantep ayrıca gastronomi, hamam, oyuncak, panorama, vb. gibi müzeleriyle de bu özelliğini sadece ulusal alanda değil uluslararası alana taşıyarak turizm potansiyelinin daha fazla gelişmesine yönelik çalışmalarını sürdürmektedir.

Bununla birlikte turizm aktivitelerinin hareketlenmeye başladığı 2000’li yıllardan itibaren Gaziantep’te turist sayısı ve konaklama oranında artışlar yaşanmıştır. Bu olumlu gelişmelerin arkasında, Gaziantep ve çevresindeki antik kentlerde gerçekleştirilen kazı çalışmalarının yanı sıra, seyahat acentalarının bölgede daha aktif şekilde faaliyet göstermeye başlaması etkili olmuştur. Özellikle GAP turu adı altında, Hatay, Adıyaman, Urfa gibi çevre illeri içeren paket turlarının Gaziantep’i de kapsamı, turistlerin bölgeye olan ilgisini artırmış ve bu şehri turistik açıdan cazibe merkezi haline dönüştürmüştür (Barakazı, 2015). 2012 yılında Belkıs köyünden çıkarılan mozaiklerin sergilendiği ve dünyanın en büyük mozaik müzesi olan Zeugma Mozaik Müzesi’nin burada yer alması Gaziantep’i turistik açıdan daha

da çekici kılmıştır. Bu olumlu eğilim, sadece turist sayısında değil, aynı zamanda bölgedeki ekonomik ve kültürel etkileşimde de önemli bir rol üstlenmiştir.

Gaziantep özelinde TÜİK istatistikleri, özellikle yerli turistlerin bölgeyi tercih etme eğiliminde olduğunu göstermektedir. Yerli turistlerin Gaziantep'i seçme motivasyonları arasında, bölgenin zengin kültürel mirası, tarihsel geçmişi ve özellikle son zamanlarda öne çıkan gastronomi faaliyetlerinin etkili olduğu daha önce vurgulanmıştı. Bu kapsamda 2022 yılı, konaklama istatistiklerine göre, Gaziantep'teki konaklama tesislerinde kalan yerli turist sayısı 980 binin üzerinde olurken, bu oran yabancı ziyaretçilerle kıyaslandığında %85 civarına denk gelmektedir. Yabancı ziyaretçilerde ise bu oran yaklaşık 170 bin civarında gerçekleşmiştir. Ayrıca bu dönem içerisinde yerli ziyaretçilerin bölgedeki konaklama tesislerinde geceleme oranı yaklaşık 1.500 bin olarak kaydedilmiştir. Bu durum, Gaziantep'in yerli turistler arasında önemli bir cazibe merkezi olma yolunda hızla ilerlediğini göstermektedir. Ayrıca, Gaziantep'in yerli turistler üzerindeki etkisi, bölgenin turizm potansiyelini de artırmaktadır. Bu bağlamda, turizm istatistikleri, Gaziantep'in sadece sayısal bir artış değil, aynı zamanda bölgenin kültürel ve ekonomik dokusunu güçlendiren bir etkileşim yaşadığını göstermektedir. Bununla birlikte bölgede yabancı ziyaretçilerin düşük oranda (2022 yılı içerisinde konaklama 172 bin, geceleme 310 bin civarında) kalmasının nedenleri arasında uluslararası düzeyde yapılan tanıtımların yeterli düzeyde olmaması ve ülkenin sınır komşusu olan Suriye'de süregelen iç savaştan kaynaklandığı düşünülmektedir. Steiner vd. (2006) gerçekleştirdikleri çalışmada, krizler, savaşlar ve felaketlerin turizm pazarını belirgin bir şekilde etkileyerek turist talebinin bölgeselleşmesine ve potansiyel olarak etkilenen bölgelere seyahatin yaygın şekilde reddedilmesine neden olduğu yönünde bir görüş dile getirmişlerdir. Bu görüş, savaşların ve felaketlerin turizm pazarını önemli ölçüde etkilediğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, bu durum, araştırma kapsamında ortaya konulan düşünceyi destekler niteliktedir.

Öte yandan bölgeye gelen ziyaretçilerin ulaşım araçlarının türüne göre tercihlerine bakıldığında, hava yolu araçlarının kara yoluna göre daha fazla tercih edildiği görülmektedir. Bu durum yıllar bazında ele alındığında, 2022 yılında kara

yolu ile bölgeye gelen ziyaretçi oranı yaklaşık 76 bin kişiye hava yolu taşımacılığını tercih eden ziyaretçilerin oranı yaklaşık 166 bin civarında olduğu görülmektedir. Bu kapsamda 2022 yılında Gaziantep'e hava yolu taşımacılığıyla gelenlerin oranı %68 civarında gerçekleşirken bu oran 2018 yılında %75 civarında, 2011 yılında %55 oranında ve 2004 yılında yaklaşık %59 şeklinde gerçekleşmiştir. Bu durum kara yolu taşımacılığında ise 2022 yılında %32, 2018 yılında %25, 2011 yılında %55 ve 2004 yılında %41 oranında gerçekleşmiştir. Bu değişimin, hava yolu taşımacılığının daha hızlı ve konforlu olmasının yanı sıra insanlara daha fazla zaman bırakmasından kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Ayrıca bu durumun Gaziantep'in turizm potansiyelini ve ulaşılabilirliğini artırdığı söylenebilir. Dimitrios vd., (2017), hava taşımacılığının, turizm bölgeleri üzerinde önemli bir sosyo-ekonomik etkisi olduğunu belirtirken, turizm faaliyetini mümkün kıldığı ve ziyaretçilerin iç ekonomide harcama yapmasını teşvik ettiğini ifade etmektedirler. Bu görüş, araştırma kapsamında ortaya konulan düşünceleri destekler niteliktedir.

Dünyanın en eski dokuzuncu yerleşim yeri olarak kabul edilen ve dünyanın en eski şehirleri arasında önemli bir yere sahip olan Gaziantep, tarihsel süreç içinde 20'ye yakın medeniyete ev sahipliği yapmış ve bu medeniyetlerin izlerini taşıyan birçok eseri bünyesinde barındırmıştır. Tarihi ipek yolu üzerinde konumlanan Gaziantep, Çin'den başlayıp Hatay'da sona eren bu önemli ticaret yolunun üzerinde bulunması nedeniyle zaman içinde birçok istilaya maruz kalmıştır. Ancak, Anadolu'nun kadim şehri Gaziantep, özellikle Kurtuluş Savaşı'ndaki kararlı mücadelesiyle bu tarihi mirası koruma ve sürdürme noktasında önemli bir rol üstlendiğini bir kez daha göstermiştir. Evliya Çelebi'nin seyahatnamesinde "*dünyanın göz bebeği şehir*" anlamına gelen "*Şehr-i Ayıntab-ı Cihan*" olarak nitelendirdiği Gaziantep bu özelliğini bünyesinde barındırdığı çeşitli kültürel miras değerleriyle sürdürmektedir. Tarihsel süreç içerisinde birçok han ve hamamın hizmet sunduğu Gaziantep'te bu eserlerin birçoğu ilgili kurumlar tarafından gerekli restorasyon çalışması yapılarak insanların kullanımına tekrar sunulmuştur. Bununla birlikte müzeler şehri olarak nitelendirilen Gaziantep, kendine has evleri, antik kentleri, baklavası, fıstığı, el sanatları ve dünya mutfağında öne çıkan bir şehir olma özelliğiyle dikkat çekerken aynı zamanda dünyanın en büyük yer altı Mithras

Tapınağı, en büyük açık hava müzesi, en büyük mozaik müzesi, en uzun tek parça panorama müzesi, dünyada sadece kente özgü kastel ve livaslarıyla ve yöresel ağız gibi özellikleriyle diğer bölgelerden ve kentlerden ayrılmaktadır.

Sahip olduğu turistik ürünleri insanların hizmetine sunarak bu alanda cazibe merkezi olmayı amaçlayan Gaziantep'te iç faktörlerden ve dış faktörlerden kaynaklanan çeşitli zayıflıklar ve tehdit unsurları bulunmaktadır. Bu zayıflıklar içerisinde yer alan faktörler; *tanıtım eksikliği, yeterli bütçe sağlayamama, nitelikli personel sorunu, bölgedeki yüksek maliyet ve eğlence mekanlarının yetersizliği* şeklindeyken tehdit oluşturabilecek dış faktörler ise; *göç sorunu, bölgeye yönelik olumsuz algılar, güvenlik endişeleri ve sınırlı gastronomi kenti olma imajı* olup bu unsurlar kentin turistik çekiciliği etkileyen veya etkileyebilecek olan sorunlardır. Öte yandan bu sorunların bertaraf edilmesi veya etkisinin en aza indirilebilmesi için çeşitli stratejilerin benimsenmesi önem arz etmektedir. Bu kapsamda iç faktörlerden birisi olan tanıtım eksikliğini gidermek için etkili bir pazarlama kampanyası ve dijital medya kullanımı planlanabilir. De Amorim vd., (2022) tarafından yapılan bir araştırmada, dijital pazarlamanın, tarihi mekanlara yönelik ziyaretçi deneyimini, memnuniyetini, algısını ve sadakatini artırabileceği ve bu durumun turizmin gelişimine ve sosyal katılıma potansiyel katkı sağlayabileceği öne sürülmüştür. Prokopenko vd., (2019), tarafından gerçekleştirilen çalışmada ise dijital medya aracılığıyla kültürel miras değerlerinin görselleştirilerek tanıtılabileceği ifade edilmektedir. Bu görüşler araştırma kapsamında ortaya konulan ifadeyi desteklemektedir.

Kültürel miras değerlerinin turizme kazandırılmasında bütçe eksikliği önemli bir engel teşkil etmektedir. Hausmann'ın (2007) Almanya'daki kültürel mirasın turizme kazandırılması ve pazarlanmasındaki finansman sorunlarına dikkat çektiği çalışmasında da bu durum vurgulanmıştır. Özellikle, kültürel mirasın korunması, restore edilmesi, tanıtılması ve turizme açılması süreçlerinde gereken kaynakların yetersizliği, bu değerlerin turizm potansiyelini tam anlamıyla kullanma konusunda engel teşkil edebilmektedir. Kültürel mirasın etkili bir şekilde turizme entegre edilmesi için gerekli olan altyapı, tanıtım faaliyetleri, restorasyon ve bakım

çalışmaları gibi harcamaların karşılanması için yeterli finansman sağlanamadığında, bu değerlerin turizm sektörüne katkısı önemli ölçüde azalabilmektedir. Dolayısıyla, kültürel mirasın turizme kazandırılması için bütçe sorununun aşılması, kamu-özel sektör iş birlikleri, ulusal ve uluslararası fonlarla desteklenen teşvikler ve turizm yatırımlarına yönelik artırılmış kaynak sağlanması gibi çeşitli stratejilerin hayata geçirilmesi gerekmektedir.

Araştırma kapsamında ortaya konulan zayıflıklardan bir diğeri de nitelikli personel eksikliğidir. Kültürel miras turizminin potansiyelinin ön plana çıkarılmasında nitelikli personel eksikliği, destinasyonun zayıflıklarından biri olarak belirgin bir rol oynamaktadır. Nitelikli personelin yetersizliği, turizm hizmetlerinin kalitesinde ve verimliliğinde düşüşe neden olabilir, bu da ziyaretçi deneyimini olumsuz etkileyerek, destinasyonun rekabet gücünü azaltabilir. Bu kapsamda nitelikli personel sorununu çözmek adına turizm sektörüne yönelik eğitim programları ve meslek okullarıyla iş birlikleri geliştirilebilir. Araştırma kapsamında ortaya konulan zayıflıklardan bir diğeri olan bölgedeki yüksek maliyetleri azaltmak için ise denetimler artırılabilir, cezai işlemler devreye konulabilir, yerel işletmelere vergi avantajları veya teşvikler sağlanabilir. Eğlence mekanlarının yetersizliğini gidermek için ise kültür-sanat etkinliklerine ağırlık verilebilir bununla birlikte insanların birlikte zaman geçirmelerini sağlayacak lüks restoranların sayısı artırılabilir. Dış faktörlerle ilgili olarak, göç sorununa yönelik sürdürülebilir kalkınma projeleri ve istihdam yaratıcı politikalar uygulanabilir. Olumsuz algıları düzeltmek için güvenlik endişelerine odaklı iletişim stratejileri geliştirilebilir ve sınırlı gastronomi kenti olma imajını ortadan kaldırmak adına turizm çeşitlendirmesine gidilerek bölgedeki diğer turistik ürünler ve değerler daha fazla ön plana çıkarılabilir. Bu stratejilerin bir araya gelmesi, Gaziantep'in turistik potansiyelini daha etkili bir şekilde değerlendirmesine olanak tanıyacaktır.

Bir kültürel miras destinasyonunda en önemli unsurlardan bir tanesi miras değerlerinin sürdürülebilirliğin sağlanmasıdır. Bu kapsamda Gaziantep özelinde kültürel miras değerlerinin sürdürülebilirliğin sağlanması hususunda öne çıkan faktörler; *paydaş iş birliği, restorasyon çalışması, envanter çalışması, sahip çıkma*

*güdüğü, ulaşılabilirlik ve sponsorluk* şeklindedir. Kültürel miras değerlerinin sürdürülebilirliğin sağlanması hususunda, paydaş iş birliği; koordinasyon açısından ve miras değerlerinin korunması açısından büyük bir önem arz etmektedir. Bu kapsamda paydaşların katılımıyla gerçekleşen karar alma süreçlerinde, yerel toplulukların ihtiyaçları ve görüşleri de dikkate alınarak daha etkili politikaların oluşturulması sağlanabilir. Bu durum ise kültürel miras değerlerinin sürdürülebilirliği ve gelecek kuşaklara aktarılması hususunda paydaş işbirliğinin önemini ortaya koymaktadır. Aas ve diğerleri (2005) tarafından yapılan araştırma, miras yönetimi ve turizmin geliştirilmesinde paydaş işbirliğinin, iletişimi güçlendirerek gelir yaratmayı teşvik ettiğini ve yerel toplulukları karar alma süreçlerine katılarak turizm faaliyetlerine dahil ettiğini vurgulanırken bu şekilde, kültürel miras değerlerinin sürdürülmesine yardımcı olduğu ifade edilmektedir. Bu durum araştırma kapsamında ortaya konulan görüşü destekler niteliktedir.

Restorasyon çalışmaları, kullanılamaz durumda olan veya toprak altında bulunan kültürel miras değerlerini yeniden canlandırma olanağı sağlayarak sürdürülebilirliğini güvence altına almaktadır. Bu çabalar, tarihi ve kültürel mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılması için önemli bir adımdır. Guerrero Baca vd., (2018) çalışmalarında, kültürel miras değerlerinin restorasyonunda sürdürülebilirlik ilkelerini benimsemenin, yerel halkın yaşam kalitesini artırmanın yanı sıra kültürel ve doğal çevrelerin korunmasına katkıda bulunarak bu değerlerin sürdürülebilirliğine katkı sağlayabileceği belirtilmiştir. Bu durum araştırma kapsamında ortaya konulan görüşü destekler niteliktedir.

Kültürel miras değerlerinin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında dikkate değer bir diğer faktör ise envanter çalışmalarıdır. Envanter çalışmaları, somut ve özellikle somut olmayan kültürel miras değerlerinin sistematik bir şekilde kayıt altına alınmasını sağlayarak, zamanla yok olmalarını engelleme konusunda hayati bir rol oynamaktadır. Bu çalışmalar, kültürel mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılmasına yönelik stratejilerin belirlenmesinde temel bir adım oluşturur. Bu yolla, kültürel mirasın sürekliliği ve toplumsal kimliğin korunması güvence altına alınmış olmaktadır. Guzmán vd., (2017) yaptıkları çalışmada envanter çalışmasının, kültürel

miras değerlerinin sürdürülebilirliğini sağlamak açısından önemli olduğunu belirtirken, Al-hagla'nın (2010) ifadesine göre envanter çalışmaları, kentsel tarihi alanlardaki kültürel miras değerlerinin sürdürülebilirliğini sağlamak için koruma, rehabilitasyon, yorumlama ve mikro ekonomik kalkınmayı dengelediği için kritik bir rol oynamaktadır. Bu ifadeler, araştırma kapsamında ortaya konulan görüşü destekler niteliktedir.

Kültürel miras değerlerinin sürdürülebilirliğinin sağlanması konusunda, sahip çıkma güdüsü önemli rol oynayan bir diğer faktördür. zellikle, yerel halkın kültürel mirası gelir kaynağı olarak görmeye başlamasıyla birlikte, bölgedeki mirasın korunması ve geliştirilmesi için bir ivme oluşturmaktadır. Bu süreç, yerel toplumların kültürel mirasa verdiği önemi artırarak, koruma çabalarını destekler ve gelecek kuşaklara aktarmayı hedeflemektedir. Bununla birlikte, kültürel miras değerlerinin sürdürülebilirliğinde ulaşılabilirlik de öne çıkan bir faktördür. Bu kapsamda restorasyon çalışmalarının tamamlanması sonucunda kullanılabilir hale gelen kültürel miras değerlerine yönelik gerekli tanıtımların ve altyapı çalışmalarının yapılması, insanların bu alanlara gelmelerini sağlayacaktır. Ancak, bu tür çalışmaların finanse edilmesinde sık sık bütçe eksikliği veya yetersiz bütçey sorunuyla karşılaşmaktadır. Bu kapsamda, ilgili kurum ve kuruluşların sponsorluk desteği için çalışmalar yapması önemlidir. Sponsorluk desteği, kültürel mirasın korunması ve sürdürülebilirliği için kritik bir rol oynarken, bu destek aynı zamanda restorasyon, tanıtım ve koruma gibi önemli faaliyetlerin gerçekleştirilmesine yardımcı olarak kültürel miras değerlerinin KMT, faaliyetleri kapsamında kullanımını da büyük ölçüde etkilemektedir.

Kültürel miras değerlerinin turist tercihleri üzerindeki etkisi incelendiğinde, genellikle yerli turistlerin Gaziantep'i daha fazla tercih ettiği, ancak yabancı turistler arasında istenilen düzeyde bir popülerlik kazanılmadığı gözlemlenmektedir. Gaziantep'in yabancı turistler tarafından tercih edilmemesinde bulunduğu coğrafi konumun etkisi olduğu kadar, pazarlama ve tanıtım stratejilerinin yetersizliği de söz konusu olabilecek unsurlar arasında yer almaktadır. Özellikle, uluslararası arenada Gaziantep'in kültürel miras değerlerinin ve turistik potansiyelinin daha etkin bir

şekilde tanıtılması, destinasyonun uluslararası alanda daha fazla bilinirlik kazanmasına ve dolayısıyla yabancı turistlerin ilgisini çekmesine yardımcı olacaktır. Bu bağlamda, Gaziantep'in iç turizm talebiyle uluslararası alana taşınması durumunda, ülkenin önemli bir destinasyon merkezi haline gelebileceği öngörülmektedir. Öte yandan, kültürel miras turizmine katılan turistlerin çoğunluğunun orta düzey ve üzeri bir turist profiline sahip olması (Öter ve Özdoğan, 2005), KMT'nin Gaziantep'in gelişmesine katkısı açısından önemini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte turistlerin eğitim düzeyinin genellikle lise ve üzeri olması ve çoğunluğunun lisans mezunu olduğu ve ekonomik açıdan belirli bir gelir grubuna sahip oldukları göz önüne alındığında (Richards, 2001), kültürel miras turistinin genel profili oldukça nitelikli ve bilinçli bir ziyaretçi kitlesini içermektedir. Gastronomi turizminin etkisiyle Gaziantep'te yöresel yemeklerin gelişimi, özellikle günübirlik ziyaretçilerin yoğun ilgisini çekmektedir. Ancak, bölgeye gelen diğer turist profili genellikle tur kapsamında hareket eden ya da bireysel olarak ziyaret eden turistlerden oluşmaktadır. Bu durum, Gaziantep'in turistik çekiciliğini artıran unsurların, özellikle kültürel miras değerleri kapsamında deneyimli ve eğitilmiş bir ziyaretçi kitlesiyle ilişkilendirilmesine olanak tanımaktadır.

Kültürel miras turizmi kapsamında ön plana çıkan destinasyonlar içerisinde yer alan Gaziantep'te kültürel miras değerlerinin kullanımı konusunda Suriye göçünün bazı durumlarda olumsuz etkileri söz konusu olmuştur. Işık ve Efe (2021) gerçekleştirdikleri çalışmalarında turizm çalışanlarının Suriyeli sığınmacılara yönelik olumlu düşünce taşımadıklarını ifade etmeleri bu görüşü destekler niteliktedir. Yerleşim alanı olarak eski antep olarak nitelendirilen bölgeye yerleştirilen Suriyeli göçmenlerin olduğu alan, bölgenin kültürel miras kaynakları açısından en zengin ve dikkat çeken bölgesi konumundadır. Suriyeli göçmenlerin, yaşam şekillerinin yerel halktan bazı hususlarda farklılıklar gösteriyor olması Bey Mahallesi ya da Kültür Yolu olarak bilinen bölgede yaşayan Suriyeli göçmenlere yönelik turistler arasında olumsuz algılar oluşmasına neden olmaktadır. Katılımcılar, özellikle güvenlik algısı ve çevresel görüntü konularında turistler tarafından kendilerine çeşitli şikayetlerin olduğunu dile getirmişlerdir. Bu kapsamda bölgede ucuz işgücü sağlamak amacıyla Suriyeli göçmenlerin yoğun olarak restoranlarda veya hediyelik eşya dükkanlarında

çalıştırılmasının, bölgenin imajına zarar verdiğini ifade etmişlerdir. Bununla birlikte katılımcılar, Suriyeli göçmenlerin şehir merkezi yerine sınırları belirli bir alana yerleştirilmiş olmalarının, bölgenin kültürel miras turizmini olumlu yönde etkileyebileceğini ancak bu konuda yeterli planlamanın sağlanmadığını ifade etmişlerdir. Frey ve Brivaba (2021) aşırı kalabalıklaşmanın çevresel kirliliğe neden olacağına, bu durumun ise başta doğal çevre olmak üzere yerel halka ve turistlere yönelik bir yük oluşturabileceğini vurgulamışlardır. Öte yandan Suriye göçü ve bu göçün kültürel miras değerlerine olan olumsuz etkileri dikkate alındığında, bölgede hala çözüme kavuşturulması gereken sorunların olduğu görülmektedir. Güvenlik algısı, çevresel görüntü ve Suriyeli göçmenlere yönelik olumsuz algılar, Gaziantep'in uluslararası arenada daha fazla turist çekmesini engelleyen faktörler arasında yer almaktadır.

Kültürel miras değerlerinin kullanımını etkileyen önemli unsurlardan bir diğeri ise miras değerlerine ulaşılabilirliktir. Bu bağlamda, özellikle yerel yönetimler tarafından gerçekleştirilen restorasyon çalışmaları sonrasında ortaya çıkan turistik ürünlerin, çeşitli tanıtım araçları vasıtasıyla potansiyel ziyaretçilere duyurulması, ulaşılabilirlik sürecinin ilk adımını oluşturmaktadır. Bu kapsamda turistler, destinasyon bölgesine ulaştıklarında, bölgedeki tabela/billboard yanı sıra turizm enformasyon ofislerinin sunduğu yönlendirmeleri de dikkate alarak kültürel miras değerlerini keşfetmeye yönelir/yönlendirilir. Ayrıca, destinasyon merkezine ulaşımı sağlayan yolların ve ulaşım araçlarının temin edilmiş olması, aynı zamanda gidilen bölgede ziyaretçilerin kişisel ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri alanların mevcut olması, kültürel miras değerlerinin kullanımını etkileyen diğer unsurlar arasında yer almaktadır. Bununla birlikte, Gaziantep yerel yönetimler idaresinde yürütülen restorasyon çalışmaları ve tanıtım faaliyetleri bölgeye olumlu bir etki sağlamıştır. Zeugma antik kenti, Rumkale ve bakırcılar çarşısı gibi önemli kültürel miras alanları, turistlerin hizmetine kazandırılmış ve bölgeye olan ilgiyi artırmıştır. Ancak, diğer kültürel miras değerlerinin olduğu alanlara ulaşılabilirlik ve tanıtım konusunda daha fazla çaba harcanması, bölgenin potansiyelini tam anlamıyla ortaya çıkarmak adına önem arz etmektedir.

Araştırma kapsamında ortaya konulan bir diğer tema olan bölgesel gelişmeye katkısı hususunda görüş bildiren paydaş ifadeleri, ekonomik, sosyal ve çevresel boyutların yanı sıra kültürel miras değerlerine yapılan harcamalar, kültürel mirasın turizmin canlanmasına etkisi ve bölge imajına olan katkı gibi faktörleri içermektedir. Özellikle ekonomik açıdan değerlendirildiğinde, bu etkilerin istihdam, altyapı ve turistlerin ekonomik katkısı olarak, belirginleştiği görülmektedir. Bu kapsamda ekonomik etkiler, öncelikle istihdam sağlama yoluyla ortaya çıkmaktadır. KMT'nin gerçekleştiği bölgelerde, özellikle restoran sayısı ve hediyelik eşya sektörüne yönelik işgücü talebinin arttığı gözlemlenmektedir. Aynı zamanda el sanatları içerisinde bakırcılık, kutnu ve yemenicilik gibi zanaatlar bölgede istihdam olanağını artırmaktadır. Akın'ın (2018) El Sanatlarının Turizme Etkisi: Gaziantep Örneği çalışması el sanatlarının Gaziantep için önemini ortaya koyarken gerçekleştirilen bu araştırmanın bulgularıyla örtüşmektedir. Turistik alanlarda yapılan yol çalışmaları, kafe-restoran ve hediyelik eşya dükkanları gibi üst yapıların açılması (Birdir vd., 2016) ise Gaziantep turizminin gelişmesine katkıda bulunarak bölge ekonominin canlanmasına katkıda bulunacaktır.

Bölgesel kültürel miras alanlarının turizme entegrasyonu sürecinde, Rumkale, Karkamış, Zeugma Antik Kenti ve Yesemek Açık Hava Atölyesi gibi önemli değerler, gerçekleştirilen yol iyileştirme çalışmalarıyla desteklenmiştir. Bu altyapı geliştirmeleri neticesinde, bölgede turistlerin ihtiyaç ve beklentilerini karşılayacak kafe-restoranlar ve hediyelik eşya dükkanları gibi işletmelerin faaliyete geçirilmesine özen gösterilmiş, turizm aktivitelerinde bir canlanma sağlanması amaçlanmıştır. Turistlerin bölgede zaman geçirmeleri, kültürel destinasyonları ziyaret etmeleri, yöreye özgü el sanatlarından, kurutmalıklardan, baklava veya Antep fıstığı gibi ürünlerden satın almaları, bölge ekonomisine önemli bir gelir kaynağı sağlamaktadır. KMT kapsamında gerçekleştirilen bu harcamalar bölgenin ekonomik canlanmasına katkıda bulunmaktadır. Öte yandan, Gaziantep kültürel miras turizmi, bölgesel gelişmeye etki eden önemli faktörlerle birlikte ele alındığında, ekonomik, sosyal ve çevresel açılardan çeşitli avantajları beraberinde getirmekte ve bölgenin turistik çekiciliğini artırarak gelişme sürecine sürdürülebilir bir katkı sağlamaktadır.

Yerel halkın, turistlere yönelik sergilediği sıcak ve yardımsever davranışlar, destinasyonun turistik çekiciliğini önemli ölçüde artırma potansiyeline sahiptir. Bu tür bir misafirperver tutum, turistlerin bölge hakkında olumlu izlenimler edinmelerini sağlayarak, turizm talebinin artmasına ve ziyaretçi sadakatinin pekişmesine katkıda bulunabilir. Ayrıca, misafirperverlik sadece turistlerin bölgeyi pozitif bir deneyim olarak algılamalarına yardımcı olmakla kalmaz, aynı zamanda gerçekleşen sosyal etkileşimler aracılığıyla yerel toplulukların sosyal kapasitelerinin geliştirilmesine de imkan tanır. Bu bağlamda, kültürel miras turizmi, misafirperverliğin güçlendirilmesi yoluyla hem destinasyonun cazibesini artırır hem de yerel halkın sosyal gelişimine olumlu katkılarda bulunabilir. Kültürel bilinç, turistlerin ziyaret ettikleri destinasyonlardaki kültürel miras unsurlarına saygı göstermelerini ve yerel kültürlere derinlemesine bir anlayış kazanmalarını teşvik eden bir faktördür. Bu bilinç seviyesi, turistleri sadece efemer ziyaretçiler olarak değil, aynı zamanda korunması ve değerlendirilmesi gereken kültürel mirasın aktif birer parçası olarak görmelerine yardımcı olacaktır. Turistlerin kültürel mirasa gösterdikleri saygı, yerel halkla daha duyarlı ve etkileşimli ilişkiler kurmalarına olanak tanırken, bu da kültürel etkileşimin teşvik edilmesine ve bölgesel gelişimin desteklenmesine katkıda bulunur. Bu durum, kültürel miras turizminin dinamiklerini anlamada kritik bir öneme sahiptir, zira yerel halkın kültürel mirasa olan bağlılığı ve bu mirası koruma yönündeki çabaları, turistlerle gerçekleşen kültürel etkileşimleri güçlendirir ve böylece kültürel miras turizminin bölgesel gelişime olumlu katkılar sunmasını sağlayacaktır. Bu etkileşim, kültürel mirasın sürdürülebilirliği ve turizmin bölgesel kalkınma üzerindeki pozitif etkileri açısından önemli bir faktördür.

Kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye olan katkısına odaklanan faktörler arasında çevresel etkilerin belirleyici bir rol oynadığı gözlemlenmektedir. Bu bağlamda, ulaşım faktörü ve restorasyon çalışmaları, çevresel sürdürülebilirliği ve kültürel mirasın korunmasını içeren önemli unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Ulaşım imkanlarının iyileştirilmesi, turistlerin hedef bölgeye rahat ve etkin bir şekilde erişimini sağlayarak, destinasyona yönelik turist akışını pozitif yönde etkileyebilecektir. Ayrıca, çevre dostu ulaşım seçeneklerinin teşvik edilmesi, çevresel etkilerin en aza indirilmesine katkı sağlayacaktır. Bu sayede, kültürel mirasın ziyaret

edilmesi ve keşfedilmesi için uygun bir ortam oluşturularak turistik potansiyel artırılabilir. Bununla birlikte restorasyon çalışmalarına yönelik etki faktörü ise kültürel mirasın korunması ve restore edilmesi süreçlerini içermektedir. Planlı bir restorasyon, turistik değer taşıyan yapıları canlandırabilir ve tarihi zenginliklerin sürdürülebilirliğini sağlayacaktır. Bu tür çalışmalar, çevresel sürdürülebilirliği desteklemenin yanı sıra, turistlerin bölgeye olan ilgisini artırarak ekonomik ve kültürel açıdan önemli katkılarda bulunmaktadır. Bu faktörler arasındaki etkileşim, kültürel miras turizminin sürdürülebilirliği için önemli bir denge sağlama potansiyeline sahiptir. Bu kapsamda çevresel etkilerin yönetimi, turizmin bölgesel kalkınmaya olumlu yönde katkıda bulunmasını sağlamak adına dikkate alınması gereken kritik bir unsur teşkil etmektedir. Bu faktörlerin birbirleriyle uyum içinde ele olması, kültürel mirasın sürdürülebilir bir şekilde korunması ve turizmin bölgesel gelişmeye olumlu etkilerininin maksimize edilmesi açısından önem taşımaktadır.

Turistlerin destinasyon merkezlerinden satın aldıkları hediyelik eşyalar, yerel zanaat ve kültürü yansıtarak bölgenin ekonomik büyümesine olumlu yönde bir katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda, el yapımı ürünler, turistlerin bölge kültürüne duyduğu ilgiyi yansıtarak sürdürülebilir turizmin önemli bir bileşeni olarak öne çıkmaktadır. Yerel el sanatları, geleneksel becerilerin sürdürülmesine katkıda bulunurken, turistlere otantik deneyimler sunmakta ve aynı zamanda kültürel mirasın canlılığını ve çeşitliliğini koruma amacı taşımaktadır. Benzer şekilde, Gaziantep'te bulunan müzeler, turistlere tarih, sanat ve kültürle ilgili zengin deneyimler sunarak kültürel mirasın korunmasına ve gelecek nesillere aktarılmasına destek olmaktadır. Müze ziyaretleri, turistlerin bölgeye daha fazla ilgi göstermelerine ve kültürel miras turizminin gelişmesine katkıda bulunurken, konaklama harcamaları da bölge otellerinin ve diğer konaklama tesislerinin ekonomik kalkınmasına önemli bir itici güç sağlamaktadır. Turistlerin uzun süre bölgede kalma eğilimi, yerel ekonomiyi güçlendirerek sürdürülebilir turizmin temellerini sağlamlaştıracaktır. Yerel el sanatlarına olan turist ilgisi, bu zanaatların geleneksel becerilerin sürdürülmesine katkıda bulunulmasının yanı sıra, ilgili kurumlar tarafından desteklenerek yerel zanaatkarların gelir elde etmelerine olanak tanımaktadır. Yöresel yiyeceklere yönelik yapılan harcamalar ise, bölge gastronomisinin gelişmesine olanak sağlayarak,

restoranların ve yerel pazarların ekonomik canlılığına önemli katkılar sunmaktadır. Ele alınan faktörlerin tamamı, kültürel miras turizminin bölgenin ekonomik gelişmesine ve büyümesine olumlu yönde bir katkı sağladığını akademik bir perspektiften ortaya koymaktadır.

Kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye olan katkısı, turizmin dinamikleri içindeki çeşitli faktörlerin birleşimiyle ortaya çıkmaktadır. Gelen turiste etki faktörü, bölgeye yönelik turistik ziyaretlerin artması ve turistlerin bölgedeki kültürel miras değerlerini keşfetmesi üzerinde yoğunlaşmaktadır. Turistlerin bölgeye ilgisi ve ziyaretçi sayısındaki artış, sadece turistik destinasyonun popülerliğini artırmakla kalmayıp aynı zamanda bölgenin turizm potansiyelini güçlendirerek ekonomik canlanmaya önemli katkılarda bulunmaktadır. Konaklamaya etki faktörü, turistlerin bölgede geçirdikleri süreyi ve konaklama tesislerini tercih etmelerini içermektedir. Uzun süreli konaklamalar, bölge ekonomisine daha fazla katkı sağlayarak turizmin bölgeye katkı pratiğini desteklemekte ve yerel işletmelerin büyümesine olanak tanımaktadır. Ayrıca, konaklama tesislerinin doluluk oranlarının artması, işgücü gereksinimini artırarak istihdamı desteklemekte ve bölge halkının ekonomik refahına olumlu katkı sağlamaktadır. Bu faktörler, kültürel miras turizminin bölgesel ekonomiye olan katkısını ön plana çıkararak, turizmin yalnızca ziyaretçi sayılarını artırmanın ötesinde, bölgenin genel gelişimine de önemli ölçüde katkıda bulunabileceğini göstermektedir. Bu perspektiften bakıldığında, turizmin bölgesel gelişime sağladığı katkı, turist sayısının artırılmasıyla sınırlı kalmayıp, aynı zamanda bölgenin uzun vadeli ekonomik sürdürülebilirliğine de destek verecek şekilde geniş bir potansiyel taşımaktadır.

İmaj boyutu, Gaziantep'in kültürel miras turizmindeki bölgesel gelişime katkısının önemli bir faktörü olarak öne çıkmaktadır. Gaziantep'in, "Müzeler Şehri" ve "Gastronomi Şehri" gibi özgün tanımlamalarla desteklenen güçlü imajı, şehrin turistik cazibesinin temelini oluşturmaktadır. Gastronomik zenginlikler, yerel mutfak kültürünün turistler açısından çekiciliğinin artmasında kritik bir role sahiptir, bu da gastronomi turizminin şehrin imajını pekiştirmede ve turist çekmede önemli bir unsur olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda, Gaziantep'in sanayi bölgesi olarak

sahip olduğu konum, ekonomik çeşitliliğin artırılmasına ve turizm potansiyelinin genişletilmesine katkıda bulunarak bölgenin imajını daha da güçlendirmektedir. Sanayi alanındaki gelişmeler, ekonomik çeşitliliği teşvik ederken, turizm potansiyelinin desteklenmesiyle bölgesel gelişime olumlu etkiler sunmaktadır. Gaziantep'in zengin tarih ve kültürel mirası, turistlerin ilgisini çekmekte ve bölgeye pozitif bir imaj kazandırmaktadır. Bu çeşitli unsurların entegrasyonu, Gaziantep'in kültürel miras turizmi bağlamında sürdürülebilir bir destinasyon olarak konumlanmasına olanak tanımaktadır. Bu faktörlerin bütünleşik bir şekilde değerlendirilmesi, Gaziantep'in bölgesel imajının güçlenmesine, turistlerin şehri tercih etmesine ve daha uzun süreli konaklamalarını teşvik edilmesine katkı sağlamaktadır. Bu dinamiklerin bir araya gelmesi, Gaziantep'in kültürel miras turizmi potansiyelini önemli ölçüde artırarak şehrin bu alandaki konumunu pekiştirmektedir.

#### ➤ *Öneriler*

Türkiye'de kültürel miras turizmine olan artan ilgi, özellikle otantik değerlere sahip destinasyonları ön plana çıkarmaktadır. Bu bağlamda, gelecekteki araştırmalarda, Gaziantep gibi benzer yapıya sahip destinasyonlarda kültürel miras turizmi ve bölgesel gelişme arasındaki etkileşimi daha iyi anlamak adına çeşitli araştırma yöntemlerinden faydalanılabilir. Özellikle farklı destinasyonlar üzerinde gerçekleştirilecek karşılaştırmalı çalışmalar, kültürel miras turizminin bölgesel gelişme üzerindeki etkisini geniş bir perspektiften değerlendirmeye olanak sağlayacaktır. Bu çerçevede, gelecekteki araştırmacıların, kültürel miras turizmi ve bölgesel gelişme konularında daha kapsamlı, karşılaştırmalı ve çeşitli bölgeleri içeren çalışmalar gerçekleştirebilirler.

Gaziantep'in kültürel miras turizminin yerel halk bakış açısından anlaşılması ve desteklenmesi amacıyla bir araştırma gerçekleştirilmesi, bölge turizminin sürdürülebilir gelişimi için önemli bir adım olacaktır. Bu önerilen araştırma, ilk olarak yerel halkın kültürel miras turizmi konusundaki bilgi düzeyini belirleyerek, bu alandaki farkındalığı artırmak için etkili stratejilerin geliştirilmesine katkı sağlayacaktır. Ayrıca, bölgedeki turistik faaliyetlerin yerel ekonomi ve istihdam

üzerindeki etkilerini değerlendirerek, turizmin ekonomik sürdürülebilirliğine dair kapsamlı bir perspektif sunacaktır. Yerel halkın kültürel miras turizmine yönelik algıları, talepleri ve endişelerinin anlaşılması, bölgesel turizm stratejilerinin daha etkili bir şekilde oluşturulmasına yardımcı olacaktır. Ayrıca, Gaziantep'e gelen turistlerin yerel halkla etkileşimlerinin değerlendirilmesi, turizmin sosyal sürdürülebilirliği açısından önemli bir veri kaynağı sağlayacaktır. Bu kapsamda, ilgi kurumların bölgedeki kültürel miras turizminin gelişimine yönelik stratejik kararların alınmasına ve kültürel miras turizmin bölge ekonomisine daha olumlu bir etkisinin olmasına katkı sağlayacaktır.

Fenomenoloji deseni kapsamında gerçekleştirilen bu araştırma, turizm paydaşları arasında yer alan yerel yönetimler, akademisyenler, sivil toplum kuruluşları, müze müdürleri, el sanatı işletme sahipleri, seyahat acentaları ve benzeri aktörlerle yapılan görüşmeleri içermektedir. Gelecekteki araştırmalarda, destinasyonun aktörlerinden oluşan paydaşların her birine odaklanacak daha spesifik çalışmalar gerçekleştirilebilir. Örneğin, bölgede faaliyet gösteren seyahat acentalarına yönelik ayrı çalışmalar, bu paydaşların kültürel miras turizmindeki rolünü daha detaylı bir şekilde ortaya koyacaktır. Bu tür özelleştirilmiş araştırmalar, destinasyonun turizm ekosistemi içindeki her bir paydaşın katkısını anlamak ve gelecekteki stratejileri daha etkili bir şekilde geliştirmek için önemli bir kaynak olacaktır.

Gaziantep, zengin kültürel mirası, tarihi dokusu ve öne çıkan gastronomisiyle turizmde önemli bir potansiyele sahiptir. 2000'li yıllardan itibaren artan turist sayısı, konaklama oranları ve çeşitlenen turizm türleri, şehrin cazibesini artırmış ve ekonomik dinamiklere olumlu bir etki yapmıştır. Yerli turistlerin bölgeyi tercih etme eğilimi, Gaziantep'in sunduğu benzersiz deneyimlerin ve kültürel zenginliklerin etkileyici bir biçimde algılandığını göstermektedir. Ancak, uluslararası arenada yeterli tanıtım yapılmaması ve Suriye'deki iç savaşın etkisiyle yabancı ziyaretçi sayısındaki düşüklük, bölgenin potansiyelinin tam anlamıyla kullanılmadığını göstermektedir. Bu nedenle, Gaziantep'in turizmdeki başarısını sürdürmesi ve uluslararası alanda daha fazla ilgi çekmesi için bölgesel ve ulusal düzeyde yapılan

tanıtım faaliyetlerinin güçlendirilmesi önemlidir. Ayrıca, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve özel sektörün iş birliğiyle sürdürülebilir turizm projeleri hayata geçirilerek, Gaziantep'in kültürel mirasını koruma ve gelecek nesillere aktarma amacı güdülmelidir. Bu çabalar, Gaziantep'i sadece turistik bir destinasyon olmanın ötesine taşıyarak, bölgenin ekonomik ve kültürel açıdan kalkınmasına önemli katkılar sağlayacaktır.

Gaziantep'in 2015 yılında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dahil olması, gastronomi talebinde artışa sebep olmuş, ancak bu durum işletmelerin fiyatlama politikalarından kaynaklanan fırsat maliyeti ve pahalılık sorunlarına yol açmıştır. Bu süreç, bölge imajında olumsuz etkilere neden olmuştur. Bu bağlamda, ilgili kurumlar tarafından bu tür işletmelerin kontrol ve denetimlerinin düzenli olarak gerçekleştirilmesi, fiyatlama politikalarının sürdürülebilirliğini değerlendirmek adına önemli bir adım olacaktır. Gerekli durumlarda cezai işlemler uygulanarak, işletmelerin kalite standartlarına ve sürdürülebilir turizm ilkelerine uyumunu sağlamak, bölgenin turizm imajının korunmasına ve geliştirilmesine olumlu katkı sağlayacaktır.

Gaziantep turizmi için yeni bir master plan oluşturulmasına yönelik bir ihtiyaç belirlenmiştir. Bu plan, mevcut kültürel miras değerlerinin genel durumunun ayrıntılı bir şekilde incelenmesini içermekte ve özellikle geri planda kalan kültürel miras değerlerinin turizme kazandırılması amacıyla kapsamlı bir planlamanın yapılmasını önermektedir. Bu çerçevede, plan, bölgedeki kültürel miras turizminin gelişimini desteklemek üzere hem yakın hem de uzun vadeli hedefleri belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu hedefler, bölgenin turistik potansiyelini en üst düzeye çıkarmak ve sürdürülebilir bir turizm stratejisi oluşturmak için önemli bir temel oluşturacaktır.

Turizm faaliyetleri çerçevesinde gelir elde etmenin temel unsurlarından biri olan konaklama, her ülke ve bölge için kritik bir öneme sahiptir. Bu bağlamda, Gaziantep özelinde konaklama oranlarını arttırmaya yönelik uygulanacak faaliyetler, kültürel miras turizminin bölgesel gelişmeye olan etkisini güçlendirecek önemli unsurları içermektedir. Bu kapsamda özellikle turizm çeşitlendirmesine odaklanmak, barak havalalarının turizme kazandırılması, yöresel yemeklerin çeşitlendirilmesi ve

bölgeye gelen ziyaretçilerin vakit geçirebileceği eğlence mekanlarının sayısının artırılması, Gaziantep'te konaklama oranlarını olumlu yönde etkileyecek stratejik adımlardır. Bu faaliyetler, bölgedeki turistik çekiciliği artırarak sürdürülebilir bir turizm ekonomisinin gelişmesine katkıda bulunacaktır.

Bölgedeki kültürel miras değerlerinin, örneğin kастeller, livaslar, Dülük Antik Kenti, Yesemek Antik Kenti ve Heykel Atölyesi vb. bilinirliğini artırmaya yönelik faaliyetlerin gerçekleştirilmesi, bölgeye gelen ziyaretçilerin bu değerlere ilgi göstermelerini teşvik edecektir. Öte yandan yöresel el sanatlarının daha fazla teşvik edilmesi, istihdam yaratma konusunda önemli katkılarda bulunurken, bu değerlerin uluslararası düzeyde pazarlanabilir hale gelmesi kültürel miras turizmi kapsamında daha fazla gelir elde edilmesine katkıda bulunacaktır. Bu stratejik adımlar, bölgenin kültürel zenginliklerini daha geniş bir kitleye tanıtarak turizm potansiyelini artıracak ve sürdürülebilir bir turizm ekonomisinin oluşturulmasına katkı sağlayacaktır.

### KAYNAKÇA

- AAKER**, David. A., ve Damien McLoughlin (2009), Strategic market management: **global perspectives**. Wiley.
- AAS**, Christina, Adele Ladkin ve John Fletcher (2005). Stakeholder collaboration and heritage management. **Annals of tourism research**, 32(1), 28-48.
- ACUNER**, Şebnem AKIN (2006). Turizmde sürdürülebilirlik anlayışı içerisinde alternatif TURİZM türlerinin yeri. **Verimlilik Dergisi**, (4).
- AKBABA**, Atilla, (2012), Destinasyon geliştirme ve küçük ölçekli turizm işletmeleri: Akçakoca üzerine bir inceleme. **Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 12(1), 1-16.
- AKGÖZ**, Erkan, Ramazan Göral ve Engin Tengilimoğlu (2016). Turistik Ürün Çeşitlendirmenin Sürdürülebilir Destinasyonları Açısından Önemi. **Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi**, (55), 397-407.
- AKGÜNDÜZ**, Yılmaz ve Gökçe Yüksek (2021), Turizmde Çazibe Unsurları, **İçinde Genel Turizm**, Edt. Celil Çakıcı, Detay Yayıncılık
- AKGÜNDÜZ**, Yılmaz, Ali Dalgılıç ve Ferah Özkök (2021), Turizm Arz ve Talebi, **İçinde Genel Turizm**, Edt. Celil Çakıcı, Detay Yayıncılık
- AKIN** Aliye (2018), El Sanatlarının Turizme Etkisi: Gaziantep Örneği, **AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı: 3, 18: 241-263
- AKİŞ**, Elif (2011), Küreselleşme Sürecinde Bölgesel Kalkınma Yaklaşımındaki Gelişmeler ve Bölgesel Kalkınma Ajansları. **Istanbul Journal of Sociological Studies**, (44), 237-256.
- AKOĞLAN KOZAK**, Meryem ve İsmail Kızılırmak (2006), Turistik ürün çeşitlendirmesi: Kültür ve turizm müdürleri görüşlerine dayalı bölgesel yaklaşımlar. **Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 3(5).
- AKOĞLAN KOZAK**, Meryem, Savaş Evren ve Onur Çakır (2013). Tarihsel süreç içinde turizm paradigması. **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, 24(1), 7-22.
- AKSOY**, Mustafa ve Gülistan Sezgi (2015), Gastronomi turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi gastronomik unsurları. **Journal of Tourism and Gastronomy Studies**, 3(3), 79-89.
- AKSÖZ**, Emre Ozan, Begüm Önem ve Birgül Aydın (2020), Kamp Deneyimi Yaşayan Bireylerin Glamping'e İlişkin Algılarının Belirlenmesi, **Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research**, 4(2), 185-196.
- AKSU**, A. Akın ve V. Rüya Ehtiyar (2007). Turizm işletmelerinde çağdaş yönetim teknikleri. Detay Yayıncılık, Ankara.
- AKTAN**, Coşkun Can ve Hasan Tutar (2007). Bir sosyal sabit sermaye olarak kültür. **Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi**, 6(20), 1-11.
- ALAEDDİNOĞLU**, Faruk ve Ali Selçuk Can (2007). Türk Turizm Sektöründe Tur Operatörleri ve Seyahat Acentaları. **Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, (2), 50-66.

- AL-ANSİ**, Amr, Jin-Soo Lee, Brian King, Heesup Han (2021), Stolen History: Community Concern Towards Looting Of Cultural Heritage And Its Tourism Implications. **Tourism Management**, 87, 104349.
- ALBAYRAK**, Aslı (2013). **Alternatif Turizm**. Detay Yayıncılık.
- ALBERTİ**, Fernando G., ve Jessica D. Giusti (2012). Cultural Heritage, Tourism And Regional Competitiveness: The Motor Valley Cluster. **City, culture and society**, 3(4), 261-273.
- ALEXANDRAKİS**, George, Constantine Manasakis ve Nikolaos. A Kampanis (2019). Economic and societal impacts on cultural heritage sites, resulting from natural effects and climate change. **Heritage**, 2(1), 279-305.
- ALİAĞAOĞLU**, Alpaslan (2004). Sosyo-kültürel miras turizmi ve Türkiye'den örnekler. **Coğrafi Bilimler Dergisi**, 2(2), 50-64.
- ALPASLAN**, İrem (2015) Unesco, Sürdürülebilir Kalkınma ve Kültür: Somut Olmayan Kültürel Miras (SOKÜM) Örneği, Unesco Türkiye Millî Komisyonu, Unesco Uzmanlık Tezi, Ankara.
- ALRAWADİEH**, Ziad, Girish Prayag, Zaid Alrawadieh ve Motasem Alsalameen (2019). Self-identification with a heritage tourism site, visitors' engagement and destination loyalty: the mediating effects of overall satisfaction. **The Service Industries Journal**, 39(7-8), 541-558.
- ALTINDİŞ** Selma ve Aysun Ergin (2018), Araştırma Evreni ve Örnekleme, **İçinde Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**, Edt. Şebnem Aslan, Eğitim Yayınları, 81-105
- ALTINER**, Ali. (2019). Turizm ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye örneği (1969-2018). **Anadolu İktisat ve İşletme Dergisi**, 3(2), 114-133.
- ALVAREZ**, Maria D., ve Meral Korzay (2011). Turkey as a heritage tourism destination: The role of knowledge. **Journal of Hospitality Marketing & Management**, 20:3-4, 425-440.
- ÁLVAREZ-GARCÍA**, José, Claudia Patricia Maldonado-Erazo, María de la Cruz Del Río-Rama ve Francisco Javier Castellano-Álvarez, (2019). Cultural heritage and tourism basis for regional development: mapping of scientific coverage. **Sustainability**, 11(21)
- AL-HAGLA**, K. S. (2010). Sustainable urban development in historical areas using the tourist trail approach: A case study of the Cultural Heritage and Urban Development (CHUD) project in Saida, Lebanon. **Cities**, 27(4), 234-248.
- APALI**, Ali ve Rifat Yıldız (2015). Bölgesel Kalkınma Ajansları: Fransa ve İngiltere Örnekleri. **Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi**, 1(23), 66-88.
- ARASTAMAN**, Gökhan. İnci Öztürk Fidan ve Tuncer Fidan (2018). Nitel Araştırmada Geçerlik ve Güvenirlilik: Kuramsal Bir İnceleme. **Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, 15(1), 37-75.
- ARIKAN**, Hacer. (2009), Kahramanmaraş Ahşap Oyma Sanatı, Gaziantep Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü **Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Gaziantep

- ARSLAN** Erdal (2021), Turistik Tüketimin Kimlik İnşasındaki Rolü, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ABD, **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- ARSLAN**, Erdal (2022). Nitel Araştırmalarda Geçerlilik ve Güvenilirlik. **Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, (51), 395-407.
- ARSLAN**, Gülen Elmas (2013), Ekonomik Büyüme, Kalkınma ve Gelir Dağılımı. **Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 6(2), 45-52.
- ASHWORTH**, G. J. (2014). Heritage and Economic Development: selling the unsellable. **Heritage & Society**, 7(1), 3-17.
- ASLAN**, Zaki ve Monica Ardemagni, (2006), Introducing Young people to the protection of heritage sites and historic cities: A practical guide for school teachers in the Arab region. Roma, Italia: **ICCROM**.
- ASPERS**, Patrik (2004) Empirical phenomenology: A qualitative research approach (The Cologne Seminars). **Indo-pacific journal of phenomenology**, 9(2), 1-12.
- AŞKIN** Suat (2015), Gaziantep İlinin Ekonomik Kalkınma ve Verimliliğine Turizm Sektörünün Etkisi, Fırat'tan Volga'ya Medeniyetler Köprüsü. **Adıyaman Üniversitesi Yayınları**, 150-162
- ATEŞ**, Hüseyin ve İsmail Hakkı Üzüm (2021), Toplumsal Mirasın Aktarılmasında Müzelerin Rolü Gaziantep Büyükşehir Belediyesi'ne Bağlı Müzeler Üzerine Bir Değerlendirme, **UNIMUSEUM**, 4(2), 82-95.
- AVCIKURT**, Cevdet ve S. Banu Yıldız (2016), Turizmin Tarihsel Gelişme Süreci ve Turizmin Gelişmesine Etki Eden Faktörler, **İçinde Genel Turizm Bilgisi**, Ed. Oktay Emir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, ss. 46-65, Eskişehir
- AYAZ**, Nurettin, Ömer Ceyhan ve Kübra Sünbül (2018). Kültürel miras alanları üzerine bir meta analizi: Safranbolu ilçesi örneği. **Türk Turizm Araştırmaları Dergisi**, 2(1), 1-14.
- AYDIN**, Birgül (2020), Destinasyon Yaşam Döngüsü Kapsamında Turizmdestinasyonlarında Yeniden Canlandırma Stratejilerinin Belirlenmesi: Kaş Örneği, **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir
- AYDIN**, Şule ve Arif Akpınar (2022), Miras ve UNESCO Dünya Mirası, **İçinde Her Yönüyle Miras Turizmi**, (Editörler; Şule Aydın, Mustafa Boz ve Koray Çamlıca), Detay Yayıncılık
- AYTAN** Ozan Arslan (2021), Hareketli Avcı-Toplayıcı Grupların Yaşam Biçimiyle Yerleşik Çiftçi Toplulukların Yaşam Biçimi Arasındaki İnsan-Mekân İlişkisinin Mukayesesi, **Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 18(2), 979-1012.
- BAHAR**, Ozan (2006). Turizm sektörünün Türkiye'nin ekonomik büyümesi üzerindeki etkisi: VAR analizi yaklaşımı. **Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, 13(2), 137-150.
- BAHAR**, Ozan ve Kurtuluş Bozkurt (2010). Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Dinamik Panel Veri analizi. **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, 21(2), 255-265.

- BAHAR**, Ozan ve Metin Kozak (2005), Türkiye Turizminin Akdeniz Ülkeleri ile Rekabet Gücü Açısından Karşılaştırılması, **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, 16(2), 139-152.
- BAHAR**, Ozan ve Metin Kozak (2018), **Turizm Ekonomisi**, 8. Baskı, Detay Yayınları
- BAL**, Hüseyin (2013). Nitel Araştırma Yöntemleri. Isparta: Fakülte Kitabevi.
- BAL**, Hüseyin (2016), Nitel Araştırma Yöntem ve Teknikleri, Sentez Yayınları
- BĂLAN**, Mariana ve Valentina Vasile (2015). Cultural determinants of economic performance in Romania. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 188, 290-296.
- BALTACI**, Ali (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır?. **Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 5(2), 368-388.
- BANDARİN**, Francesco, Jyoti Hosagrahar ve Frances Sailer Albernaz (2011). Why Development Needs Culture. **Journal Of Cultural Heritage Management And Sustainable Development**, 1(1), 15-25.
- BARAKAZI**, Mahmut (2015). Gaziantep ilinin kültür turizmi potansiyelinin seyahat acentaları tarafından değerlendirilmesine yönelik bir araştırma. **Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Gaziantep.
- BARRÈRE**, Christian (2016). Cultural heritages: From official to informal. **City, Culture and Society**, 7(2), 87-94.
- BASAK**, Debanjan, Arghadeep Bose, Subham Roy, Indrajit Roy Chowdhury ve Bipul Chandra Sarkar (2021). Understanding sustainable homestay tourism as a driving factor of tourist's satisfaction through structural equation modelling: A case of Darjeeling Himalayan region, India. **Current Research in Environmental Sustainability**, 3, 100098.
- BASAT**, Ezgi Metin (2013). Somut ve Somut Olmayan Kültürel Mirası Birlikte koruyabilmek. **Millî Folklor**, Yıl 25, Sayı 100
- BAŞKALE**, Hatice (2016). Nitel araştırmalarda geçerlik, güvenilirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi, **Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi**, 9(1), 23-28.
- BATMAN**, Orhan (2008), **Otel İşletmelerinin Yönetimi**, Değişim Yayınları, 3. Baskı, İstanbul.
- BATMAZ**, Yücel Nazlı ve Gülhanım Biçici (2021). Türkiye’de somut kültürel mirasın korunması üzerine bir alan araştırması: Kırıkkale-Delice örneği, **Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi**, 4(1), 97-110.
- BAYAT**, Gülşen (2019), Destinasyonlarda Paydaşlar ve Yönetişim, **İçinde Destinasyon Yönetimi ve Pazarlanması**, Edt. Belma Suna, Detay Yayıncılık, s, 23-38 Ankara
- BEDATE**, Ana, Luis César Herrero ve José Ángela Sanz (2004). Economic valuation of the cultural heritage: application to four case studies in Spain. **Journal of cultural heritage**, 5(1), 101-111.

- BEEHO**, Alison J. ve Richard C Prentice (1997). Conceptualizing the experiences of heritage tourists: A case study of New Lanark World Heritage Village. *Tourism Management*, 18(2), 75-87.
- BEKÇİ**, Muhammed ve Seda Şahin (2019). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Faaliyet Gösteren Sivil Toplum Kuruluşları Üzerine Bir İnceleme. **Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 19(1), 81-105.
- BELBER**, Burcu Gülsevil ve Gülhan Sözbilen (2016). Nevşehir'in Turistik Ürünlerine Olan Talebin, Şehrin Kültürel Miras Unsurlarına Etkisiyle İlgili Yerel Halk Algıları. **II. Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu**. Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- BENUR**, Abdelati M. ve Bill Bramwell (2015). Tourism product development and product diversification in destinations, *Tourism Management*, 50, 213-224.
- BERBER**, Metin. (2011), **İktisadi Büyüme ve Kalkınma**, 4. Baskı, Derya Kitabevi, Trabzon
- BHATIA**, A. K. (2002), **Tourism Development: Principles And Practices**. Sterling Publishers Pvt. Ltd.
- BİÇKİN**, Ferdi ve Seda İdikut Şahin (2021). Destinasyon tanıtım aracı olarak etkinliklerin tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisi: Şeb-i Arus örneği. **Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 14(1), 303-316.
- BİNOY**, T. A. (2011). Archaeological and heritage tourism interpretation A study. **South Asian Journal of Tourism and Heritage**, 4(1), 100-105.
- BİRDİR** Kemal, Halil İbrahim Karakan ve Okan Çolak (2016). Gaziantep İlinin Turizm Açısından Swot Analizi ve Turizmin Geliştirmesine Yönelik Öneriler. *Journal of Travel & Hospitality Management/Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13(1).
- BONIFACE**, Priscilla (1995). *Managing quality cultural tourism*. **Routledge**
- BONIFACE**, Priscilla ve Fowler Peter J. (1993). Heritage and Tourism in The Global Village. Routledge.
- BONİNİ**, Baraldi, Sara ve Daniel David Shoup (2014). Heritage management at the local level: rhetoric and results in the case of Gaziantep, Turkey. *International Journal of Cultural Policy*, 20(5), 588-612.
- BONN**, Mark A., Sacha M. Joseph-Mathews, Dai Mo, M, Steve Hayes ve Jenny Cave (2007). Heritage/cultural attraction atmospherics: Creating the right environment for the heritage/cultural visitor. *Journal of Travel Research*, 45(3), 345-354.
- BOWITZ**, Einar., ve Karin Ibenholt (2009). Economic impacts of cultural heritage—Research and perspectives. *Journal of cultural heritage*, 10(1), 1-8.
- BOYACIOĞLU**, Ebru. Z. (2015) Bölgesel kalkınmada turizmin etkisi. İçinde **Turizm Politikası ve Planlaması**, Ed. Derman Küçükaltan, Hüseyin Çeken ve Şefik Okan Mercan, ss. 195-210, Detay Yayıncılık, Ankara.
- BOYD**, Stephen (2001), Cultural and heritage tourism in Canada: Opportunities, principles and challenges, *Tourism and hospitality Research*, 3(3), 211-233.

- BOYRAZ, S.**, ve Tepe, M. E. (2019). Verilerin Analizi. **Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri İçinde** (ss. 274-320). Ankara: Pegem Akademi.
- BOZ** Ahmet ve Sadık Serçek (2016) The Role Of Tourism İn Regional Development And Its Effects On Economic Development, **Proceedings E-BOOK II**
- BOZLOĞAN**, Recep. (2005). Sürdürülebilir Gelişme Düşüncesinin Tarihsel Arka Planı, **In Journal of Social Policy Conferences** (No. 50, pp. 1011-1028).
- BRAUN**, Virginia ve Victoria Clarke (2013). Successful qualitative research: A practical guide for beginners, **Successful qualitative research**, 1-400.
- BRODSKY-PORGES**, Edward. (1981). The grand tour travel as an educational device 1600–1800. *Annals of tourism research*, 8(2), 171-186.
- BROKAJ**, Rezarta (2014). Local Governments role in the sustainable tourism development of a destination. **European scientific journal**, 10(31).
- BUJDOSÓ**, Zoltán, Lóránt Dávid, Anett Tózsér, Gyöngyi Kovács, Veronika Major-Kathi, Gulmira Uakhitova, Péter Katona ve Mária Vasvári (2015). Basis of heritagization and cultural tourism development. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 188, 307-315.
- BULGAN**, Gülay (2017), Kavramsal Boyutu ile Turizm, **İçinde Genel Turizm**, Ed. Mahmut Demir, Detay Yayıncılık
- BULUK**, Buket ve Ferah Özkök (2016). Küreselleşme hareketlerinin turizm endüstrisine etkileri, **Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi**, (54), 37-53.
- BULUT**, Elmas ve Mustafa Yaşar Şimşek (2014), Kırsal Turizm ve Gaziantep Arkeolojik Değerleri. **Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi**, (2), 38-44.
- BULUT**, Erol (2000), Türk turizminin Dünya'daki yeri ve dış ödemeler bilançosuna etkisi. **Gazi Üniversitesi iktisadi ve idari bilimler fakültesi dergisi**, 2(3), 71-86.
- BUTLER**, Richard (2015). The evolution of tourism and tourism research. *Tourism Recreation Research*, 40(1), 16-27.
- BÜYÜKKURU**, Meral (2020), Turizm Paydaşlarının Turizmin Etkilerine Bakış Açısı: Kapadokya Örneği, **İğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, (24), 373-402.
- CAMİLLERİ**, Mark Anthony (2018), The Tourism Industry: An Overview. **In Travel Marketing, Tourism Economics And The Airline Product C. 1**, pp 3-27, Cham, Switzerland: Springer Natur
- CAMPOY-MUÑOZ**, Pilar, M. Alejandro Cardenete ve M. Carmen Delgado (2017). Assessing the economic impact of a cultural heritage site using social accounting matrices: The case of the Mosque-Cathedral of Cordoba. **Tourism Economics**, 23(4), 874-881.
- CAN**, Hilal (2006). **Seyahat Acentalarında Paket Tur Satışları ve Sonrasında Tüketici Şikayetlerine Yönelik Bir Araştırma**, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi, Balıkesir

- CAN, İpek İtır ve Hilal Ağcakaya. (2019). Somut olmayan kültürel miras kapsamında mutfak kültürünün sürdürülebilirliği: Türkiye'deki gastronomi müzeleri örneği. **Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research**, 3(4), 788-804.
- CAN, Mine. (2013), Geleneksel Türk El Sanatlarının Turizme ve Ekonomiye Katkısı, **Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi**, 5(2), 259-266.
- CARBONE, Fabio (2016). An insight into cultural heritage management of tourism destinations. **European Journal of Tourism Research**, 14, 75-91.
- CASSEL, Heldt Susanna ve Albina Pashkevich (2011). Heritage tourism and inherited institutional structures: The case of Falun Great Copper Mountain. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**, 11(1), 54-75.
- CASTILLO-MANZANO, Jose I., Mercedes Castro-Nuño, Lourdes Lopez-Valpuesta ve Álvaro Zarzoso (2021). Assessing the tourism attractiveness of World Heritage Sites: The case of Spain. **Journal of Cultural Heritage**, 48, 305-311.
- CERÍSOLA, Silvia (2019). A new perspective on the cultural heritage–development nexus: The role of creativity. **Journal of Cultural Economics**, 43(1), 21-56.
- CERÍSOLA, Silvia ve Elisa Panzera (2021). Cultural and creative cities and regional economic efficiency: context conditions as catalyzers of cultural vibrancy and creative economy. **Sustainability**, 13(13)
- CEYHAN, M. Said ve Sema Özlem Özcan (2018), Bölgesel Kalkınmada Kümelenmelerin Rolü: Bartın İli Ayakkabıcılık Sektörü Örneği, **Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 18(1), 141-163.
- CEYLAN, Kutalmış. Emre ve Abdullah Eravcı (2019). Kültürel Mirasın Ekonomik Değer ve Marka Şehir Pazar Performansına Etkisi. **The Journal of International Scientific Researches**, 3(4), 45-61.
- CHADWICK, Robert. (2005). First Civilizations: Ancient Mesopotamia and Ancient Egypt. **Equinox**
- CHARMAZ, K. (2011). A Constructivist Grounded Theory Analysis Of Losing And Regaining A Valued Self. (Editörler: Wertz, F. J., Charmaz, K., McMullen, L. M., Josselson, R., Anderson, R. ve McSpadden, E.) içinde, **Five Ways of Doing Qualitative Analysis, -Phenomenological Psychology, Grounded Theory, Discourse Analysis, Narrative Research and Intuitive Inquiry-**, ss. 165-204. New York: The Guilford Press
- CHHABRA, Deepak (2010). Sustainable marketing of cultural and heritage tourism. **Routledge**.
- CHHABRA, Deepak Robert Healy ve Erin Sills (2003). Staged authenticity and heritage tourism. **Annals Of Tourism Research**, 30(3), 702-719.
- CHHABRA, Deepak. (2009). Proposing a sustainable marketing framework for heritage tourism. **Journal of Sustainable Tourism**, 17(3), 303-320.
- CHOİ, Andy. S., Brent. W. Ritchie, Franco Papandrea ve Jeff Bennett (2010). Economic valuation of cultural heritage sites: A choice modeling approach. **Tourism Management**, 31(2), 213-220.

- CHONG**, Kar Yee ve Ann Selvaranee Balasingam (2018). Tourism sustainability: Economic benefits and strategies for preservation and conservation of heritage sites in Southeast Asia. **Tourism Review**, 74(2), 268-279.
- CHOU**, Ming Che (2013). Does Tourism Development Promote Economic Growth In Transition Countries? A Panel Data Analysis. **Economic Modelling**, 33, 226-232.
- CHRİSTOU**, Evangelos (2005). Heritage and cultural tourism: A marketing-focused approach. In Marianna. Sigala ve David. Leslie, **International Cultural Tourism: Management, İmplications And Cases** (pp. 3–15). Oxford, England: Butterworth-Heinemann
- CLAVERİA**, Oscar, Enric Monte ve Salvador Torra (2015), Common trends in international tourism demand: Are they useful to improve tourism predictions? **Tourism Management Perspectives**, 16, 116-122
- COLLİSON**, Fredrick M. ve Daniel L. Spears (2010). Marketing cultural and heritage tourism: The Marshall Islands. **International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research**, 4(2), 130-142.
- CÖMERT**, Menekşe ve Kadir Çetin (2017). Gastronomi Temalı Yerel Festivaller Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of International Social Research*, 10(54).
- CRAİK**, Jennifer (1997), The Culture of Tourism, Touring Cultures, Transformations of Travel and Theory, Edt: Chris Rojek and John Urry, **Routledge Publishing**, England,
- CRESPİ-VALLBONA**, Montserrat ve Darko Dimitrovski (2016). Food Markets Visitors: A Typology Proposal. **British Food Journal**, 118(4), 840-857.
- CRESWELL** John. W. (2017), Araştırma Deseni, Çev. Bütün, M, Ed. S.B. Demir, Ankara, Eğiten Kitap, 4. Baskıdan Çeviri.
- CROUCH**, Geoffrey I. ve J. R. Brent Ritchie, (1999), Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity, **Journal Of Business Research**, 44(3), 137-152.
- CSAPÓ** János (2012), The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry, İçinde **Strategies for Tourism Industry – Micro and Macro Perspectives**, Edt. Murat Kasimoğlu ve Handan Aydın, BoD–Books on Demand.
- ČUČULOVİĆ**, Rodoljub, Milutin Mrkša ve Ana Čučulović (2014). Cultural heritage in the function of sustain development of tourism in the municipality of Vrbas. **Bulletin Of The Serbian Geographical Society**, 94(2), 45-64.
- CUNDY**, Waldemar, Rafal Rouba ve Pavol Korec (2012). Residents' Perception of Festivals-A Case Study of Lodz, *Sociologia*, 44 (6), 704-728.
- ÇAŞKURLU**, Eren (2014), İstihdamsız Büyüme (İstihdamsız İyileşme) Sorununa Karşı Kamusal Politikalar ve Önemi: Türkiye Açısından Bir Değerlendirme. **Amme İdaresi Dergisi**, 47(2).
- ÇEKEN**, Hüseyin (2019), **Turizm Ekonomisi**, 3. Baskı, Detay Yayınları
- ÇEKEN**, Hüseyin, Taner Dalgın ve Neşe Çakır (2012). Bir Alternatif Turizm Türü Olarak Kırsal Turizmin Gelişimini Etkileyen Faktörler Ve Kırsal Turizmin Etkileri. **International Journal of Social and Economic Sciences**, 2(2), 11-16.

- ÇEKEN**, Hüseyin. (2008). Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme. **Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 10(2), 293-306.
- ÇEKMEZ**, Erdem, Cemalettin Yıldız ve Suphi Önder, Bütüner (2012). Phenomenographic research method. **Balıkesir Üniversitesi Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi**.
- ÇETİN**, Betül (2018), Türkiye’de Bölgesel Büyümenin Kaynakları, Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekonometri Anabilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Kırıkkale
- ÇIRAK**, Ayşegül Altınörs (2022). Kültürel Miras Yönetimi Üzerine Kavramsal ve Yöntemsel Bir Araştırma. **Megarön**, 17(1).
- ÇOBAN**, Ahmet ve Behçet Oral (2020), Bilimsel Araştırma Yöntemleri ile İlgili Temel Kavramlar, İçinde **Kuramdan Uygulamaya Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri**, Editörler: Behçet Oral ve Ahmet Çoban
- ÇORBACI**, Hatice (2015). Adıyaman’ın Arkeolojik Değerleri, Fırat’tan Volga’ya Medeniyetler Köprüsü. **Adıyaman Üniversitesi Yayınları**, (13), 23-46.
- ÇOŞKUN**, Güliz (2020), Cultural Diffusion Theory and Tourism Implications. **International Journal of Geography and Geography Education**, (43), 358-364.
- DE AMORİM**, L. A., Sousa, B. B., Dias, A. L., & Santos, V. R. (2022). Exploring the outcomes of digital marketing on historic sites' visitor behaviour. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Developmen*
- DECROP**, Alain (2004). Trustworthiness in Qualitative Tourism Research. İçinde, **Qualitative research in tourism: Ontologies, epistemologies and methodologies**, Edt: Jenny Phillimore ve Lisa Goodson, ss. 156-169. London: Routledge
- DEJONCKHEERE**, Melissa ve Lisa M. Vaughn (2019). Semistructured interviewing in primary care research: a balance of relationship and rigour. **Family Medicine and Community Health**, 7(2).
- DEMİR**, Mahmut (2017), Tarihsel Boyutu ile Turizm, **İçinde Genel Turizm**, Ed. Mahmut Demir, Detay Yayıncılık
- DEMİRBULAT**, GÜDÜ Özge (2022), Evaluation Of The Activities Of Regional Development Agencies In Turkey Within The Scope Of Tourism Types, **Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel**, 5(2)
- DENİZ**, Başdoğan, Gülçinay. (2022). Kültürel Mirasın Korunması İçin Sürdürülebilir Miras Yönetimi: Türkiye Örneği. **Kent Akademisi**, 15(3), 1204-1222.
- DEVAUX**, Nicolas, Etienne Berthold ve Jean Dube (2018). Economic impact of a heritage policy on residential property values in a historic district context: The case of the old city of Quebec. **Review of Regional Studies**, 48(3), 279-297.
- DEVİREN**, Nursen Vatansever ve Onur Yıldız (2014). Bölgesel kalkınma teorileri ve yeni bölgeselcilik yaklaşımının Türkiye’deki bölgesel kalkınma politikalarına etkileri. **Akademik Bakış Dergisi**, 44, 1-35.

- DEVİRİM**, Fevzi ve Gökhan Dökmen, (2012) Avrupa Birliği'nde Bölgesel Yenilik Sistemlerine Yönelik Kamu Politikaları: Seçilmiş Ülke Örnekleri, **Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 31(1), s. 1-30.
- DİKER**, Oğuz. (2016). Kültürel Miras ile Kültürel Miras Turizmi Kavramları Üzerine Kavramsal Bir Çalışma. **The Journal Of Academic Social Science**, 30(30), 365-374.
- DİLAY**, Seda. (2021), Kültürel Miras Değerlerinin Bölgesel Kalkınmadaki Yeri (Karaman-Taşkale Ören Yeri Örneği), **Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi**, (31), 735-745.
- DİLEK**, Sabahattin, Emre., (2020), Kültürel Miras Turisti ve Tipolojisi, **İçinde Kültürel Miras ve Turizm**, Ed. Murat Gümüş ve S. Emre Dilek, Detay Yayınları.
- DİMİTRİOS**, D. J., John, M. C., & Maria, S. F. (2017). Quantification of the air transport industry socio-economic impact on regions heavily depended on tourism. *Transportation Research Procedia*, 25, 5242-5254.
- DİNÇER**, Mithat ve Füsün Dinçer (1989). Türkiye'de konaklama sektörünün gelişimi ve başlıca sorunları üzerine bir araştırma. **İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası**, 47(1-4).
- DOĞAN**, Hasan Hüseyin (2015), Yerel Yönetimlerin Kentsel Dönüşüm Uygulamaları Sürecine Halkın Katılımı, **Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 8(2)
- DOĞAN**, Mustafa (2020), Sürdürülebilir Turizm ve Kültürel Miras Yönetimi, **İçinde Kültürel miras ve Turizm**, Edt. Murat Gümüş ve S. Emre Dilek, s.81-94, Detay Yayıncılık
- DOĞAN**, Seyhun ve Zafer Yıldız (2007). Bölgesel Kalkınma, Turizmin İlişkisi ve Göller Bölgesi Kalkınmasında Alternatif Turizm Potansiyelinin Kullanılabilirliğine Yönelik Bir Araştırma. **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, (6), 147-182.
- DOĞANER**, M. Suna (2014), **Kültürel Miras Turizmine Giriş**, *İstanbul Üniversitesi Yayınları*
- DONOHUE**, Holly. M. (2012). Sustainable heritage tourism marketing and Canada's Rideau Canal world heritage site. **Journal of Sustainable Tourism**, 20(1), 121-142.
- Du CROS**, Hilary ve Bob McKercher (2020). Cultural tourism (3rd Ed), Ne York NY: **Routledge**
- DU CROS**, Hilary. (2001). A new model to assist in planning for sustainable cultural heritage tourism. **International Journal of Tourism Research**, 3(2), 165-170.
- DULUPÇU**, Murat Ali, Onur Sungur ve Hidayet Keskin (2010). Bölgesel kalkınmada yeni yaklaşımlar ve Türkiye'de kalkınma planlarına yansımaları: Kalkınma planlarının yeni teoriler açısından değerlendirilmesi. **6. Ulusal Coğrafya Sempozyumu**, Ankara Üniversitesi Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi, Ankara.
- DUMAN**, Feridun (2020), Turizmin Kültürel Miras Üzerindeki Etkileri, **İçinde Kültürel Miras ve Turizm**, Edt. Murat Gümüş ve S. Emre Dilek, Detay Yayıncılık, Ankara

- DUMAN**, Günseli, Savaş Duman, Hacı Murat Şahin, Ender Ali Uluç ve Çilem Bulut (2021). Spor Turizmi ve Gönüllülük. **Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi**, 6(4), 384-395.
- DURMAN**, Mustafa. (2001). Bölgesel Gelişimde Fütz Analizi Kullanmanın Önemi, **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, (5).
- DÜŞMEZKALENDER**, Ebru, Cansev Özdemir ve Medet Yolal, (2019). A study on perceived socio-economic impacts of cultural festival on local residents participation: Kafkasör Culture Tourism and Art Festival. **Turizm Akademik Dergisi**, 6(1), 121-130.
- EKİZ**, Durmuş (2020), Bilimsel Araştırma Yöntemleri, 6. Baskı, Anı Yayıncılık, Ankara
- EMEKLİ**, Gözde (2006). Coğrafya, kültür ve turizm: kültürel turizm. **Ege Coğrafya Dergisi**, 15(1-2), 51-59.
- ER**, Özlem ve Övünç Bardakoğlu (2016). Kültürel mirasın sürdürülebilir turizm ürünü çeşidi olarak değerlendirilmesi: Edirne Örneği. **İşletme Fakültesi Dergisi**, 17(2), 95-111.
- ERAYDIN**, Ayda (2004), “Bölgesel Kalkınma Kavramı, Kuram ve Politikalarda Yaşanan Değişimler”, **Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu**, DPT-PAÜ.
- ERDEM**, Barış (2002). Otel İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi Açısından Personel Bulma ve Seçme Süreci: Örnek Bir Uygulama (Master's Thesis, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- EREN**, Hayrettin ve Aynur Cidecigiller (2011), Bölgesel Kalkınma Ajansları. **Journal of Istanbul University Law Faculty**, 69(1-2), 391-409.
- ERKAN**, Birol (1999), Türkiye’de Nedenleri ve Boyutlarıyla Bölgesel Düalizim, **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, (2)
- ERSOY**, A. Figen (2019), Fenomenoloji, İçinde Eğitimde Nitel Araştırma Desenleri, ED. Ahmet Saban ve Ali Ersoy, Anı Yayınları, ss 81-138, Ankara
- ESFEHANİ** Minoo H. ve Julia N. Albrecht (2016), Roles Of İntangible Cultural Heritage İn Tourism İn Natural Protected Areas, **Journal Of Heritage Tourism**, 13(1), 15-29.
- EŞİTTİ**, Bekir (2019), Destinasyon Yönetimi Çerçevesinde Sürdürülebilir Turizm, İçinde Destinasyon Yönetimi ve Pazarlanması, Edt. Belma Suna, Detay Yayıncılık, s, 39-60 Ankara
- EVERETT**, Sally ve Cara Aitchison (2008). The role of food tourism in sustaining regional identity: A case study of Cornwall, South West England. **Journal of sustainable tourism**, 16(2), 150-167.
- FARİD**, Sally M. (2015). Tourism management in world heritage sites and its impact on economic development in Mali and Ethiopia. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 211, 595-604.
- FAYİSSA**, Bichaka, Christian Nsiah ve Badassa Tadasse (2007). Impact of Tourism on Economic Growth and Development in Africa. **Tourism Economics**, 14(4), 807-818.

- FERREIRA**, João ve Cristina Estevaso (2009). Regional competitiveness of a tourism cluster: A conceptual model proposal. **Encontros Científicos–Tourism & Management Studies**, 37-51.
- FREY**, Bruno. S., ve Andre Briviba (2021). A policy proposal to deal with excessive cultural tourism. *European Planning Studies*, 29(4), 601-618.
- FROST**, Warwick. (2003). The Financial Viability Of Heritage Tourism Attractions: Three Cases From Rural Australia. **Tourism Review International**, 7(1), 13-22.
- FYALL**, Alan ve Brian Garrod (1998), Heritage Tourism: At What Price? Managing Leisure, 3(4), 213-228
- GAZİYEV**, Elbrus ve Ebru. Z Boyacıoğlu (2021). Azerbaycan Ekonomisinin Gelişiminde Turizmin Yeri: Türkiye Tecrübesinin Uygulanabilirliği, **Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi**, 6(2), 275-295.
- GENÇ**, Koray ve Serkan ŞENGÜL (2015), Kültürel Miras Turizmine Yönelik Yerel Halkın Görüşlerinin Ortaya Çıkarılması: Mudurnu Ölçeğinde Bir Araştırma, **16. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı**, 218.
- GENÇ**, Volkan (2020), Kültürel Miras ve Turizm İlişkisi, **İçinde Kültürel Miras ve Turizm**, Ed. Murat Gümüş ve S. Emre Dilek, Detay Yayıncılık
- GEORGE**, Richard. (2021). **Marketing Tourism And Hospitality: Concepts and Cases**. Springer Nature.
- GEORGIËV**, Georgi ve Maria Vasileva (2012), Tangible and intangible cultural heritage in the Western Balkan countries and tourism development, **In Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija. Biennial International Congress, Tourism & Hospitality Industry** (p. 501). University of Rijeka, Faculty of Tourism & Hospitality Management.
- GİRİTLİOĞLU**, İbrahim ve Barış Armutçu (2016). Gaziantep Şehrinde Kongre Turizminin Mevcut Durumu ve Geliştirilmesine Yönelik Bir Saha Araştırması, **Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 2(3), 57-69
- GİRİTLİOĞLU**, İbrahim ve Elmas Bulut (2015), Yerel halkın bakış açısına göre Gaziantep turizmi ve sürdürülebilirlik. **International Journal of Social and Economic Sciences**, 5(1), 25-31.
- GIUDİCİ**, Ernestina, Claudia Melis, Silvia Dessi ve Bianca Francine Pollnow Galvao Ramos (2013), Is intangible cultural heritage able to promote sustainability in tourism? **International Journal of Quality and Service Sciences**, 5(1), 101-114
- GOELDNER** Charles R. ve J. R. Brent Ritchie (2012), **Tourism: Principles, Practices, Philosophies**, New Jersey: John Wiley and Sons, inc 12th ed. p.cm
- GÖCEN**, Candaş ve Salih Şahin (2021), Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları Bağlamında Coğrafya Eğitimi, **International Journal of Social Sciences**, 12(46), 1355-1370.
- GÖĞEBAKAN**, Yüksel (2015). Dünya üzerindeki kültürel varlıkların turizme ve ekonomiye katkısı. **Sanat ve Tasarım Dergisi**, 5(2), 48-71.

- GÖSSLING**, Stefan, C. Michael Hall ve David. B. Weaver (2009). Sustainable tourism futures: Perspectives on systems, restructuring and innovations. **In Sustainable tourism futures** (pp. 1-15). Routledge.
- GRAVARİ-BARBAS**, Maria (2018). Tourism as a heritage producing machine, **Tourism Management Perspectives**, 25, 173-176.
- GRAZIANO**, Terasa ve Donetella Privitera (2020). Cultural heritage, tourist attractiveness and augmented reality: insights from Italy. **Journal of Heritage Tourism**, 15(6), 666-679.
- GROENEWALD**, Thomas (2004). A phenomenological research design illustrated. **International journal of qualitative methods**, 3(1), 42-55.
- GUBA**, Egon G. ve Yvonna S. Lincoln (1982), Epistemological And Methodological Bases of Naturalistic Inquiry. **Ectj**, 30(4), 233-252.
- GUBA**, Egon, G. (1990), The Alternative Paradigm Dialog, Ed. Guba Egon G., **İçinde, The Paradigm Dialog**, ss 17-30, Newbury Park
- GUERRERO BACA**, L. F., & Soria López, F. J. (2018). Traditional architecture and sustainable conservation. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 8(2), 194-206.
- GUNJIC**, Lana (2017), Local perceptions of cultural heritage and tourism development—case study Bač, Serbia. **Ge-conservación**, (11), 25.
- GUZMÁN**, P. C., Pereira A.R. Roders, ve B.J.F. Colenbrander (2017). Measuring links between cultural heritage management and sustainable urban development: An overview of global monitoring tools. *Cities*, 60, 192-201.
- GÜLBAHAR**, Onur (2009), Turizmin Bölgelerarası Gelişmişlik Farklarını Gidermedeki Rolü (Türkiye Örneği), **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 23(1), 19-47.
- GÜLER**, Erdal ve Özgür Önder (2021), İl Özel İdarelerinin Yerel Yönetim Sistemindeki Yeri ve Geleceği Üzerine Bir Alan Çalışması: Bartın İl Özel İdaresi Örneği, **Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 7(2): 327-344
- GÜLERTEKİN** Genç, Seray (2020), Günümüzde Geçmiş Pazarlamak: Kültürel Mirasın Sürdürülebilir Pazarlanması, **İçinde Kültürel Miras ve Turizm**, Ed. Murat Gümüş ve S. Emre Dilek, Detay Yayıncılık
- GÜLSOY**, Ercan ve Atınç Olcay (2021). Müze Hizmet Kalitesi Ölçümü: Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi Üzerine Bir Çalışma. **Gaziantep University Journal of Social Sciences**, 20(2), 930-952.
- GÜNAL**, Veysi, Faruk Alaeddinoğlu ve M. Sait Şahinalp (2009). Türkiye'ye Yönelik Kültürel Turizm Turları ve Başlıca Güzergâhlar. **Gaziantep University Journal of Social Sciences**, 8(1).
- GÜNLÜ**, Ebru, Ige Pınar ve Kâmil Yağcı (2009). Preserving cultural heritage and possible impacts on regional development: Case of Izmir. **International Journal of Emerging and Transition Economies**, 2(2), 213-229.

- GÜRBÜZ** Sait ve Faruk Şahin (2015), **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**, Seçkin Yayıncılık. 2. Baskı
- GÜRPINAR**, Ergun (2001). Kültür ve tabiat varlıklarını koruma üzerine. **İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, (23-24), 185-193.
- GÜVENOL**, Buğcan, Zafer Gündüz ve Mehmet Emre Güler (2021), Endüstriyel Devrimler ve Toplumsal Gelişmelerin Işığında Turizm. **Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 6(12), 204-227.
- HANDAPANGODA**, Wasana S., Bandara Madduma Y. Himali ve U. Anura Kumara (2019), Exploring tradition in heritage tourism: the experience of Sri Lanka's traditional mask art. **International Journal of Heritage Studies**, 25(4), 415-436.
- HANSEN**, Trine Bille., Henrik Christoffersen ve Stephen Wanhill (1998), The economic evaluation of cultural and heritage projects: conflicting methodologies, **Tourism Culture & Communication**, 1(1), 27-48.
- HARMAN**, Serhat (2014). Sivil Toplum Kuruluşlarının Turizm Sistemindeki İşlevleri Üzerine Bir İnceleme/A Theoretical Review On Functions Of Non-Governmental Organizations In The Tourism System. **Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 11(26), 343-360.
- HASAN**, Mahamudul ve M. Imrul Jobaid (2014). Heritage tourism marketing: status, prospects and barriers. **IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)**, 16(5), 40-48.
- HAUSMANN**, Andrea (2007). Cultural tourism: Marketing challenges and opportunities for German cultural heritage. *International Journal of Heritage Studies*, 13(2), 170-184.
- HERBERT**, David, (2001). Literary places, tourism and the heritage experience, **Annals of Tourism Research**, 28(2), 312-333.
- HİTCHCOCK**, Graham ve David Hughes (1995). Research and the teacher: A qualitative introduction to school-based research. Routledge.
- HOCAOĞLU**, Dilek (2011), Endüstriyel ve Kültürel Mirasa Dayalı Kentsel Markalaşmada Tasarımın Rolü: Türkiye'deki Uygulamalara Yönelik Bir Analiz, Fen Bilimleri Enstitüsü, Endüstri Ürünleri Tasarımı ve Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul
- HOLLOWAY**, Christopher, Claire Humphreys ve Rob Davidson (2009). **The Business Of Tourism**. Sage.
- HOLLOWAY**, J Christopher (2004), Marketing For Tourism, Pearson Education.
- HOOKE**, Roger LeB ve José F. Martín Duque (2022). Impact of the Great Acceleration on Our Life-Support Systems.
- HOWARD**, Peter (2003). Heritage: Management, İnterpretation, İdentity. Bloomsbury Publishing.
- HUIBİN**, Xing, Azizan Marzuki ve Arman Abdul Razak (2012). Protective development of cultural heritage tourism: The case of Lijiang, China. **Theoretical And Empirical Researches İn Urban Management**, 7(1), 39-54.

- IMON**, Sharif Shams (2013). Issues of Sustainable Tourism at Heritage Sites in Asia. In Kapila D. Silva ve Neel Kamal Chapagain (Eds.), **Asian Heritage Management: Contexts, Concerns, and Prospects** (pp. 253-268). Routledge.
- IMON**, Sharif Shams (2017). Cultural heritage management under tourism pressure. **Worldwide Hospitality and Tourism Themes**, 9(3), 335-348.
- ISMAGİLOVA**, Gulnara, Lenar Safiullin ve Ilsha Gafurov (2015). Using historical heritage as a factor in tourism development. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 188, 157-162.
- ISMAİL**, Norhasimah, Tarmiji Masron ve Azizul Ahmad (2014). Cultural heritage tourism in Malaysia: Issues and challenges. In **SHS Web of Conferences** (Vol. 12, p. 01059). EDP Sciences.
- İŞİK**, Nalan ve Gamze, Efe (2021). Gaziantep'te Suriyeli Sığınmacılar ve Turizm. **International Review of Migration and Refugee Studies**, 2(1), 35-52.
- İŞİK**, Nihat., Duygu Baysal ve Onur Ceylan (2010). Bölgesel Kalkınma Farklılıklarının Giderilmesinde Bir Politika Aracı Olarak Kalkınma Ajansları. **Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 3(2), 1-18.
- İMİRGİ**, Aysun. (2005). Festival kavramı üzerine düşünceler, **Milli Folklor**, 17(65), 29-36.
- İPAR** Mehmet Sedat (2019), Destinasyonlarda Ürün Geliştirme ve Dağıtım, İçinde Destinasyon Yönetimi ve Pazarlanması, Edt. Belma Suna, Detay Yayıncılık, s, 163-188 Ankara
- İŞÇİ** Ceren, Berrin GÜZEL ve Emre ATABERK (2018) Mekâna ve Yerel Halka Bağlılık, Kültürel Mirasa Yönelik Tutumu Etkiler Mi? **Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 21(40), 583-606.
- JACKOWSKİ**, Antoni ve Valene. L Smith (1992), Polish pilgrim-tourists. **Annals of Tourism Research**, 19(1), 92-106.
- JACKSON**, Julie., ve Peter Murphy (2002). Tourism destinations as clusters: Analytical experiences from the New World, **Tourism and Hospitality Research**, 4(1), 36-52.
- JAFARİ**, Jafar (2000). **Encyclopedia of Tourism**. Taylor & Francis.
- JAMIESON**, Walter (1998). Cultural Heritage Tourism Planning And Development: Defining The Field And Its Challenges. **APT bulletin**, 29(3-4), 65-67.
- JAVIER**, Aser B. ve Dulce B. Elazigue (2011), Opportunities and challenges in tourism development roles of local government units in the Philippines. In **3rd Annual Conference of the Academic Network of Development Studies in Asia**, Nagoya University, Japan.
- JAYAWARDENA**, Chandana ve Diaram Ramajeasingh (2003). Performance of tourism analysis: a Caribbean perspective. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 15(3), 176-179.
- JENSEN**, Devon (2008). Confirmability. İçinde, **The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods**, Edt. Lisa M. Given, ss. 112. Los Angeles: SAGE

- JEON**, Myunghye Mindy, Myunghwa Kang ve Edward Desmarais (2016). Residents' perceived quality of life in a cultural-heritage tourism destination. *Applied Research in Quality of life*, 11, 105-123.
- JOSEFSSON** Johan ve Inga-Lill Aronsson (2016), Heritage as Life-Values: a Study Of The Cultural Heritage Concept. *Current Science*, 2091-2098.
- JURĖNIENĖ**, Virginija ve Martynas Radzevičius (2014). Models of Cultural Heritage Management. **Transformations in Business & Economics**, 13, 236-256.
- KALABA** Bertan (2021), Kùltürel Mirasın Sùrdürülebilirliđi Kapsamında Müzelerin Önemi, **Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi** 4(1), 102-112.
- KALAY**, Hacer Arslan ve Sevcan Yıldız (2017). Akdamar Anıt Müzesi'nin (Kilisesi) tarihsel süreçleri ve kùltürel miras turizmi açısından önemi. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 121-136.
- KALELİ**, Sumru (2021). Turizm Pazarlaması Kapsamında Bir Kùltür Turizmi Etkinliği: Kakava Şenlikleri ve Şenliklerin Şehre Katkısı. *Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi*, 13(2), 230-258.
- KALYONCU**, Merve (2022), Sivrihisar'da Kùltürel Mirasın Turizm Amaçlı Kullanımında Destinasyon Paydaşlarının Rolü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Eskişehir
- KARACA**, Ahmet Ali ve Bahri Şahin (2010). Ekonomik gerikalmışlık ve ekonomik dengesizlik kavramları üzerine bir deneme. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, (17), 15-20.
- KARADAL**, Himmet ve Gürsel Gündoğdu (2012). Kùltürel Turizmin Kùmelene Potansiyeli: Aksaray Örneği. *Karamanođlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(1), 155-162.
- KARADEMİR**, Nadire ve Feray Topu (2021), Geleneksel Kilim Dokuma Sanatı: Gaziantep Örneği, **Social Science Development Journal**, V.6, I. 27, Pp: 1-25
- KARAGÖZ**, Deniz ve Nesrin Savaş (2021) Turizmde Kùltürel Miras Araştırmalarının Haritalandırılması, **Journal of Gastronomy, Hospitality, and Travel**, 4(2)
- KARAHAN**, Murat, Vedat Bal ve Uluç Çağatay (2013). Turizm potansiyelinin değerlendirilmesi ve gelişiminde yerel aktörlerin rolü: Gaziantep örneği. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, (578), 61-61.
- KARAPINAR** Ebru ve Mahmut Barakazı (2017). Kùltürel miras turizminin sürdürülebilir turizm açısından değerlendirilmesi: Göbeklitepe Ören Yeri. **Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi**, 1(1), 5-18.
- KARASAR**, Niyazi (2017), Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Nobel Yayınları
- KARATAŞ**, Merve, Berk Furkan Aksu ve Gaye Deniz (2023). Unesco Yaratıcı Şehri Gaziantep'in Gastronomi Turizmi Cazibe Unsurları. **Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi**, 3(1), 105-125
- KARATAŞ**, Muhammed ve Eda Çankaya (2010). İktisadi Kalkınma Sürecinde Beşerî Sermayeye İlişkin Bir İnceleme. **Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, (3), 29-55.

- KAUL**, Himani ve Shivangi Gupta (2009), Sustainable Tourism in India. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 1(1), 12-18.
- KAYA**, Mürsel ve Hakan Alptürker (2023) Yerel kalkınma ve turizmde yerelleşme sürecinde turizm taşıma kapasitesinin önemi üzerine bir değerlendirme. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 185-198.
- KEİTUMETSE**, Susan. O. (2011). Sustainable development and cultural heritage management in Botswana: Towards sustainable communities. *Sustainable Development*, 19(1), 49-59.
- KERSTETTER**, Deborah, John Confer ve Kelly Bricker (2014), Industrial Heritage Attractions: Types and Tourists, **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 7(2), 91-104.
- KILIÇ**, Ecemiş Sibel ve Mustafa Mutluer (2004). Coğrafyada ve Bölge Planlamada Bölge Kavramının Karşılaştırmalı Olarak İrdelenmesi. **Ege Coğrafya Dergisi**, 13(1-2).
- KILIÇ**, Ecemiş Sibel ve Mustafa Mutluer, (2004). Coğrafyada ve bölge planlamada bölge kavramının karşılaştırmalı olarak irdelenmesi. *Ege Coğrafya Dergisi*, 13(1-2).
- KILIÇARSLAN**, Hatice (2009). *İktisadi Açıdan Bölgesel Dengesizlik Olgusu Osmaniye Örneği* (Doctoral dissertation, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, İktisat Bilim Dalı, Konya).
- KILINÇ** Savrul, B. (2012). Bölgesel kalkınma teorileri ve politikaları: Avrupa Birliği ve Türkiye. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul*.
- KIRAL**, Bilgen (2020). Nitel bir veri analizi yöntemi olarak doküman analizi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 170-189.
- KIZILGÖL**, Özlem ve Erman Erbaykal (2008). Türkiye’de turizm gelirleri ile ekonomik büyüme ilişkisi: Bir nedensellik analizi. **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 13(2), 351-360.
- KIZILIRMAK**, İsmail (2011). Dünyada ve Türkiye'deki Turizm İşletmelerinde Çevre Korumaya Yönelik Uygulamalar: Amacı ve Önemi. **Sosyal Bilimler Dergisi**, (2), 1-12.
- KIZILIRMAK**, İsmail, Fazıl Kaya ve Leyla Şişik (2015), Turizm Pazarlaması Yönetimi, **İçinde Turizm İşletmeciliği**, Ed. Orhan Akova, İsmail Kızıllırmak ve Haluk Tanrıverdi, ss. 91-127, Detay Yayınları, Ankara
- KİM**, Samuel Seongseop, Kevin K Wong ve Min Cho (2007). Assessing the economic value of a world heritage site and willingness-to-pay determinants: A case of Changdeok Palace. **Tourism Management**, 28(1), 317-322.
- KİM**, Soojung, Michelle Whitford ve Charles Arcodia (2019) Development of intangible cultural heritage as a sustainable tourism resource: the intangible cultural heritage practitioners’ perspectives, **Journal of Heritage Tourism**, 14:5-6, 422-435
- KİPER**, H. Perihan (2004), Küreselleşme Sürecinde Kentlerin Tarihsel-Kültürel Değerlerinin Korunması -Türkiye-Bodrum Örneği, Ankara Üniversitesi, Sosyal

- Bilimler Enstitüsü Kent ve Çevre Bilimleri Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara
- KOPAR**, Metin (2015), Fırat'tan Volga'ya Medeniyetler Köprüsü *Adıyaman Üniversitesi Yayınları, Yayın*, (13), 116-123
- KOŞAN**, Abdülkadir. (2006). Doğu Anadolu Bölgesi “Sürdürülebilir Kalkınma” Yönlü Turizm Projeleri ve Bir Değerlendirme. **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 8(2), 435-454.
- KOUTOULAS**, Dimitris (2015), **Understanding The Tourist Product** [Konferans bildirisi]. *Understanding Tourism -Theoretical Advances*, Mytilini, Yunanistan.
- KOZAK**, Nazmi (2014). Türkiye'de Seyahat Acenteleri Yöneticilerinin İş Alanlarıyla İlgili Beklentileri: Arakesitsel Bir Çalışma. **Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 1(2).
- KOZAK**, Nazmi, Meryem Akoğlan Kozak ve Metin Kozak (2019), Genel Turizm İlkeler-Kavramlar, Detay Yayıncılık, 21. Baskı.
- KOZAK**, Nazmi, Meryem, A. Kozak ve Metin Kozak (2022), Genel Turizm, Detay Yayıncılık, 24 Baskı, Ankara
- KÖROĞLU**, Özlem, Hasret Ulusoy Yıldırım ve Cevdet Avcıkurt (2018). Kültürel miras kavramına ilişkin algıların metafor analizi yoluyla incelenmesi. **Turizm Akademik Dergisi**, 5(1), 98-113.
- KROEBER**, A. L., ve Clyde Kluckhohn (1952). Culture: A critical review of concepts and definitions. *Papers. Peabody Museum of Archaeology & Ethnology, Harvard University*.
- KUMATONGO**, Brighton ve Kenneth Kapalu Muzata (2021). Research paradigms and designs with their application in education. **Journal of Lexicography and Terminology** (Online ISSN 2664-0899. Print ISSN 2517-9306)., 5(1), 16-32.
- KUNT**, Sinem (2019), Somut Kültürel Miras Destinasyon Pazarlamasında Yaratıcı Telkinin Aşılama Teorisi Yardımıyla Ölçümü: Yedi Kiliseler Üzerine Bir Uygulama, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara
- KURTARAN**, Çelik, Melike, Ahmet Kurtaran ve Fegan Mutlu (2020), Alternatif Turizm ve Ekonomik Etkileri, Gazi Kitapevi, Ankara
- KUSEK**, Jody Zall ve Ray C. Rist (2004). **Ten Steps To A Results-Based Monitoring And Evaluation System: A Handbook For Development Practitioners**. World Bank Publications.
- KUŞÇUOĞLU**, Öksüz Gizem ve Murat Taş (2017), Sürdürülebilir Kültürel Miras Yönetimi, **Süleyman Demirel Üniversitesi Yalvaç Akademi Dergisi** 2 (1): 58-67
- LABADİ**, Sophia. (2013). UNESCO, cultural heritage, and outstanding universal value: Value-based analyses of the World Heritage and Intangible Cultural Heritage Conventions.

- LANGDRIDGE**, Darren (2008), Phenomenology and critical social psychology: Directions and debates in theory and research. *Social and personality psychology compass*, 2(3), 1126-1142.
- LAYDER**, Derek (2013). *Doing excellent small-scale research*. Sage.
- LEE**, Sean, Ian Phau, Michael Hughes, Yu Feng Li ve Vanessa Quintal (2016). Heritage tourism in Singapore Chinatown: A perceived value approach to authenticity and satisfaction. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(7), 981-998.
- Lİ**, Mimi, Bihu Wu ve Liping Cai (2008). Tourism development of World Heritage Sites in China: A geographic perspective. *Tourism Management*, 29(2), 308-319.
- Lİ**, Yulong ve Caroline Hunter (2015), Community involvement for sustainable heritage tourism: a conceptual model. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 5(3), 248-262.
- LİNDBERG**, K. (1999). Sustainable tourism and cultural heritage: A review of development assistance and its potential to promote sustainability. Nordic World Heritage Office
- LİU**, Yalu, Ying Wang, Karine Dupre ve Cathy McIlwaine (2022). The impacts of world cultural heritage site designation and heritage tourism on community livelihoods: A Chinese case study. *Tourism Management Perspectives*, 43, 100994.
- LOULANSKI**, Tolina (2006), Cultural heritage in socio-economic development: local and global perspectives. *Environments: a journal of interdisciplinary studies*, 34(2), 51-69.
- LOULANSKI**, Tolina ve Vesselin Loulanski (2011). The sustainable integration of cultural heritage and tourism: A meta-study, *Journal of Sustainable Tourism*, 19(7), 837-862.
- LOWENTHAL**, David (2013). Natural and cultural heritage. *In The Nature of Cultural Heritage, and the Culture of Natural Heritage* (pp. 79-90). Routledge
- MACCANNELL**, D. (1992). Empty meeting grounds: *The tourist papers*. Psychology Press
- MACKAY** Richard (2019), Values-Based Management and the Burra Charter: 1979, 1999, 2013, *İçinde Values in Heritage Management*, Ed. Erica Avrami, Susan Macdonald, Randall Mason, and David Myers, ss 110-126.
- MADDEN**, Michelle ve Robert Shipley (2012). An analysis of the literature at the nexus of heritage, tourism, and local economic development. *Journal of Heritage Tourism*, 7(2), 103-112.
- MAJOR**, Susan (2012). *'The Million Go Forth': Early Railway Excursion Crowds, 1840-1860*, Doctoral dissertation, University of York).
- MARSHALL**, Catherine ve Gretchen B. Rossman (2016). *Designing Qualitative Research*, United States of America: Sage Publications, Inc
- MAVIŞ**, Fermani, Halit Suavi Ahipaşaolu ve Nazmi Kozak (2002), Genel Turizm Bilgisi, Edt. Meryem Akoğlan Kozak, Anadolu Üniversitesi yayınları, Eskişehir

- McCAMLEY**, Claire ve Audrey Gilmore (2018). Strategic marketing planning for heritage tourism: a conceptual model and empirical findings from two emerging heritage regions. **Journal of Strategic Marketing**, 26(2), 156-173.
- McGrath**, John. M, David Primm ve William Lafe (2016). Heritage tourism's economic contribution: A Pennsylvania case study, **Tourism Economics**, 23(5), 1131-1137.
- McKERCHER**, Bob ve Hilary du Cros (2002). **Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism And Cultural Heritage Management**. Routledge.
- MCKERCHER**, Bob ve Hilary Du Cros (2003). Testing a cultural tourism typology. *International journal of tourism research*, 5(1), 45-58.
- McLEOD**, Michelle (2018). Developing Network Analysis Methodology for Island Tourism Research, içinde, **Tourism management in warm-water island destinations**, Ed. McLeod, Michelle ve Croes, Robertico, ss. 178-193. UK: CABI
- MEBRATU**, Desta (1998). Sustainability and sustainable development: historical and conceptual review. **Environmental impact assessment review**, 18(6), 493-520.
- MEGEİRHİ**, Huda A., Kyle Maurice Woosnam, Manuel Alector Ribeiro Haywantee Ramkissoon ve Tara J. Denley (2020), Employing a value-belief-norm framework to gauge Carthage residents' intentions to support sustainable cultural heritage tourism. **Journal of Sustainable Tourism**, 28(9), 1351-1370.
- MERRIAM**, B. Sharan ve Elizabeth J. Tisdell (2016). Qualitative research: A guide to design and implementation. (4. Baskı). San Francisco: Jossey-Bass.
- MİHAJLOVIĆ**, Iris ve Koncul, Niko (2016). Changes in consumer behaviour—the challenges for providers of tourist services in the destination. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 29(1), 914-937.
- MİLES**, Matthew. B., ve A. Michael, Huberman (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. sage.
- MİRZA**, Nesibe (2016), The Impact of Cultural Heritage on Sustainable Tourism Development: The Case of Bergama (Pergamon), **Journal of Tourism and Gastronomy Studies** 4/3, 66-75
- MOHALE**, Daniel Matome, Tracey McKay ve Clinton David Van der Merwe (2020). **The Nature of Cultural And Heritage Tourism in Greater Polokwane**, Limpopo, South Africa.
- MURZYN-KUPIŚZ**, Monika ve Jarosław Działek (2013). Cultural Heritage In Building And Enhancing Social Capital. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 3(1), 35-54.
- MURZYN-KUPIŚZ**, Monika. (2012). Cultural, economic and social sustainability of heritage tourism: issues and challenges. **Economic and Environmental Studies (E&ES)**, 12(2), 113-133.
- MUTLU**, Servet. (2012). **Bölgesel Farklılaşmanın Nedenleri ve Türkiye Bağlamında Bölgesel Gelişme Stratejileri** (No. 2012/56). Discussion Paper.

- NECISSA**, Yamina (2011). Cultural heritage as a resource: Its role in the sustainability of urban developments. The case of Tlemcen, Algeria. **Procedia Engineering**, 21, 874-882.
- NECISSA**, Yamina ve Chabbi Naima Chemrouk (2020). Le patrimoine comme levier de développement territorial. Cas des ressources patrimoniales du parc national de Tlemcen (Algérie). **Bulletin de la Société Géographique de Liège**.
- NEDELEA**, A., L. Elmazi ve O. L. Totska (2008). **Understanding the economic impact of tourism—a comparative analyses**.
- NELSON**, Velvet (2021). *An Introduction to The Geography of Tourism*. Rowman & Littlefield.
- NGUYEN**, Thi Hong Hai ve Catherine Cheung (2013). The classification of heritage tourists: A case of Hue city, Vietnam. **Journal of Heritage Tourism**, 9(1), 35-50.
- NIELSEN**, Lynge (2011). “**Classifications of Countries Based on Their Level of Development: How it is Done and How it Could be Done**”. IMF Working Paper. February
- NOONAN**, Douglas S. ve Ilde Rizzo (2017). Economics of cultural tourism: issues and perspectives. **Journal of Cultural Economics**, 41, 95-107.
- NOVELLI**, Marina, Birte Schmitz ve Trisha Spencer (2006). Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. **Tourism Management**, 27(6), 1141-1152.
- NUNKOO**, Robin (2015). Tourism Development and Trust in Local Government. **Tourism Management**, 46, 623-634.
- NYAUPANE**, Gyan P. ve Kathleen L. Andereck (2014). Visitors to cultural heritage attractions: An activity-based integrated typology. **Tourism Culture & Communication**, 14(1), 17-26.
- NYAUPANE**, Gyan. P, Dave D. White ve Megha Budruk (2006). Motive-based tourist market segmentation: An application to native American cultural heritage sites in Arizona, USA. *Journal of Heritage Tourism*, 1(2), 81-99.
- OĞUZ**, Esin Sultan (2011). Toplum bilimlerinde kültür kavramı. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 28(2).
- OKUYUCU**, Ayşe ve Mehmet Somuncu (2012), Kültürel Mirasın Korunması ve Turizm Amaçlı Kullanılmasında Yerel Halkın Algı ve Tutumlarının Belirlenmesi: Osmaneli İlçe Merkezi Örneği, **Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi** 4 (1), 37-51
- OLCAY**, Atınc, Gülceren Mısırlıoğlu ve Fevzi Karalar (2017). Gaziantep İlinde Yemencilik, **Türk Turizm Araştırmaları Dergisi**, 1(4), 20-29.
- OLCAY**, Atınc ve Cihan Yavuz (2020). Festivallerin destinasyon pazarlamasına olan katkıları: Gaziantep örneği. **Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi**, 23(2), 461-481.
- OMAR**, Shida Irwana, Masitah Muhibudin, Izatul Yussof, Mohd Fauzi Sukiman ve Badaruddin Mohamed (2013). George Town, Penang as a world heritage site: The stakeholders' perceptions. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 91, 88-96.

- OSMANOĞLU**, Ali ve Abdurrahim Fahimi, Aydın (2022). Türkiye’de Bölgeler Arası Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Farklarının Azaltılmasına Yönelik Politikalar: Güneydoğu Anadolu Projesi’nin (GAP) İncelenmesi. **Aurum Journal of Social Sciences**, 7(2), 161-182.
- ÖKTEM** M. Kemal ve Gül Kalyoncu (2020), Kültürel miras ve Yerel Kalkınma, ss. 213-222.
- ÖNCEL**, Abidin (2010), Türkiye’de Bölgelerarası Gelişmişlik Farklılıklarını Gidermeye Yönelik Politika Uygulamaları ve Etkin Kaynak Kullanımı Üzerine Bir Analiz, SAKARYA Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat ABD, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya
- ÖTER**, Zafer ve Elif Ünal (2017). Somut olmayan kültürel mirasın beypazarı turizm destinasyonunda yerel ekonomiye katkıları. **International Journal of Contemporary Tourism Research**, 1, 26-37.
- ÖTER**, Zafer ve Osman, N. Özdoğan (2005). Kültür Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı: Selçuk-Efes Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(2).
- ÖZCAN**, Ceyhun Can (2015). Türkiye’de Turizm Gelirinin Makroekonomik Belirleyicileri: Panel Veri Analizi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(1), 203-220.
- ÖZCAN**, Ceyhun Can, Günay Özcan ve Ekrem Damar (2019), **Genel Ekonomi**, Paradigma Akademi Yayınları, 2. Baskı
- ÖZDAL**, Ayşenur (2023). Kültürel Mirasın Korunması Kapsamında Gaziantep Oyun ve Oyuncak Müzesi. **Gaziantep University Journal of Social Sciences**, 22(2), 465-477.
- ÖZDEMİR GÜZEL**, Serap ve Sezgi Gedik (2015, Turizm İşletmeleri, İçinde Turizm İşletmeciliği: Temel Kavramlar ve Uygulamalar, Edt, Orhan Akova, İsmail Kızıllırmak ve Haluk Tanrıverdi, Detay Yayıncılık.59-90, Ankara
- ÖZDEMİR**, Gözde ve Dilek Dülger Altınır (2019). Gastronomi kavramları ve gastronomi turizmi üzerine bir inceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14.
- ÖZDEMİR**, Melda ve Fatma Ozan Kaya (2011), Günümüzde Gaziantep İlinde Bakırcılık, **Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi** (10(3):1249 -1270
- ÖZDEMİR**, Melda ve Şaban Yıldırım (2016). Gaziantep İlinde Sedef Kakmacılığının İncelenmesi, **Akademik Bakış Dergisi**, (56), 416-440.
- ÖZEY**, Ramazan (2016). Bölgesel Coğrafya Serüveninde Yanılgılar, **Marmara Coğrafya Dergisi**, (34), 98-106.
- ÖZKAN**, Özlem ve Şenay Şermet Kaya (2015). Bilimsel makalede “sınırlılıklar” neden ve nasıl yazılır. **TAF Preventive Medicine Bulletin**, 14(6), 496-505.
- ÖZMEN**, Müjdat (2019), Pazarlamada Temel Kavramlar, **İçinde Pazarlama İlkeleri**, Ed. Ömer Torlak ve Müjdat Özmen, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir

- ÖZMERTYURT**, Gamze ve İclal Uncuoğlu (2021). Yerel Yönetimlerin Tarihi Çevredeki İhya Politikalarının Yaşam Kalitesine Etkisi: Gaziantep Şhreküstü Bölgesi. *İDEALKENT*, 12(32), 492-527.
- ÖZTURAN**, Meltem ve Roney, Sevgi Akış (2004). Internet use among travel agencies in Turkey: an exploratory study. *Tourism Management*, 25(2), 259-266.
- PAGE**, Stephen J. (2019), *Tourism Management*. Routledge.
- PANZERA**, Elisa. (2022). *Cultural Heritage and Territorial Identity*. Springer International Publishing.
- PASCOAL**, Sara Laura Tallone ve Marco Furtado (2020), The impact of COVID-19 on cultural tourism: Virtual exhibitions, technology and innovation. *In International Conference on Tourism, Technology and Systems* (pp. 177-185). Singapore: Springer Singapore.
- PATTON**, M. Q. (2018). Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri, (Çeviri Ed: Bütün, M. ve Demir, S.B.). 2. Baskı, Ankara: Pegem Akademi.
- PATTON**, Micheal Quinn (2014). Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri. (Çev: M. Bütün ve S. Beşir Demir). Ankara: Pegem Akademi.
- PATUELLİ**, Roberto Maurizio Mussoni ve Guido Candela (2012). The effects of World Heritage Sites on domestic tourism: a spatial interaction model for Italy. *Journal of Geographical Systems*, 15, 369-402.
- PEHLİVAN**, Ersoy (2010), *Ulaşım Faaliyetlerinin Turizm Faaliyetlerine Etkisi: İstanbul Örneği*, İstanbul Üniversitesi, DAP-Gayrimenkul Gelistirme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul
- PEKERŞEN**, Yeliz, Erkan Güneş ve Berkay Seçuk (2019). Kültürel Miras Turizmi Değerlerinin Korunması ve Sürdürülebilirliği Kapsamında Yerel Halkın Tutumu: Cumalıkızık Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3): 350-368
- PELİT**, Elbeyi ve Turgut Türkoğlu (2019). Somut olmayan kültürel miras değerlerinin turizme yansımaları ebru sanatı üzerine bir inceleme. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 101-118.
- POLAT**, Esra ve Süleyman Günay (2012). Türkiye'de turizm ve ihracat gelirlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin testi: eşbütünleşme ve nedensellik analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 16(2), 204-211.
- POPESCU**, Ruxandra-Irina ve Răzvan-Andrei Corbos (2012). The Role of Festivals and Cultural Events In The Strategic Development of Cities. Recommendations For Urban Areas In Romania. *Informatica Economica*, 16(4), 19.
- PORİA**, Yaniv Richard Butler ve David Airey (2003), The core of heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 238-254.
- PORİA**, Yaniv ve Gregory Ashworth (2009), Heritage tourism—Current resource for conflict. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 522-525

- PROKOPENKO**, O., Larina, Y., Chetveryk, O., Kravtsov, S., Rozhko, N., & Lorvi, I. (2019). Digital-toolkit for promoting tourist destinations. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 8(12), 4982-4987
- RABİE**, Mohamed (2016). Meaning of Development, İçinde *A theory of sustainable sociocultural and economic development*. Springer, 7-15.
- RAJU**, G. P. (2009), **Tourism Marketing and Management**, Manglam Publications, Delhi.
- RANASİNGHE**, Ruwan. (2018). Cultural and heritage tourism development in postwar regions: concerns for sustainability from northern Sri Lankan capital Jaffna. **Journal of Tourism and Recreation**, 4(1), 1-18.
- RİCHARDS**, Greg (1996). Production and consumption of European cultural tourism. **Annals Of Tourism Research**, 23(2), 261-283.
- RİCHARDS**, Greg (2001). Cultural Tourists or a Culture of Tourism: Developments in the European Cultural Tourism Market İçinde J. Butcher (Editör), *Innovations in Cultural Tourism* (ss. 1-9), Tilburg: ATLAS Association for Tourism and Leisure Education
- RİCHARDS**, Greg (2001). The Development of Cultural Tourism in Europe. In *Cultural attractions and European tourism* (pp. 3-29). Wallingford UK: Cabi Publishing.
- RİCHARDS**, Greg (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, 36, 12-21.
- RYAN** Chris (2002), Tourism and cultural proximity: Examples from New Zealand. **Annals of Tourism Research**, 29(4), 952-971.
- SAARİNEN**, Jarkko. (2003). The Regional Economics Of Tourism İn Northern Finland: The Socio-Economic İmplications Of Recent Tourism Development And Future Possibilities For Regional Development. *Scandinavian Journal Of Hospitality And Tourism*, 3(2), 91-113.
- SAKAL**, Halil. Burak. (2021). Türkiye turizminin uluslararası rekabetçiliği: Dünya Ekonomik Forumu Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi'nde Türkiye'nin görünümü. *Cappadocia Journal of Area Studies*, 3(1), 126-149.
- SALTIK**, Zehra, Orhan Akova ve Muğan Suna Ertuğral (2019), Kültürel Miras Turizminin Bölgesel Kalkınmadaki Rolü: Fırat Güzergâhı Örneği (Malatya, Elâzığ, Bingöl ve Tunceli), 5. **Uluslararası Bölgesel Kalkınma Konferansı**, 1040-168
- SAMIRKAŞ**, Meryem (2011), Turizm Sektörünün Bölgelerarası Gelişmişlik Farklılıklarını Gidermedeki Etkisi: Türkiye Örneği, Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Muğla
- SAMIRKAŞ**, Meryem ve Ozan Bahar (2013), Turizm, Yoksulluk ve Bölgesel Gelişmişlik Farklılıkları, Detay Yayıncılık, Ankara
- SÁNCHEZ-MARTÍN**, José-Manuel, José-Luis Gurría-Gascón ve María-José García-Berzosa (2020). The cultural heritage and the shaping of tourist itineraries in rural areas: The case of historical ensembles of Extremadura, Spain. **ISPRS International Journal of Geo-Information**, 9(4), 200.

- SANGCHUMNONG**, Aunkrisa ve Metin Kozak (2020). Sustainable cultural heritage tourism at ban Wangka Village, Thailand. In *Culture and Cultures in Tourism* (pp. 25-35). Routledge.
- SANTA-CRUZ**, Francisco González ve Tomás López-Guzmán (2017). Culture, tourism and world heritage sites. *Tourism Management Perspectives*, 24, 111-116
- SARI ÇALLI** Didar (2015). Uluslararası seyahatlerin tarihi gelişimi ve son seyahat trendleri doğrultusunda Türkiye'nin konumu. **Turar Turizm ve Araştırma Dergisi**, 4(1), 4-28.
- SAYLIK**, Ahmet (2019). Hofstede'nin Kültür Boyutları Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması; Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim (TEKE) Dergisi*, 8(3), 1860-1881.
- SEGATE**, R. V. (2021). Protecting cultural heritage by recourse to International Environmental Law: Chinese stances on faultless state liability. *Hastings Env't LJ*, 27, 153.
- SELANİK AY**, Tuğba ve Nuray Kurtdele Fidan (2013). Öğretmen Adaylarının "Kültürel Miras" Kavramına İlişkin Metaforları. *Electronic Turkish Studies*, 8(12).
- SEVİNÇ**, Haktan ve Sabri Azgün (2012). Bölgesel kalkınma ve inanç turizmi bağlamında Akdamar kilisesi Örneği. **International Journal of Social and Economic Sciences**, 2(2), 17-21.
- SEYFİ**, Siamak, Colin Micheal Hall ve S. Mostafa Rasoolimanesh (2019). Exploring memorable cultural tourism experiences. *Journal of Heritage Tourism*, 15(3), 341-357.
- SEYHAN**, Barış (2014). *Frigya Bölgesinin Kültürel Miras Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi*, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir
- SHAHZALAL**, Md (2016). Positive and Negative Impacts of Tourism on Culture: A Critical Review of Examples from the Contemporary Literature. **An International Peer-Reviewed Journal**, 20 (0), 2312–5179.
- SHAMSUDDOHA**, Mohammad (2004), Sustainability of Tourism Industry: Bangladesh Perspective, **Sustainable Exploitation of Minerals and Natural Resources held in IIT Conference**, Kharagpur, India
- SHENTON**, Andrew K. (2004), Strategies for Ensuring Trustworthiness in Qualitative Research Projects, **Education for Information**, 22(2), ss. 63-75
- SİLVERMAN**, David (2018), Nitel Verileri Yorumlama, (Çev. Edt. Erkan Dinç) 5. Baskı, Pegem Yayınları
- SİMPSON**, Murray C. (2008). Community benefit tourism initiatives—A conceptual oxymoron? **Tourism Management**, 29(1), 1-18.
- SİVANANDAMOORTHY**, Sivesan. (2016). Tourism Governance for Sustainable Heritage Tourism in Sri Lankan Heritage Destinations (Doctoral dissertation, Federation University Australia).
- SKINNER**, James, Allan Edwards, ve Aaron C. Smith (2020). *Qualitative research in sport management*. Routledge.

- SMITH, Melanie. K. (2003). *Issues In Cultural Tourism Studies*. Routledge.
- SOİNİ, Katriina., ve Birkeland, Inger. (2014). Exploring the scientific discourse on cultural sustainability. *Geoforum*, 51, 213-223.
- SOLMAZ Seyit Ahmet (2019), Turizmin Doğuşu: Sosyolojik Bir Olgu Olarak Turizm Nasıl Ortaya Çıktı? *Sciences*, 5(19), 867-882.
- SONG, Haiyan, Gang Li ve Zheng Cao (2017), Tourism and Economic Globalization: An Emerging Research Agenda, *Journal of Travel Research*, 1-13
- SOPER, Anne K. (2008). Developing Mauritianness: National identity, cultural heritage values and tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 2(2), 94-109.
- SOTSHANGANE, Nkosinathi (2002). What impact globalization has on cultural diversity? *Alternatives: Turkish Journal of International Relations*, 1(4).
- SÖNMEZ, Mehmet Emin (2018). Gaziantep şehrinin geçmişten günümüze alansal gelişimi, *Gaziantep Üniversitesi Ayıntab Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 115-136.
- SÖZBİLEN, Gülhan ve Erol Duran (2022), Miras Turizmi ve Şehirler, İçinde Her Yönüyle Miras Turizmi, Edt. Şule Aydın, Mustafa Boz ve Koray Çamlıca, s. 79-97. Detay Yayıncılık.
- STAKE, Robert. E. (1995). *The art of case study research*. sage.
- STANKOVA, Mariya ve Ivanka Vassenska (2015). Raising cultural awareness of local traditions through festival tourism. *Tourism & Management Studies*, 11(1), 120-127.
- STEİNER, Christian, Ala Al-Hamarneh, ve Günter Meyer (2006). Krisen, Kriege, Katastrophen und ihre Auswirkungen auf den Tourismusmarkt. *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, 50(1), 98-108.
- ŠTETIĆ, Snežana (2012). Specific features of rural tourism destinations management. *Journal of Settlements and Spatial Planning*, 1(Special Issue), 131-137.
- STEWART, Sue, Fiona Warburton ve John D. Smith (2016). Cambridge international AS and A level travel and tourism coursebook. Cambridge University Press
- STRATAN, Alexandru, Rodica Perciun ve Corina Gribincea (2015). Identifying cultural tourism potentials in republic of moldova through cultural consumption among tourists. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 188, 116-121.
- STRAUSS, Charles. H., ve Lord, Bruce. E. (2001). Economic impacts of a heritage tourism system. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8(4), 199-204.
- STREİMİKİENE, Dalia., Svagzdiene, Biruta., Jasinskas, Edmundas., ve Simanavicius, Arturas. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*, 29(1), 259-271.
- STYNES, Daniel. J. (1997). Economic impacts of tourism.
- SU, Lujun, Binli Tang ve Jeroen Nawijn (2021). How Tourism Activity Shapes Travel Experience Sharing: Tourist Well-Being and Social Context. *Annals of Tourism Research*, 91, 103316.

- SU, Ming. Ming, Geoffrey Wall ve Kejian Xu (2016). Heritage tourism and livelihood sustainability of a resettled rural community: Mount Sanqingshan World Heritage Site, China. **Journal of Sustainable Tourism**, 24(5), 735-757.
- SU, Yu-Wen ve Hui-Lin Lin (2014). Analysis of international tourist arrivals worldwide: The role of world heritage sites. **Tourism Management**, 40, 46-58.
- SUNA Belma ve Maria D. Alvarez (2019). Gastronomic Identity Of Gaziantep: Perceptions Of Tourists And Residents. **Advances In Hospitality And Tourism Research (AHTR)**, 7(2), 167-187.
- SUNLU, Ugur (2003), Environmental Impacts Of Tourism, (In, Camarda D., ve Grassini L. (ed.). **Local resources and global trades: Environments and agriculture in the Mediterranean region**. Bari: CIHEAM, p. 263-270
- SÜRME, Metin (2020). Festival Kalitesinin Davranışsal Niyete Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, Gaziantep University Journal of Social Sciences 2020 19(2) 543-551.
- SWARBROOKE, John (1999). **Sustainable Tourism Management**. Cabi.
- SWARBROOKE, John ve Susan Horner (2007). **Consumer Behaviour in Tourism**. Routledge.
- ŞAHİN, Bayram., Avcıkurt, Cevdet., Soylu, Çilem, Bedriye., Duman, Hayriye ve Şalk Semih (2021), **Dünya Mirası ve Turizm**, Detay Yayıncılık, Ankara
- ŞAŞMAZ, Mahmut Ünsal ve Yunus Emre Yayla (2018). Ekonomik kalkınmanın belirleyicilerinin değerlendirilmesi: ekonomik faktörler. **International Journal of Public Finance**, 3(2), 249-268.
- ŞEN Demir, Şirvan (2017), Gerçekleştirilme Boyutu ile Turizm, **Genel Turizm İçinde**, Ed: Mahmut Demir, ss.140-162, Detay Yayıncılık.
- ŞEN, Ömer ve Ersin Kaya Sandal (2017). Gaziantep İlinde Üç Yıldız Analizi Yöntemi İle Endüstriyel Kümelenme Analizi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 22(38), 39-62.
- ŞENER, Yekta ve Kutay Oktay (2022). Yerel Yönetimlerin Turizm Politikaları Üzerine Bir İnceleme: Bolu Örneği. **Turar Turizm ve Araştırma Dergisi**, 11(1), 4-28.
- ŞENGEL, Ümit. (2021). Chronology of the Interaction between the Industrial revolution and modern tourism flows. **Journal of Tourism Intelligence and Smartness**, 4(1), 19-30.
- ŞİMŞEK, Aykut., ve Selçuk, Gökalp. N. (2018). Gastro turistlerin tipolojisinin belirlenmesi: Gaziantep ölçeğinde bir uygulama. **Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi**, 3(1), 28-43.
- TAKIM, Abdullah (2010), Türkiye’de bölgesel kalkınma planlarının iktisat politikalarının performansına etkisi: Zonguldak-Bartın ve Karabük örneği. **E-Journal Of New World Sciences Academy**, 5(3), 259-275.
- TALAS, Mustafa (2011). Sivil toplum kuruluşları ve türkiye perspektifi. **Türklük Bilimi Araştırmaları**, (29), 387-401.

- TAN**, Siow-Kian, Siow-Hooi Tan, Yon-Sin Kok ve Shay-Wei Choon (2018). Sense Of Place And Sustainability Of İntangible Cultural Heritage–The Case Of George Town And Melaka. *Tourism Management*, 67, 376-387.
- TASHİ** ve AMM Sharif Ullah (2019). Symmetrical Patterns of Ainu Heritage and Their Virtual and Physical Prototyping. *Symmetry*, 11(8), 985.
- TAŞTEKİN**, Abdullah (2018), Türkiye’de bölgesel kalkınma stratejileri ve bölge idareleri. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 1(1), 69-83.
- TAYLOR**, Sarah R. (2012). Maya Cosmopolitans: Everyday Life At The İnterface Of Archaeology, Heritage, And Tourism Development. State University of New York at Albany.
- TEKİNDAL**, Melike ve Şerife Uğuz Arsu (2020). Nitel araştırma yöntemi olarak fenomenolojik yaklaşımın kapsamı ve sürecine yönelik bir derleme. *Ufku Ötesi Bilim Dergisi*, 20 (1), 153-182.
- TELLİOĞLU**, Salih ve Mahmut Tekin (2016), Türkiye’de İç Turizm Hareketlerinin İncelenmesi", *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(32), 488-507.
- THANİ**, Xolile C. (2012). Phenomenology as a research design in Public Administration. *Administratio Publica*, 20(3), 26-39.
- THEOBALD**, William F. (2004), The meaning, scope, and measurement of travel and tourism, **In Global Tourism**, 3rd ed.
- THIRLWALL** A. P. (2014), Development And Economic Growth İn The Companion to Development studies, Edt. Vandana Desai ve Robert B. Potter, Routledge
- THROSBY**, David. (2007). Regional aspects of heritage economics: analytical and policy issues. *Australasian Journal of Regional Studies*, The, 13(1), 21-30.
- TIRAŞ**, H. Hayrettin (2012), Sürdürülebilir kalkınma ve çevre: Teorik bir İnceleme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 57-73.
- TİMOTHY**, D. J. (2014). Contemporary cultural heritage and tourism: Development issues and emerging trends. *Public Archaeology*, 13(1-3), 30-47.
- TİMOTHY**, Dallen J. and Gyan P. Nyaupane (2009) Cultural Heritage of Tourism in the Developing World, Routledge
- TİMOTHY**, Dallen J. ve Stephen W. Boyd (2006). Heritage Tourism İn The 21st Century: Valued Traditions And New Perspectives. **Journal of Heritage Tourism**, 1(1), 1-16.
- TİMOTHY**, Dallen. J. (1997). Tourism and the personal heritage experience. *Annals of tourism research*, 24(3), 751-754.
- TİMOTHY**, Dallen. J. (2014). Contemporary cultural heritage and tourism: Development issues and emerging trends. *Public Archaeology*, 13(1-3), 30-47.
- TİMOTHY**, Dallen. J., ve Boyd, Stephen. W. (2006). Heritage tourism in the 21st century: Valued traditions and new perspectives. *Journal of heritage tourism*, 1(1), 1-16.

- TOKER**, Arzu (2019), **Tarihsel Süreçte Didim’de Yaşanan Göçlerin Yarattığı Değişimin Turizm Ekseninde İncelenmesi**, (*Yayımlanmamış Doktora Tezi.*) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi
- TONGCO**, M.D.C (2007), Purposive Sampling As A Tool For Informant Selection
- TOSUN**, Cevat ve Yasin Bilim (2004). Şehirlerin Turistik Açısından Pazarlanması: Hatay Örneği. **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, 15(2), 125-138.
- TÓTH**, Geza ve Lorant Dávid (2010). Tourism and accessibility: An integrated approach. **Applied Geography**, 30(4), 666-677.
- TUTAR**, Filiz ve Mehmet Demiral (2007). Yerel ekonomilerin yerel aktörleri: Bölgesel kalkınma ajansları. **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi**, 2(1), 65-83.
- TUTAR**, Hasan (2022), Nitel Araştırmalarda Geçerlilik ve Güvenilirlik: Bir Model Önerisi. **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 22, 117-140.
- TÜRKER**, Ali ve İsa Çelik (2012), Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarının Turistik Ürün Olarak Geliştirilmesine Yönelik Alternatif Öneriler, *Yeni Fikir Dergisi*, 4(9), 86-98
- TÜRKOĞLU**, Musa (2015). Kalkınma Ajanslarının Bölgesel Kalkınma Açısından Önemi: Baka Örneği. **Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi**, 7(3).
- UBERTAZZI**, Benedetta. (2022). Intangible Cultural Heritage, Sustainable Development and Intellectual Property: International and European Perspectives (Vol. 18). Springer Nature.
- UÇAR**, Meltem (2017). Gaziantep Tarihi Su Sisteminin Osmanlı Dönemindeki Yönetimi. *Megaron*, 12(1).
- UÇUK**, Ceyhun ve Mehmet Fatih Kayran (2020). Gaziantep Mutfağının Tarihsel Gelişimi: Millî Mücadele Döneminde Gaziantep’te Yeme İçme Faaliyetleri. **Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi**, 3(2), 258-272.
- UĞURLAR**, Aysu (2017). Turizmde Sürdürülebilirlik: Bir Ölçülebilirlik Aracı Olarak Göstergelerin Önemi. **İdealkent**, 8(21), 118-140.
- ULUTAŞ**, Akarçay, Demet (2018), Görüşme Tekniği, **İçinde Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**, Edt., Şebnem Arslan, Eğitim Yayınları, 325-342
- UROŠEVIĆ**, Natasa (2012). Cultural identity and cultural tourism: Between the local and the global (a case study of Pula, Croatia). **Singidunum Journal of Applied Sciences**, 9(1), 67-76.
- URSACHE**, Mara (2015). Tourism–Significant Driver Shaping A Destinations Heritage. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 188, 130-137.
- USLU A.**, ve T. Kiper (2006). Turizmin kültürel miras üzerine etkileri: Beypazarı/Ankara örneğinde yerel halkın farkındalığı. **Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi**, 3(3), 305-314.
- USTA** Öcal (2020), **Turizm**, Detay Yayıncılık, 6. Baskı
- USTA**, Öcal (2020), **Turizm**, Detay Yayıncılık, 6. Baskı

- UYGUR**, Meydan, Selma ve Eda Baykan (2007). Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar  zerindeki Etkileri. **Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, (2), 30-49.
-  NC **, M. Bülent.,  zen Abanoz, Ebru  lmez, G lran Dorukan, M. Nazım  zer, İlker Akbay, Emrah Söylemez, Esra İnce ve Pınar Zoral (2008), Bütünleşik Kentsel Gelişme Stratejisi (Kentges) Araştırma Raporu
-  NG R**, İbrahim (2017). Gaziantep ili Nurdağı İlçesi'nde Tarihi ve Arkeolojik Çalışmalar. **Akademik Tarih ve D şunçe Dergisi**, 4(13), 213-263.
-  NL ONEN**, Kurban ve Yakup Kemal  zekici (2021), Turizmin Tarihsel Gelişimi, İçinde Genel Turizm, Edt. Kurban  nl onen ve Arzu Kılıçlar,
-  NL ONEN**, Kurban, Ahmet Tayfun ve Arzu Kılıçlar (2018), **Turizm Ekonomisi**, Nobel Yayınları, 6. Baskı
- ÜNSAL**, D. ve Pulhan, G. (2012). Türkiye'de Kültürel Miras'ın Anlamı ve Yönetimi, İçinde **Kültürel Miras Yönetimi**, (Ed. A. Aksoy ve D.  nsal), Anadolu  niversitesi yayınları, Eskişehir, 30-65.
- ÜNSALDI**, Mehmet (2006). Devlet Teşvikleri ve Bölgesel Gelişmişlik Farklılıkları  zerine Etkileri. **Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi**, 4(2), 122-125.
- ÜNÜVAR**, şafak ve Yıldırım, İrem (2022), Miras ve Miras Turizmi Yönetimi, **İçinde Her Yönüyle Miras Turizmi**, (Editörler; şule Aydın, Mustafa Boz ve Koray Çamlıca), Detay Yayıncılık, Ankara
- VAN LOON**, Ruben, Tom Gosens ve Jan Rouwendal (2014). Cultural heritage and the attractiveness of cities: evidence from recreation trips. **Journal of Cultural Economics**, 38, 253-285.
- VARGAS-HERN NDEZ**, Jose' G. (2012). Sustainable cultural and heritage tourism in regional development of Southern Jalisco. **World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development**. 5-15
- VAROL**, Fatih (2017). Kültürel miras yönetiminde sürdürülebilirlik: Konya turizm paydaşlarına yönelik bir araştırma, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Konya
- VAROL**, Fatih (2020). Sürdürülebilir kültürel miras yönetimi: turizm paydaşlarına yönelik bir araştırma. **Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 22(4), 1140-1156.
- VEGHES**, Calin. (2017). Cultural resources and the competitiveness of the travel and tourism: Insights from the last decade. **Economic and Social Development: Book of Proceedings**, 449-458.
- VİETZE**, Christoph. (2012). Cultural effects on inbound tourism into the USA: a gravity approach, **Tourism Economics**, 18(1), 121-138.
- VİRGINİJA**, Jur nien . (2016). Interaction between cultural/creative tourism and tourism/cultural heritage industries. **Tourism From Empirical Research Towards Practical Application**, 137-156.

- WALL**, Geoffrey ve Alister Mathieson (2006), **Tourism: Change, Impacts, and Opportunities**. Pearson Education.
- WALLACE**, Claire Denise ve David Beel (2021). How cultural heritage can contribute to community development and wellbeing. **In *Researching Happiness*** (pp. 133-154). Bristol University Press.
- WALLACE**, Ruth. A. ve Alison Wolf (2004). Çağdaş sosyoloji kuramları. Çev. Leyla Elburuz & Rami Ayas. İzmir: Punto Yay.
- WENG**, Lisheng, Bao-jie He, Lina Liu, Chenxi Li ve Xin Zhang (2019). Sustainability assessment of cultural heritage tourism: Case study of pingyao ancient city in China. *Sustainability*, 11(5), 1392.
- WILLIAMS**, Raymond (1985). *Culture and materialism*. Verso Books.
- WILLIAMS**, Stephen. (1998). *Tourism geography*. Psychology Press.
- WOOJIN** Lee ve Deepak Chhabra, (2015). Heritage hotels and historic lodging: Perspectives on experiential marketing and sustainable culture. *Journal of Heritage Tourism*, 10(2), 103-110.
- XIAO**, Yi Xiao Tang, Jue Wang, Huan Huang ve Lei Liu (2022). Assessment of coordinated development between tourism development and resource environment carrying capacity: A case study of Yangtze River economic Belt in China. *Ecological Indicators*, 141, 109-125.
- XU**, Jing Bill (2010). Perceptions of tourism products. **Tourism Management**, 31(5), 607-610.
- YALÇIN**, Hacer (2022). Bir Araştırma Deseni Olarak Fenomenoloji. **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 22(Özel Sayı 2), 213-232.
- YAN**, Qi, Huawen Shen James, Wu Xin ve Haobin Ye Ben (2023). Examining the ritualized experiences of intangible cultural heritage tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 31, 100843.
- YANG**, Chih-Hai, Hui-Lin Lin ve Chia-Chun Han (2010). Analysis of international tourist arrivals in China: The role of World Heritage Sites. *Tourism Management*, 31(6), 827-837.
- YANKHOLMES**, Aaron K ve Oheneba A. Akyeampong (2010). Tourists' perceptions of heritage tourism development in Danish-Osu, Ghana. **International Journal of Tourism Research**, 12(5), 603-616.
- YAO**, Dan, Ke Zhang, Lin Wang, Rob Law ve Mu Zhang (2020). From religious belief to intangible cultural heritage tourism: A case study of Mazu belief. *Sustainability*, 12(10), 4229.
- YARIŞ**, Ahmet (2019), Destinasyonlarda Kültürel Miras, İçinde Destinasyon Yönetimi ve Pazarlanması, Edt. Belma Suna, Detay Yayıncılık, s, 284-396 Ankara
- YAVİLİOĞLU**, Cengiz (2002). Kalkınmanın Anlambilimsel Tarihi ve Kavramsal Kökenleri, **C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 3(1).

- YENİ**, Onur (2014). Sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma: Bir yazın taraması. **Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 16(3).
- YEOMAN**, Ian. (2008). **Tomorrow's Tourist: Scenarios & Trends**. Routledge.
- YEŞİLTAŞ**, Mehmet (2016), Turizmin Genel Yapısı ve Temel Kavramlar, İçinde Genel Turizm Bilgisi, Edt. Oktay EMİR, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir
- YILDIRIM**, Ali ve Hasan Şimşek (2021), Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Seçkin Yayınları, 12. Baskı, Ankara
- YILDIRIM**, Gözde ve Yasin Keleş (2022), Avrupa Birliği Turizm Politikaları ile Türkiye Turizm Politikalarının Karşılaştırılması. **Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi**, 25(2), 145-169.
- YILDIZ**, Özlü, Zeynep (2017), Gaziantep'in 1923-1938 yılları arasında ekonomik ve bayındırlık alanındaki faaliyetleri. **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 10(51), 331.
- YILDIZ**, Sevcan (2011), Kültürel Miras Alan Yönetimi Kapsamında Alanya Kalesi Ziyaretçi Yönetimi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Antalya
- YILDIZ**, Zafer (2011). Turizmin sektörünün gelişimi ve istihdam üzerindeki etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.
- YILMAZ**, Hüseyin. (2023). Türkiye'de Turizmin Ekonomik Büyümeye Etkisi. **Alanya Akademik Bakış**, 7(1), Sayfa No.257-276.
- YÜKSEL**, Pelin ve Soner, Yıldırım (2015). Theoretical frameworks, methods, and procedures for conducting phenomenological studies in educational settings. *Turkish online journal of qualitative inquiry*, 6(1), 1-20.
- ZBUCHEA**, Alexandra. (2008). Marketing as a key element in achieving museum's mission, *Tyragetia (Serie Nouă)*, 2(1), 65-71.
- ZEYREK**, Selin (2021). Kültürel Çalışmalar'a Kültür Kavramı Ekseninde Bir Bakış. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(1), 139-147.
- ZHANG**, Gege, Xiaoyuan Chen, Rob Law ve Mu Zhang (2020). Sustainability of heritage tourism: A structural perspective from cultural identity and consumption intention. **Sustainability**, 12(21), 9199.
- ZHANG**, Yining (2011). **Cultural tourism products: A case study in the Xi'an City**.
- ZHU**, Quixia, Rizal Rahman, Hassan Alli ve Raja Ahmed Azmeer Raja Ahmed Efendi (2023). Souvenirs Development Related to Cultural Heritage: A Thematic Review. **Sustainability**, 15(4), 2918.
- ZHUANG**, Xiaoping, Yong Yao ve Jun Li (2019). Sociocultural impacts of tourism on residents of world cultural heritage sites in China. **Sustainability**, 11(3), 840.

<https://sozluk.gov.tr/>, (Erişim Tarihi: 17.02.2021)

<https://sozluk.gov.tr/>, (Erişim Tarihi: 04.03.2021)

<https://www.ktb.gov.tr/TR-96254/kultur.html>, (Erişim Tarihi, 17.02.2021)

[T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, https://www.ktb.gov.tr/turkiye-turizm-strate](https://www.ktb.gov.tr/turkiye-turizm-strate), (Erişim Tarihi, 13.11.2021).

<https://biruni.tuik.gov.tr/ilgosterge/?locale=tr> (Erişim Tarihi, 20.12.2023)

<https://sozluk.gov.tr/>, (Erişim Tarihi: 25.03.2022)

<https://www.gaziantep.bel.tr/tr/gezilecek-yerler/yesemek-acik-hava-muzesi-ve-heykelatolyesi> (Erişim tarihi: 24.08.2021).

<https://whc.unesco.org/en/conventiontext/> (Erişim Tarihi, 03.05.2021))

[Gaziantep'in yer altı su yapıları: Kastel ve Livas - Referans Gazetesi](#) (Erişim Tarihi: 03.05.2022).

<https://sozluk.gov.tr/>, (Erişim Tarihi: 05.02.2022)

(WEF, 2020) <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2020/> (Erişim Tarihi, 05.07.2022)

[http://www.icomos.org.tr/Dosyalar/ICOMOSTR\\_tr0882066001536913778.pdf](http://www.icomos.org.tr/Dosyalar/ICOMOSTR_tr0882066001536913778.pdf) (Erişim Tarihi, 12.10.2022).

<https://ci.turkpatent.gov.tr/cografya-isaretler/liste?il=27> (Erişim Tarihi, 05.10.2023)

<https://sozluk.gov.tr/>, (Erişim Tarihi: 20.05.2022)

<http://www.gaziantepturizm.gov.tr/ana-sayfa/1-33484/20111208.html> (Erişim Tarihi, 04.03.2022)

[Gaziantep'teki Türbeler - yolcu360.com.](#) (Erişim Tarihi, 05.02.2022)

Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü (2014). Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi 2014-2023. <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/dokuman/bolgesel-gelisme-ulusal-stratejisi-2014-2023/2201> (Erişim Tarihi: 06.06.2023).

<https://sozluk.gov.tr/>, (Erişim Tarihi, 11.10.2023)

<https://www.gaziantep.bel.tr/tr> (Erişim Tarihi, 05.07.2022)

<http://www.icomos.org.tr/> (Erişim Tarihi, 03.09.2021)

<https://www.e-unwto.org/> (Erişim Tarihi, 15.04.2021)

<https://www.referansgazetesi.com.tr/> (Erişim Tarihi: 03.05.2022)

<https://www.cografya.gen.tr/> (Erişim Tarihi, 10.08.2022)

<https://www.rehberim.gen.tr/> (Erişim Tarihi, 28.01.2022)

<https://www.kulturportali.gov.tr/> (Erişim, 05.08.2022)

<https://www.kulturportali.gov.tr/> Erişim Tarihi: 06.11.2020

<https://gaziantep.ktb.gov.tr/> Erişim Tarihi, 04.06.2022

<https://www.unesco.org.tr/Pages/158/177/S%C3%B6zle%C5%9Fmeler> (Erişim tarihi, 11.05.2021)

<https://www.ktb.gov.tr/TR-151520/2009.html> (Erişim Tarihi, 24.06.2022)

<https://whc.unesco.org/en/search/?criteria=17+October+-+21+November+1972>  
Erişim tarihi, 21.07.2022

<https://www.ktb.gov.tr/TR-96254/kultur.html> (Erişim Tarihi, 09.12.2021).

UNESCO (1982). Mexico City Declaration on Cultural Policies. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://culturalrights.net/descargas/drets\_culturals401.pdf (Erişim Tarihi, 03.05.2022)

<https://www.tursab.org.tr/ziyaretci-sayilari/ziyaretci-sayilari-2019> (Erişim Tarihi, 13.08.2022)

<https://whc.unesco.org/en/search/?criteria=World+Heritage+Sites> (Erişim Tarihi, 13.12.2022)

<https://culture.ec.europa.eu/> (Erişim: 16.06.2023).

<https://gaziantep.ktb.gov.tr/TR-174050/hasan-suzer-etnografya-muzesi.html> (Erişim Tarihi: 06.11.2022)

<https://aregem.ktb.gov.tr/TR-12709/uzun-hava-bicimi-halk-muzigi.html> (Erişim Tarihi: 06.11.2022)

<https://www.oecd.org/industry/the-impact-of-culture-on-tourism-9789264040731-en.htm>, (Erişim Tarihi, 25.10.2022).

<https://www.unesco.org/en/world-heritage> (Erişim Tarihi, 23.11.2022)

Gastoroantep (2022), <https://gastroantepfest.com/tr/Manage/GastroAntep> (Erişim. 03.04.2023)



**NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU**  
**BAŞKANLIĞI**  
**ETİK KURUL KARARI**

<b>Etik Kurul Toplantı Tarihi/Sayısı ve Karar No</b>	<b>Tarih</b> :13/01/2023 <b>Toplantı Sayısı:</b> 01 <b>Karar No</b> :2023/39
<b>Araştırmanın Başlığı</b>	KÜLTÜREL MİRAS DEĞERLERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA KULLANIMI VE BÖLGESEL GELİŞMEYE ETKİSİ: GAZİANTEP ÖRNEĞİ
<b>Sorumlu Araştırmacı</b>	Doç. Dr. Abdurrahman DİNÇ
<b>Yardımcı Araştırmacı</b>	Lisansüstü Öğrenci Bünyamin ÖZLÜ
<b>Etik Kurul Kararı</b>	12365 sayılı başvuru Etik Kurul tarafından değerlendirilmiş olup, başvurunun bilimsel araştırma etiği açısından “Uygun” olduğuna karar verilmiştir.

ASLI GİBİDİR  
13/01/2023

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa AYDIN  
Başkan Yardımcısı