

KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİ: GÖBEKLİTEPE ÖREN YERİ

(Deneyimleme Kalitesi Kapsamında İncelemeler)

Uzm. Öğrtm. Tuncay BENZİN
Doç. Dr. Emin ARSLAN
Doç. Dr. Hakan KENDİR



KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİ: GÖBEKLİTEPE ÖREN YERİ

(Deneyimleme Kalitesi Kapsamında İncelemeler)

Uzm. Öğrtm. Tuncay BENZİN

Doç. Dr. Emin ARSLAN

Doç. Dr. Hakan KENDİR

ISBN: 978-625-8807-70-7

PA Paradigma Akademi Yayınları

Sertifika No: 69606

PA Paradigma Akademi Basın Yayın Dağıtım

Fetvane Sokak No: 29/A

ÇANAKKALE

e-mail: fahrigoker@gmail.com

Tasarım&Kapak: Himmet AKSOY

Matbaa: Meydan / 99 Baskı

Sertifika No: 76711

Kitaptaki bilgilerin her türlü sorumluluğu yazarlarına aittir.

Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığından alınan bandrol ve

ISBN ile satılmaktadır. Bandrolsüz kitap almayınız.

Ekim 2026



ÖNSÖZ

Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin tarihi, kültürü ve coğrafyasıyla öne çıkan ili Şanlıurfa, çağlar boyunca birçok medeniyete ve topluluğa ev sahipliği yapmıştır. Coğrafi açıdan elverişli konumu, Fırat Irmağı'nın suladığı geniş ovaları ve tarımsal faaliyetlere uygun iklimiyle Şanlıurfa, asırlar boyunca insanların yerleşip yaşadığı canlı bir yördür. Tarih öncesi dönemlerden beri insanların yaşadığı “Yukarı Mezopotamya” veya “Bereketli Hilal” olarak anılan bu bölgede günümüze miras kalan önemli değerler mevcuttur. Söz konusu değerlerden biri de insanlık tarihine ışık tutan Göbeklitepe'dir.

Ülkemizin kültürel miras turizmi açısından en önemli varlıklarından olan Göbeklitepe, çevresiyle beraber yaklaşık 12 bin yıllık köklü bir tarihe sahiptir. UNESCO tarafından 2018 yılında Dünya Miras Listesi'ne dahil edilen Göbeklitepe, son yıllarda yerli ve yabancı turistlerin ilgi odağı haline gelmiştir. Dolayısıyla Şanlıurfa'nın turizm altyapısı, Göbeklitepe'nin UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne dahil edilmesiyle oldukça güçlenmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı istatistiklerine göre Göbeklitepe'yi 2025 yılında 800 bine yakın kişi ziyaret etmiştir ve bu rakamın ilerleyen yıllarda 1 milyonun üzerine çıkması beklenmektedir. Bu noktadan hareketle deneyimleme kalitesi kapsamında Göbeklitepe Ören Yeri'ni incelemenin, Şanlıurfa'ya kültürel miras turizmi açısından önemli katkılar sağlayacağını düşünmekteyiz.

Bu kitap, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'nda 3 Eylül 2026 tarihinde kabul edilen “Turistlerdeki Deneyimleme Kalitesi Düzeyinin Tavsiye Etme Niyetine Etkisi: Göbeklitepe Ören Yeri Örneği” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir. Araştırmanın veri toplama aracı ve yöntemi 05.03.2025 tarih ve 01-72 sayılı Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu tarafından onaylanarak etik kurul raporu almaya hak kazanmıştır. Ayrıca anket verileri, Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür

Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü Müzeler Daire Başkanlığı'nın 25.04.2025 tarih ve 565023 sayılı izniyle 2025 yılı yaz aylarında Göbeklitepe  ren Yeri'ni ziyaret eden turistlerden toplanmıştır. Kültürel Miras Turizmi alanına bilimsel açıdan kaynak teşkil etmesini planladığımız bu kitabın, keyifle okunmasını dilemekteyiz.

Tuncay BENZİN – Emin ARSLAN – Hakan KENDİR

Tokat, 2026

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	3
İÇİNDEKİLER	5
TABLolar LİSTESİ	7
ŞEKİLLER LİSTESİ	8
KISALTMALAR	9
GİRİŞ	11

BÖLÜM 1 13

KAVRAMSAL ÇERÇEVE 13

1.1. Turizmde Deneyimleme Kavramı	13
1.1.1 Turist Deneyimi ve Boyutları	15
1.1.2 Deneyim Kalitesi Kavramı ve Önemi	17
1.1.3 Deneyim Kalitesi Ölçüm Yaklaşımları	19
1.2 Tavsiye Etme Niyeti	21
1.2.1 Turizm Bağlamında Tavsiye Etme Davranışı	22
1.2.2 Deneyim Kalitesi ile Tavsiye Etme Niyeti Arasındaki İlişki	24
1.2.3 Tavsiye Etme Niyetini Etkileyen Faktörler	25
1.3 KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİ KAVRAMI VE ÖREN YERLERİ	27

BÖLÜM 2 31

ŞANLIURFA İLİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER 31

2.1 Şanlıurfa İlinin Tarihi Ve Şanlıurfa Bölgesinde Yaşamış Uygarlıklar	31
2.1.1 Neolitik Dönemde İlk Yerleşimler ve Erken Toplumsal Yapılar	32
2.1.2 Mezopotamya Uygarlıkları ve Sümer Etkisi	34
2.1.3 Eski Anadolu ve Mezopotamya İmparatorlukları Dönemi	35
2.1.4 Bölgesel Krallıklar ve Aramî Kültür Etkisi	37
2.1.5 Pers Hakimiyeti ve Helenistik Dönem Kültürel Dönüşümü	39
2.1.6 Roma ve Bizans Döneminde Kentsel ve Kültürel Yapı	41

2.1.7 İslam Dönemi ve Orta çağ Siyasi Yapılanmaları	43
2.1.8 Osmanlı Dönemi ve Günümüze Yansıyan Kültürel Miras.....	45
2.1.9 Cumhuriyet Dönemi ve Modern Şanlıurfa'nın Dönüşümü	46
2.2 Şanlıurfa İlinin Turizm Potansiyeli	48
2.3 Şanlıurfa İli Müze ve Ören Yerleri.....	50
2.4 Göbeklitepe'nin Keşfi ve Önemi.....	52
2.5 Göbeklitepe'nin Dünya Mirası Olarak Önemi (Unesco Bağlamında)	54
BÖLÜM 3	57
LİTERATÜR TARAMASI.....	57
3.1 Deneyimleme Kalitesi Üzerine Yapılmış Çalışmalar.....	57
3.2 Tavsiye Etme Niyeti Üzerine Yapılmış Çalışmalar	59
3.3 Kültürel Miras Turizmi Üzerine Yapılmış Çalışmalar	62
3.4 Deneyim Kalitesi – Tavsiye İlişkisini İnceleyen Çalışmalar	65
3.5 Göbeklitepe ve Kültürel MİRAS Turizmi Literatürü.....	67
BÖLÜM 4	71
TURİSTLERDEKİ DENEYİMLEME KALİTESİ DÜZEYİNİN TAVSİYE ETME NİYETİNE ETKİSİ: GÖBEKLİTEPE ÖREN YERİ ÖRNEĞİ	71
4.1 Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	71
4.2 Araştırmanın Yöntemi	72
4.3 Araştırma Kurgusu ve Sınırlılıkları	73
4.4 Araştırma Modeli ve Hipotezler	75
4.5 Evren ve Örneklem.....	77
4.6 Verilerin Toplanması.....	80
4.7 Bulgular	81
BÖLÜM 5	93
SONUÇ VE ÖNERİLER	93
KAYNAKÇA	97

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 4.1. 2025 Yılı Temmuz Ayı Göbeklitepe Ören Yeri Ziyaretçi Sayısı	78
Tablo 4.2. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Dağılımları.....	81
Tablo 4.3. Değişkenlere İlişkin Çarpıklık ve Basıklık Katsayıları	83
Tablo 4.4. Deneyimleme Kalitesi Düzeyine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları.....	84
Tablo 4.5. Tavsiye Etme Niyeti Faktör Analizine İlişkin Sonuçlar	86
Tablo 4.6. Deneyimleme Kalitesi Düzeyi ve Tavsiye Etme Niyetine İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	87
Tablo 4.7. Değişkenler Arası Korelasyon Matrisi.....	89
Tablo 4.8. Deneyimleme Kalitesi Düzeyinin Tavsiye Etme Niyeti Üzerindeki Etkisini İnceleyen Basit Doğrusal Regresyon Analizi.....	90
Tablo 4.9. Araştırma Hipotezlerine Ait Sonuçlar.....	91

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 4. 1. Göbeklitepe Ören Yeri Ziyaretçilerinin Deneyimleme Kalitesi Düzeylerinin Tavsiye Etme Niyeti Üzerindeki Etkisine Yönelik Araştırma Modeli	76
---	----

KISALTMALAR

DKD	Deneyimleme Kalitesi Düzeyi
KMO	Kaiser-Meyer-Olkin
KTB	Kültür ve Turizm Bakanlığı
TDK	Türk Dil Kurumu
TEN	Tavsiye Etme Niyeti
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)
WOM	Ağızdan ağıza iletişim (Word of Mouth)
e-WOM	Elektronik Ağızdan ağıza iletişim (e-Word of Mouth)

GİRİŞ

Turizm sektörü, son yıllarda küresel rekabetin yoğunlaşması, iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması ve ziyaretçi beklentilerinin çeşitlenmesiyle birlikte arz odaklı bir yapıdan talep ve deneyim odaklı bir yapıya doğru dönüşmektedir (Pine ve Gilmore, 1999; Buhalis ve Law, 2008). Bu dönüşüm, destinasyonların yalnızca “görülecek yer” sunmasının yeterli olmaktan çıktığını; bunun yerine ziyaretçiye anlam, duygu ve katılım üreten bütüncül bir deneyim tasarımının öne çıktığını göstermektedir (Richards, 2011a). Deneyim ekonomisi yaklaşımı, işletmelerin ve destinasyonların katma değer üretiminde “mal ve hizmet”in ötesine geçerek “deneyim”i temel rekabet aracı olarak konumlandığını vurgulamaktadır (Pine ve Gilmore, 1999).

Turizmde deneyim, yalnızca ziyaret anında yaşananlarla sınırlı olmayan; seyahat öncesi bilgi arama ve beklenti oluşumu, seyahat sırasında etkileşim ve duyumsamalar, seyahat sonrasında ise hatırlama ve değerlendirme süreçleriyle tamamlanan çok aşamalı bir yapıdır (Larsen, 2007; Clawson ve Knetsch, 2013). Bu bakış açısı, deneyimin “zaman içinde gelişen” ve bireysel anlam üretimiyle şekillenen bir süreç olduğunu ortaya koyar. Nitekim turizm deneyimi literatüründe, deneyimin seyahat öncesi ve sonrası etkilerini de kapsayan geniş bir çerçevede ele alınması gerektiği belirtilmektedir (Prebensen, Vittersø, ve Dahl, 2013).

Turistlerin algıladığı deneyimin niteliği, destinasyona ilişkin tutumları ve geleceğe dönük davranışsal niyetleri üzerinde belirleyici olmaktadır (Chen ve Tsai, 2007). Davranışsal niyetler arasında tavsiye etme niyeti, destinasyonların sürdürülebilir ziyaretçi akışını destekleyen, pazarlama maliyetlerini dolaylı biçimde azaltan ve destinasyon imajını güçlendiren kritik bir çıktıdır (Zeithaml, Berry, ve Parasuraman, 1996). Dijital platformların etkisiyle birlikte tavsiye davranışı yalnızca yüz yüze iletişimle değil, çevrimiçi değerlendirmeler ve elektronik ağızdan ağıza iletişim (eWOM) aracılığıyla da destinasyon tercihlerini güçlü biçimde

yönlendirmektedir (Hennig-Thurau, Gwinner, Walsh, ve Gremler, 2004a).

Kültürel miras turizmi kapsamında değerlendirilen arkeolojik ören yerleri, ziyaretçilerin bilişsel (öğrenme), duygusal (hayranlık/etkilenme) ve estetik (mekân/atmosfer) boyutlarda yoğun deneyim yaşadığı alanlar olarak öne çıkmaktadır (Poria, Butler, ve Airey, 2004; Bozkurt, Arslan ve Kendir, 2024). Bu tür alanlarda deneyim, yalnızca fiziksel düzenlemeler ve hizmet sunumundan değil; özgünlük algısı, anlamlandırma, yorumlama ve duygusal bağ kurma gibi unsurlarla da şekillenmektedir (Smith, 2015).

Türkiye'nin uluslararası ölçekte tanınan kültürel miras destinasyonlarından biri olan Göbeklitepe Ören Yeri, UNESCO Dünya Miras Listesi'ne 2018 yılında kaydedilmiştir. UNESCO Dünya Miras Komitesi kararı, Göbeklitepe'nin "üstün evrensel değer" taşıdığını ortaya koymakta; bu statünün aynı zamanda ziyaretçi yoğunluğunu artırarak alan yönetiminde koruma-kullanma dengesini daha kritik hâle getirdiğini göstermektedir (Pedersen, 2002).

Bu çalışmanın amacı, Göbeklitepe Ören Yeri'ni ziyaret eden turistlerin algıladıkları deneyimleme kalitesi düzeyinin, tavsiye etme niyeti üzerindeki etkisini incelemektir. Çalışma, kültürel miras alanlarında deneyimin hangi boyutlar aracılığıyla tavsiye niyetini güçlendirdiğini açıklayarak hem literatüre katkı sağlamayı hem de alan yöneticileri açısından ziyaretçi deneyimini iyileştirmeye yönelik kanıta dayalı çıkarımlar sunmayı hedeflemektedir.

BÖLÜM 1

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. TURİZMDE DENEYİMLEME KAVRAMI

Deneyimleme kavramı, bireyin bir ürün, hizmet ya da ortamla etkileşimi sonucunda ortaya çıkan algısal, duygusal ve davranışsal tepkilerin bütünüdür ifade eden çok boyutlu bir süreçtir (Holbrook ve Hirschman, 1982; Kozak ve diğerleri, 2014; Özdemir, 2014a). Geleneksel pazarlama ve hizmet anlayışında tüketiciler daha çok rasyonel karar vericiler olarak ele alınırken, güncel yaklaşımlar bireylerin duyguları, algıları ve öznel değerlendirmeleri üzerinden değer ürettiğini ortaya koymaktadır (Pine ve Gilmore, 1998; Avcıkurt, 2017; Eser ve Özdemir, 2017; Arslan ve Kendir, 2020). Bu çerçevede deneyimleme, yalnızca sunulan hizmetin teknik özellikleriyle değil, bireyin bu hizmeti nasıl algıladığı ve anlamlandırdığıyla ilişkilendirilmektedir.

Turizm sektöründe deneyimleme kavramı, diğer hizmet alanlarına kıyasla daha karmaşık bir yapı sergilemektedir. Bunun temel nedeni, turizmin soyut, geçici ve eş zamanlı üretim-tüketim özelliklerine sahip olmasıdır (Otto ve Ritchie, 1996; Kozak, 2012a). Turist deneyimi; konaklama, ulaşım veya rehberlik gibi tekil hizmetlerden ziyade, destinasyonun fiziksel çevresi, kültürel dokusu, sosyal atmosferi ve ziyaretçinin bireysel beklentileriyle birlikte şekillenmektedir (Yılmaz ve Bititci, 2006; Larsen, 2007). Bu durum, turistik deneyimin standartlaştırılmasını güçleştirirken, her ziyaretçinin aynı destinasyonda farklı deneyimler yaşamasına neden olmaktadır (Kozak ve Bahçe, 2012; Kement ve Bükey, 2019b).

Deneyimleme süreci, yalnızca destinasyonda geçirilen zaman ile sınırlı değildir. Literatürde deneyimin zamansal boyutu vurgulanmakta; seyahat öncesi, seyahat sırası ve seyahat sonrası

olmak üzere üç aşamalı bir yapıdan söz edilmektedir (Tung ve Ritchie, 2011; Albayrak, 2013). Seyahat öncesi aşamada turistin bilgi arama süreci, beklentileri ve zihinsel imajı oluşurken; seyahat sırasında fiziksel temas, etkileşim ve duyuşsal deneyimler ön plana çıkmaktadır. Seyahat sonrasında ise turist, yaşadığı deneyimleri değerlendirerek hatırlama, paylaşma ve anlamlandırma sürecine girmektedir. Bu aşama, deneyimin kalıcılığını ve davranışsal sonuçlarını belirleyen kritik bir evre olarak değerlendirilmektedir (Chen ve Tsai, 2007; Demir ve Kozak, 2011).

Turizmde deneyimleme, aynı zamanda bireyin aktif katılımını gerektiren bir süreçtir. Turistler yalnızca hizmetlerin pasif alıcıları değil; deneyimin ortak üreticileri olarak kabul edilmektedir (Pralhad ve Ramaswamy, 2004; Çetinsöz ve Artuğer, 2013; Kendir, Arslan ve Bozkurt, 2023). Ziyaretçinin motivasyonları, ilgi alanları, kültürel birikimi ve önceki seyahat deneyimleri, deneyimin algılanma biçimini doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle deneyimleme süreci, destinasyon tarafından sunulan unsurlar ile turist bireysel özelliklerinin etkileşimi sonucunda ortaya çıkmaktadır (Kocabaş ve Elden, 2016).

Deneyim ekonomisi yaklaşımı, turizmde deneyimlemenin stratejik önemini daha da artırmıştır. Bu yaklaşım, ekonomik değerin yalnızca ürün ve hizmetlerden değil, bireylerin yaşadığı anlamlı deneyimlerden üretildiğini savunmaktadır (Pine ve Gilmore, 1999; Oh ve diğerleri, 2007;). Turizm destinasyonları açısından bu durum, rekabet avantajının fiziksel altyapıdan ziyade deneyim tasarımı yoluyla elde edilebileceğini göstermektedir. Destinasyonların sunduğu hikâye anlatımı, sembolik anlamlar, atmosfer ve özgünlük unsurları, deneyimleme sürecinin temel bileşenleri hâline gelmiştir (Kozak ve Bahçe, 2012).

Özellikle kültürel ve arkeolojik alanlarda deneyimleme kavramı, bilgilendirme ve yorumlama süreçleriyle daha da derinleşmektedir. Ziyaretçilerin tarihsel mekânları yalnızca “görmeleri” değil, bu mekânların taşıdığı anlamı kavramaları ve duyuşsal bağ kurmaları beklenmektedir (Moscardo, 1996; Çulha, 2008a). Bu bağlamda deneyimleme, öğrenme, farkındalık ve

duygusal etkilenme boyutlarını içeren bütüncül bir yapı olarak ele alınmaktadır (Packer ve Ballantyne, 2016; Ural ve Öztürk, 2018).

Turizmde deneyimleme kavramı, modern turizm anlayışının merkezinde yer almakta ve destinasyonların başarısını belirleyen temel unsurlardan biri olarak değerlendirilmektedir. Yaşanan deneyimin niteliği, turistin destinasyona yönelik algısını, memnuniyet düzeyini ve başkalarına tavsiye etme niyetini doğrudan etkilemektedir (Chen ve Tsai, 2007; Kim ve diğerleri, 2012). Bu yönüyle deneyimleme kavramı, turist davranışlarını açıklamada ve davranışsal sonuçları anlamada güçlü bir teorik çerçeve sunmaktadır.

1.1.1 Turist Deneyimi ve Boyutları

Turist deneyimi, bireyin bir destinasyonu ziyaret etmesi sürecinde yaşadığı bilişsel, duygusal ve davranışsal etkileşimlerin bütünüdür ifade eden çok boyutlu ve dinamik bir yapıdır

(Quan ve Wang, 2004; Albayrak, 2013). Deneyim yalnızca destinasyonda geçirilen zamanla sınırlı değildir; seyahat öncesi beklentiler, seyahat sırasındaki temaslar ve seyahat sonrası değerlendirmelerle şekillenen süreç temelli bir yapı göstermektedir (Cutler ve Carmichael, 2010; Prebensen ve diğerleri, 2014). Bu yönüyle turist deneyimi bireysel anlam üretimiyle gelişen ve zamana yayılan bir olgu olarak ele alınmaktadır (Uriely, 2005).

Turist deneyiminin temel özelliklerinden biri öznel ve kişiye özgü olmasıdır. Aynı destinasyonu ziyaret eden bireyler farklı motivasyon ve beklentiler doğrultusunda farklı deneyimler yaşayabilmektedir (Ryan, 2002; Avcıkurt, 2017). Deneyimin algılanma biçimi, ziyaretçinin geçmiş deneyimleri ve kültürel birikimi ile doğrudan ilişkilidir (Morgan ve diğerleri, 2010; Kılıç, 2016). Bu durum turist deneyiminin standartlaştırılmasını güçleştirmektedir.

Turist deneyimi çok boyutlu bir yapı sergilemektedir. Uluslararası literatürde deneyim; eğlence, eğitim, estetik ve kaçış boyutları çerçevesinde ele alınırken (Pine ve Gilmore, 1999; Oh ve diğerleri, 2007) daha kapsamlı yaklaşımlar deneyimi duygusal, duygusal, bilişsel ve davranışsal boyutlarla incelemektedir (Gentile

ve diğerleri., 2007). Türkiye’de yapılan çalışmalar da deneyimin bilişsel, duygusal ve sosyal boyutlar üzerinden şekillendiğini ortaya koymaktadır (Çetinsöz ve Artuğer, 2013; Seçilmiş, 2017b). Kültürel miras alanlarında ise estetik boyutun da belirginleştiği görülmektedir (Çulha, 2008a; Öztürk ve Ceylan, 2018).

Bilişsel boyut, turistlerin bilgi edinme ve anlamlandırma süreçlerini kapsamaktadır (McIntosh ve Prentice, 1999). Özellikle arkeolojik alanlarda tarihsel bilgiye erişim ve sembolik anlamın kavranması bilişsel deneyimin temel unsurlarıdır (Poria ve diğerleri, 2003; Ural ve Öztürk, 2018). Yorumlama faaliyetlerinin niteliği, ziyaretçi deneyiminin kalitesini doğrudan etkilemektedir (Ham, 2013).

Duygusal boyut, turistlerin deneyim sürecinde yaşadıkları duygusal tepkileri ifade etmektedir (Gnoth, 1997; Hosany ve Gilbert, 2010). Kültürel miras alanlarında hayranlık, merak ve etkilenme gibi duyguların yoğun yaşandığı belirtilmektedir (Çulha, 2008a). Duygusal yoğunluk arttıkça deneyimin hatırlanabilirliği ve tavsiye edilme olasılığı da artmaktadır (Kim, 2014b; Seçilmiş, 2017b).

Estetik boyut, destinasyonun fiziksel çevresi, özgünlüğü ve mekânsal düzeni ile ilişkilidir (Kirillova ve diğerleri, 2014). Arkeolojik alanlarda özgünlük ve mekânsal bütünlük estetik deneyimin belirleyicileri arasındadır (Timothy ve Boyd, 2003; Öztürk ve Ceylan, 2018). Estetik tatmin düzeyi, genel deneyim değerlendirmesi üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir (Oh ve diğerleri., 2007).

Sosyal boyut, ziyaretçilerin diğer turistler ve hizmet sunucularla kurdukları etkileşimleri kapsamaktadır (Walls ve diğerleri, 2011). Rehberlerin iletişim tarzı ve hizmet sunum kalitesi sosyal deneyimin önemli bileşenlerindendir (Çetinsöz ve Artuğer, 2013). Aşırı ziyaretçi yoğunluğu deneyim kalitesini olumsuz etkileyebilmektedir (Neuts ve Nijkamp, 2012).

Turist deneyiminin bu boyutları bütüncül olarak değerlendirildiğinde, boyutlardan birindeki eksiklik genel deneyim algısını zayıflatabilmektedir (Gentile ve diğerleri, 2007). Kültürel

miras alanlarında boyutların dengeli biçimde yönetilmesi ziyaretçi memnuniyetini ve davranışsal niyetleri artırmaktadır (Chen ve Tsai, 2007; Kement ve Bükey, 2019b).

Turist deneyimi, kültürel miras alanlarında ziyaretçi davranışlarını açıklamada güçlü bir teorik çerçeve sunmaktadır. Deneyimin niteliği özellikle tavsiye etme niyeti gibi davranışsal çıktılar üzerinde belirleyici rol oynamaktadır (Kim, 2014b; Kement ve Bükey, 2019b).

1.1.2 Deneyim Kalitesi Kavramı ve Önemi

Deneyim kalitesi kavramı, turistlerin bir destinasyonda yaşadıkları deneyimleri ne ölçüde olumlu, tatmin edici ve anlamlı algıladıklarını ifade eden öznel bir değerlendirme olarak tanımlanmaktadır (Chen ve Chen, 2010; Wu ve Li, 2017). Bu kavram, geleneksel hizmet kalitesi anlayışından farklı olarak yalnızca hizmet sunumunun teknik boyutlarına değil, ziyaretçinin deneyim sürecinde yaşadığı duygusal, bilişsel ve sembolik algılara da odaklanmaktadır (Otto ve Ritchie, 1996). Dolayısıyla deneyim kalitesi, turist ile destinasyon arasındaki etkileşimin bütüncül bir çıktısı olarak değerlendirilmektedir.

Hizmet kalitesi genellikle beklenti–algı karşılaştırmasına dayalı olarak ölçülürken (Parasuraman ve diğerleri, 1988), deneyim kalitesi daha öznel ve çok boyutlu bir yapı sergilemektedir. Deneyim kalitesi değerlendirilirken ortamın atmosferi, yaşanan duygular, kurulan anlam ve deneyimin hatırlanabilirliği gibi unsurlar ön plana çıkmaktadır (Kim ve diğerleri, 2012). Bu yönüyle deneyim kalitesi, ziyaretçinin destinasyondan ayrıldıktan sonra zihninde kalan genel ve bütünsel izlenimi temsil etmektedir.

Turizm literatüründe deneyim kalitesinin önemi, turist davranışları üzerindeki etkisi üzerinden vurgulanmaktadır. Yapılan araştırmalar, deneyim kalitesinin turist memnuniyeti, tekrar ziyaret etme niyeti ve tavsiye etme niyeti üzerinde doğrudan ve anlamlı etkiler yarattığını ortaya koymaktadır (Prayag ve diğerleri, 2013). Deneyim kalitesi arttıkça ziyaretçilerin destinasyona yönelik olumlu

değerlendirmeleri güçlenmekte ve bu durum davranışsal niyetlere yansımaktadır (Ali ve diğerleri, 2014a).

Türkiye’de yapılan çalışmalar da benzer bulgular ortaya koymaktadır. Özellikle kültürel destinasyonlarda deneyim kalitesinin memnuniyet ve tavsiye niyeti üzerindeki etkisi vurgulanmaktadır (Kement ve Bükey, 2019b). Albayrak ve Caber (2015), deneyim kalitesinin destinasyon sadakati üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu belirtmektedir (Albayrak ve Caber, 2015). Bu bulgular, deneyim kalitesinin yalnızca algısal bir değerlendirme değil, aynı zamanda davranışsal sonuçların güçlü bir belirleyicisi olduğunu göstermektedir.

Kültürel miras ve arkeolojik alanlar bağlamında deneyim kalitesi daha da kritik bir önem kazanmaktadır. Bu alanlarda ziyaretçilerin beklentileri yalnızca fiziksel mekânı görmekle sınırlı değildir; tarihsel bilgi edinme, kültürel farkındalık geliştirme ve geçmişle duygusal bağ kurma isteği ön plana çıkmaktadır (Poria ve diğerleri, 2003). Bu nedenle deneyim kalitesi, bilgilendirme ve yorumlama süreçlerinin etkinliği ile doğrudan ilişkilidir (Moscardo, 1996).

Kültürel miras alanlarında deneyim kalitesini etkileyen unsurlar arasında fiziksel çevre düzenlemeleri, alanın korunmuşluk düzeyi, yönlendirme sistemleri, rehberlik hizmetleri ve ziyaretçi yoğunluğu yer almaktadır (Neuts ve Nijkamp, 2012). Özellikle aşırı kalabalıklaşma ve yetersiz bilgilendirme sistemleri, deneyim kalitesinin düşmesine neden olabilmektedir (Gursoy ve diğerleri, 2010). Buna karşılık, düzenli ve iyi planlanmış bir ziyaretçi yönetimi, algılanan deneyim kalitesini artırmaktadır.

Deneyim kalitesi yalnızca bireysel ziyaretçi memnuniyeti açısından değil, destinasyonların sürdürülebilirliği açısından da önemlidir. Yüksek deneyim kalitesi algısı, olumlu ağızdan ağıza iletişimi ve destinasyon imajını güçlendirirken (Prayag ve diğerleri, 2013; Yayla ve diğerleri, 2021), düşük kalite algısı destinasyonun rekabet gücünü zayıflatabilmektedir. Bu durum özellikle UNESCO Dünya Mirası statüsüne sahip alanlarda deneyim kalitesinin stratejik

bir yönetim unsuru hâline gelmesine neden olmaktadır (Timothy, 2011).

Deneyim kalitesi, turizmde ziyaretçi davranışlarını açıklamada merkezi bir kavramdır. Kültürel miras alanlarında ziyaretçilerin deneyimlerini olumlu değerlendirmeleri, destinasyonun tercih edilme olasılığını artırmakta ve tavsiye etme niyeti gibi davranışsal sonuçların güçlenmesine zemin hazırlamaktadır (Chen ve Chen, 2010; Kement ve Bükey, 2019b). Bu nedenle deneyim kalitesi; hem akademik araştırmalar hem de uygulamaya yönelik turizm politikaları açısından stratejik öneme sahip bir kavram olarak değerlendirilmektedir.

1.1.3 Deneyim Kalitesi Ölçüm Yaklaşımları

Deneyim kalitesinin ölçülmesi, deneyimin öznel, çok boyutlu ve bireye özgü yapısı nedeniyle turizm literatüründe metodolojik açıdan önemli bir tartışma alanı oluşturmaktadır (Otto ve Ritchie, 1996). Deneyim, yalnızca somut hizmet unsurlarının değerlendirilmesiyle açıklanamayacak kadar karmaşık bir olgu olduğundan, ölçüm sürecinde ziyaretçilerin algılarına dayalı yaklaşımlar ön plana çıkmaktadır (Wu ve Li, 2017). Bu nedenle deneyim kalitesinin ölçümünde nicel araştırmalarda ağırlıklı olarak algı temelli çok maddeli ölçekler kullanılmaktadır.

Geleneksel hizmet kalitesi ölçüm yaklaşımları, daha çok beklenti–algı farkına dayalı SERVQUAL modeli üzerinden şekillenmiştir (Parasuraman ve diğerleri, 1988). Ancak bu model, turist deneyiminin duygusal, sembolik ve bağlamsal boyutlarını açıklamada sınırlı kalmaktadır (Brady ve Cronin, 2001). Bu nedenle deneyim kalitesi ölçüm yaklaşımları, ziyaretçilerin yaşadıkları deneyimi süreç temelli ve bütüncül olarak değerlendirmelerine imkân tanıyan bir perspektif geliştirmiştir (Otto ve Ritchie, 1996).

Deneyim kalitesinin ölçümünde kullanılan ölçekler genellikle çok boyutlu bir yapıya sahiptir. Literatürde bu boyutlar; fiziksel çevre, hizmet sunumu (personel ve rehberlik), sosyal çevre ve genel deneyim algısı başlıkları altında toplanmaktadır (Wu ve Ai, 2016). Fiziksel çevre boyutu mekân düzeni ve atmosfer gibi unsurları

kapsarken; insan unsuru boyutu hizmet sunucularının bilgi düzeyi ve iletişim becerilerini içermektedir. Sosyal çevre boyutu ise ziyaretçi yoğunluğu ve diğer ziyaretçilerle yaşanan etkileşimleri kapsamaktadır (Neuts ve Nijkamp, 2012).

Kültürel miras ve arkeolojik alanlarda deneyim kalitesinin ölçümü, diğer turizm türlerine kıyasla daha özel bir yaklaşım gerektirmektedir. Bu alanlarda deneyim; öğrenme, anlamlandırma, tarihsel bağ kurma ve duygusal etkilenme gibi boyutları içermektedir (Poria ve diğerleri, 2003). Bu nedenle kültürel miras alanlarında kullanılan ölçekler, bilişsel ve duygusal boyutları da kapsayacak şekilde genişletilmektedir (Chen ve Chen, 2010).

Deneyim kalitesinin bilimsel olarak ölçülmesinde kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri büyük önem taşımaktadır. Ölçeklerin güvenilirliğini belirlemek amacıyla iç tutarlılık katsayısı olarak Cronbach Alpha değeri hesaplanmaktadır (Cronbach, 1951). Sosyal bilimler alanında Alpha değerinin 0.70 ve üzerinde olması ölçeğin güvenilir kabul edilmesi için yeterli görülmektedir (Nunnally ve Bernstein, 1994). Ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla öncelikle keşfedici faktör analizi uygulanmakta (Hair ve diğerleri, 2014), ardından doğrulayıcı faktör analizi ile model uyumu değerlendirilmektedir (Jöreskog, 1969). Değişkenler arasındaki ilişkilerin test edilmesinde ise yapısal eşitlik modellemesinden yararlanılmaktadır (Kline, 2015). Bu analizler, deneyim kalitesinin boyutsal yapısını ortaya koymakta ve araştırma modelinin istatistiksel sağlamlığını desteklemektedir.

Son yıllarda deneyim kalitesi ölçüm yaklaşımlarında, destinasyona özgü ölçek geliştirme eğilimi artmıştır. Özellikle UNESCO Dünya Mirası statüsüne sahip alanlarda, deneyim kalitesi ölçümlerinin alanın özgün özelliklerini dikkate alması gerektiği vurgulanmaktadır (Timothy, 2011). Bu yaklaşım, deneyim kalitesinin yalnızca genel geçer ölçütlerle değil, araştırma alanının bağlamsal özellikleri doğrultusunda değerlendirilmesini mümkün kılmaktadır.

Deneyim kalitesi ölçüm yaklaşımları, turist deneyiminin çok boyutlu ve öznel yapısını anlamaya yönelik güçlü metodolojik

araçlar sunmaktadır. Kültürel miras alanlarında deneyim kalitesinin geçerli ve güvenilir ölçeklerle ölçülmesi, ziyaretçi davranışlarını açıklamada ve özellikle tavsiye etme niyeti gibi davranışsal sonuçların analizinde sağlam bir teorik ve metodolojik temel oluşturmaktadır.

1.2 TAVSİYE ETME NİYETİ

Tavsiye etme niyeti, bireylerin bir destinasyonu, ürünü ya da hizmeti başkalarına önerme eğilimini ifade eden davranışsal bir niyet göstergesidir (Ajzen, 1991). Planlı Davranış Teorisi çerçevesinde davranışsal niyetler, bireyin gelecekteki davranışına ilişkin en güçlü belirleyiciler arasında yer almaktadır. Bu bağlamda tavsiye etme niyeti, ziyaretçilerin destinasyona yönelik olumlu değerlendirmelerinin dışa yansımaları olarak kabul edilmektedir.

Turizm literatüründe tavsiye etme niyeti, ziyaretçi deneyiminin en önemli çıktılarında biri olarak değerlendirilmektedir (Chen ve Tsai, 2007). Bunun temel nedeni, turistlerin yaşadıkları deneyimleri sosyal çevreleriyle paylaşma eğilimlerinin, potansiyel ziyaretçilerin destinasyon tercihlerini önemli ölçüde etkilemesidir. Ağızdan ağıza iletişim (Word of Mouth – WOM), tüketici davranışları literatüründe güvenilir bilgi kaynağı olarak tanımlanmakta ve satın alma kararları üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğu belirtilmektedir (Arndt, 1967). Günümüzde bu etkileşim dijital platformlara taşınmış ve elektronik ağızdan ağıza iletişim (eWOM) kavramı ortaya çıkmıştır (Hennig-Thurau ve diğerleri, 2004b).

Davranışsal niyetler çerçevesinde tavsiye etme niyeti yalnızca bireysel bir tutumu değil, sosyal etkileşimler yoluyla yayılan bir etki mekanizmasını temsil etmektedir. Turistler yaşadıkları deneyimleri aktarırken kendi algılarını, duygularını ve değerlendirmelerini de paylaşmakta; bu durum destinasyon imajının sosyal çevreler aracılığıyla yeniden üretilmesine yol açmaktadır (N. Morgan ve diğerleri, 2011a). Özellikle deneyim temelli bir sektör olan turizmde, tavsiye etme niyeti destinasyonların görünürlüğünü artıran stratejik bir unsur hâline gelmiştir.

Tavsiye etme niyetinin memnuniyet ve deneyim kalitesi ile yakından ilişkili olduğu literatürde sıklıkla vurgulanmaktadır. Ziyaretçilerin destinasyona yönelik memnuniyet düzeyleri arttıkça, olumlu ağızdan ağıza iletişim davranışlarının da arttığı belirtilmektedir (Oliver, 1999; Chen ve Chen, 2010). Benzer şekilde deneyim kalitesinin yüksek algılanması, tavsiye etme niyetini doğrudan ve dolaylı biçimde etkilemektedir (Ali ve diğerleri, 2014b).

Türkiye’de yapılan çalışmalar da bu ilişkiyi desteklemektedir. Özellikle kültürel destinasyonlarda deneyim kalitesi ve memnuniyet düzeyinin tavsiye etme niyeti üzerinde anlamlı etkiler yarattığı ortaya konulmuştur (Seçilmiş, 2017a). Kozak (2012) ise turistlerin olumlu deneyimlerini sosyal çevreleriyle paylaşımlarının destinasyon sadakati ve yeniden ziyaret davranışı açısından kritik olduğunu vurgulamaktadır (Kozak, 2012a).

Tavsiye etme niyetinin önemi pazarlama maliyetleri açısından da dikkate değerdir. Geleneksel reklam ve tanıtım faaliyetlerine kıyasla, ziyaretçilerin gönüllü olarak gerçekleştirdiği tavsiyeler daha güvenilir ve ikna edici algılanmaktadır (Hennig-Thurau ve diğerleri, 2004b). Bu durum tavsiye etme niyetini destinasyon pazarlaması açısından düşük maliyetli ancak yüksek etkili bir stratejik araç hâline getirmektedir.

Tavsiye etme niyeti, ziyaretçi deneyiminin davranışsal bir çıktısı olarak destinasyonların sürdürülebilir talep oluşturmada merkezi bir rol oynamaktadır. Özellikle kültürel miras alanlarında ziyaretçilerin olumlu deneyimlerini başkalarına aktarmaları, destinasyon imajının güçlenmesine ve rekabet avantajı elde edilmesine katkı sağlamaktadır. Bu nedenle tavsiye etme niyeti, deneyim kalitesi ve memnuniyet ile birlikte ele alınması gereken temel bir davranışsal göstergedir.

1.2.1 Turizm Bağlamında Tavsiye Etme Davranışı

Turizm bağlamında tavsiye etme davranışı, turistlerin yaşadıkları deneyimleri başkalarıyla paylaşma ve bu deneyimler doğrultusunda destinasyonu önerme eğilimlerini kapsamaktadır (Arndt, 1967). Bu davranış, seyahat sonrasında gerçekleşen

değerlendirme ve anlamlandırma sürecinin bir çıktısı olarak ortaya çıkmaktadır. Turistler deneyimlerini paylaştıkça hem kendi deneyimlerini yeniden yapılandırmakta hem de potansiyel ziyaretçilerin karar süreçlerini etkilemektedir (Litvin ve diğerleri, 2008a).

Tavsiye etme davranışı geleneksel olarak yüz yüze iletişim yoluyla gerçekleşmekteydi. Ancak dijitalleşmeyle birlikte bu süreç elektronik ağızdan ağıza iletişim (eWOM) biçiminde çevrimiçi platformlara taşınmıştır (Hennig-Thurau ve diğerleri, 2004a). Sosyal medya, seyahat değerlendirme siteleri ve çevrimiçi yorum platformları turistlerin deneyimlerini anında ve kalıcı biçimde paylaşımlarına olanak tanımaktadır (Xiang ve Gretzel, 2010). Bu durum tavsiye etme davranışını bireysel bir eylem olmaktan çıkararak kolektif bir bilgi üretim mekanizmasına dönüştürmüştür.

Turizmde tavsiye etme davranışı potansiyel ziyaretçiler açısından önemli bir güven unsuru olarak algılanmaktadır. Deneyim temelli ürünlerde tüketiciler, resmi tanıtım faaliyetlerinden ziyade diğer tüketicilerin görüşlerine daha fazla güvenmektedir (Litvin ve diğerleri, 2008b). Bu nedenle olumlu tavsiyeler destinasyonun tercih edilme olasılığını artırırken; olumsuz paylaşımlar destinasyon imajı üzerinde ciddi etkiler yaratabilmektedir (Gartner, 1993).

Tavsiye etme davranışı aynı zamanda destinasyonların itibar yönetimi açısından stratejik bir role sahiptir. Çevrimiçi yorumların destinasyon imajı ve algılanan değer üzerinde belirleyici etkileri olduğu ortaya konulmuştur (Xiang ve Gretzel, 2010). Türkiye’de yapılan çalışmalar da benzer şekilde olumlu deneyim paylaşımlarının destinasyon tercihinde önemli bir rol oynadığını göstermektedir (Akyurt ve Şeker, 2016). Özellikle kültürel destinasyonlarda deneyim kalitesinin tavsiye davranışı üzerinden destinasyon talebini etkilediği belirtilmektedir (Kement ve Bükey, 2019a).

Turizm bağlamında tavsiye etme davranışı, yalnızca bireysel bir öneri eylemi değil; destinasyon imajının sosyal ağlar aracılığıyla yeniden üretildiği dinamik bir süreçtir. Deneyim kalitesi, memnuniyet ve algılanan değer gibi unsurlar tavsiye davranışının

temel belirleyicileri arasında yer almakta; bu durum tavsiye etme davranışını turizm pazarlaması ve destinasyon yönetimi açısından merkezi bir kavram hâline getirmektedir.

1.2.2 Deneyim Kalitesi ile Tavsiye Etme Niyeti Arasındaki İlişki

Deneyim kalitesi ile tavsiye etme niyeti arasındaki ilişki, turizm literatüründe en sık incelenen konular arasında yer almaktadır. Yapılan ampirik çalışmalar, turistlerin algıladıkları deneyim kalitesi arttıkça destinasyonu başkalarına tavsiye etme eğilimlerinin de anlamlı biçimde yükseldiğini ortaya koymaktadır (Chen ve Chen, 2010) . Bu ilişki, deneyimin yalnızca tatmin düzeyiyle değil, ziyaretçinin yaşadığı duygusal ve bilişsel etkilerle de yakından bağlantılıdır (Prayag ve diğerleri, 2013).

Deneyim kalitesinin tavsiye etme niyeti üzerindeki etkisi, özellikle deneyimin unutulmaz ve anlamlı olarak algılandığı durumlarda daha belirgin hâle gelmektedir. Deneyim ekonomisi yaklaşımı, ziyaretçilerin kendileri için anlam taşıyan ve hatırlanabilir özellikler barındıran deneyimleri daha değerli gördüklerini vurgulamaktadır (Pine ve Gilmore, 1999a). Kim (2014) ise hatırlanabilir turistik deneyimlerin davranışsal niyetler üzerinde güçlü etkiler yarattığını belirtmektedir (Kim, 2014b). Bu durum, deneyim kalitesinin tavsiye etme niyeti üzerindeki etkisinin doğrudan olabileceği gibi, memnuniyet ve duygusal bağ gibi değişkenler aracılığıyla dolaylı biçimde de ortaya çıkabileceğini göstermektedir.

Kültürel miras ve arkeolojik alanlar bağlamında deneyim kalitesi–tavsiye niyeti ilişkisi daha da önem kazanmaktadır. Bu alanlarda ziyaretçiler yalnızca fiziksel mekânı gözlemlemekle kalmayıp tarihsel ve sembolik anlamlarla etkileşime girmektedir (Poria ve diğerleri, 2003). Mekânla kurulan duygusal bağ, deneyimin hatırlanabilirliğini artırmakta ve destinasyona yönelik olumlu davranışsal niyetleri güçlendirmektedir (McIntosh, 2004). Türkiye’de yapılan çalışmalar da kültürel destinasyonlarda deneyim

kalitesinin tavsiye etme niyeti üzerinde anlamlı etkiler yarattığını ortaya koymaktadır (Çulha, 2008a; Seçilmiş, 2017b).

Deneyim kalitesi ile tavsiye etme niyeti arasındaki ilişki, aynı zamanda destinasyonların rekabet avantajı elde etmelerinde önemli bir rol oynamaktadır. Yüksek deneyim kalitesi algısı, ziyaretçilerin destinasyonu olumlu biçimde değerlendirmelerine ve sosyal çevreleriyle paylaşımlarına yol açmakta; bu durum destinasyon imajını güçlendirmektedir (Chen ve Chen, 2010). Dolayısıyla deneyim kalitesi, yalnızca memnuniyetin değil, aynı zamanda destinasyona yönelik pozitif ağızdan ağıza iletişimin de temel belirleyicilerinden biri olarak kabul edilmektedir.

Deneyim kalitesi ile tavsiye etme niyeti arasında güçlü ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Özellikle kültürel miras alanlarında deneyimin bilişsel, duygusal ve sembolik boyutlarının olumlu algılanması, ziyaretçilerin destinasyonu başkalarına önerme eğilimlerini artırmaktadır. Bu bağlamda deneyim kalitesi, tavsiye etme niyetinin hem doğrudan hem de dolaylı belirleyicisi olarak kavramsal modelde merkezi bir konuma sahiptir.

1.2.3 Tavsiye Etme Niyetini Etkileyen Faktörler

Tavsiye etme niyeti, tek bir değişkenle açıklanamayacak kadar karmaşık bir yapıya sahiptir ve birçok faktörün etkileşimi sonucunda oluşmaktadır. Turizm literatüründe tavsiye etme niyetini etkileyen temel faktörler arasında algılanan deneyim kalitesi, turist memnuniyeti, algılanan değer, destinasyon imajı ve duygusal bağ öne çıkmaktadır (Chen ve Tsai, 2007). Bu faktörler, turistin destinasyona yönelik genel değerlendirmesini şekillendirerek tavsiye davranışının ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır.

Algılanan deneyim kalitesi, tavsiye etme niyetinin temel belirleyicisi olarak kabul edilmektedir. Ziyaretçilerin deneyimi beklentilerinin üzerinde değerlendirmeleri, destinasyona yönelik olumlu tutum geliştirmelerini sağlamaktadır (Chen ve Chen, 2010). Deneyimin duygusal ve estetik boyutları özellikle tavsiye niyeti üzerinde güçlü etkiler yaratmaktadır (Prayag ve diğerleri, 2013). Türkiye’de yapılan araştırmalar da deneyim kalitesinin tavsiye etme

niyeti üzerinde doğrudan ve anlamlı etkiler oluşturduğunu ortaya koymaktadır (Seçilmiş, 2017b).

Turist memnuniyeti, tavsiye etme niyetinin en güçlü öncüllerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Oliver, 1999), memnuniyetin davranışsal sadakatın temel belirleyicisi olduğunu belirtmektedir. Memnun ziyaretçilerin destinasyonu başkalarına önerme eğilimlerinin daha yüksek olduğu birçok ampirik çalışmada doğrulanmıştır (Chen ve Tsai, 2007). Bu bağlamda memnuniyet, deneyim kalitesi ile tavsiye etme niyeti arasındaki ilişkide aracılık rolü üstlenebilmektedir.

Algılanan değer kavramı da tavsiye etme niyetini etkileyen önemli bir unsurdur. Parasuraman (1988), algılanan değeri tüketicinin aldığı fayda ile katlandığı maliyet arasındaki değerlendirme olarak tanımlamaktadır (Parasuraman ve diğerleri, 1988). Turistler destinasyonu “değerli” olarak algıladıklarında, bu değerlendirmeyi sosyal çevreleriyle paylaşma eğilimi göstermektedir. Özellikle kültürel miras alanlarında özgünlük ve evrensel değer algısı, tavsiye niyetini güçlendiren faktörler arasında yer almaktadır (Poria ve diğerleri, 2003).

Destinasyon imajı da tavsiye etme niyeti üzerinde belirleyici bir role sahiptir. Olumlu bir destinasyon imajı, turistlerin hem tekrar ziyaret hem de tavsiye etme eğilimlerini artırmaktadır (Chen ve Tsai, 2007). Kozak (2012), destinasyon imajının ziyaretçi davranışları üzerindeki etkisini vurgulamakta ve olumlu imajın ağızdan ağıza iletişimi desteklediğini belirtmektedir (Kozak, 2012b).

Son olarak duygusal bağ, turistlerin destinasyonla kurdukları psikolojik bağın tavsiye niyeti üzerinde güçlü bir etkisi olduğunu göstermektedir (Prayag ve diğerleri, 2013). Özellikle kültürel miras destinasyonlarında ziyaretçilerin mekânla kurdukları anlam temelli bağ, tavsiye davranışını artırmaktadır.

Tavsiye etme niyeti, deneyim kalitesi başta olmak üzere memnuniyet, algılanan değer, destinasyon imajı ve duygusal bağ gibi çoklu faktörlerin etkileşimi sonucunda şekillenmektedir. Bu nedenle tavsiye etme niyeti, turizm araştırmalarında ziyaretçi davranışlarını

açıklamada merkezi bir kavram olarak ele alınmakta ve özellikle kültürel miras destinasyonlarının sürdürülebilirliği açısından stratejik bir öneme sahip olmaktadır

1.3 KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİ KAVRAMI VE ÖREN YERLERİ

Kültürel miras turizmi, toplumların tarihsel süreç içerisinde oluşturduğu maddi ve manevi değerlerin turistik amaçlarla ziyaret edilmesi ve deneyimlenmesini kapsayan özel bir turizm türüdür. Bu turizm türü, yalnızca geçmişe ait fiziksel yapıların görülmesini değil; aynı zamanda bu yapıların taşıdığı kültürel, sembolik ve toplumsal anlamın ziyaretçi tarafından yorumlanmasını içermektedir (Ashworth ve Tunbridge, 2000a). Kültürel miras, kolektif hafızanın ve kimlik inşasının önemli bir bileşeni olarak değerlendirilmekte ve toplumların tarihsel sürekliliğini temsil etmektedir (Smith, 2006). Türkiye bağlamında kültürel miras turizmi, sahip olunan zengin arkeolojik ve tarihsel birikim nedeniyle turizm sektörünün temel çekicilik unsurlarından biri konumundadır (Emekli, 2006).

Kültürel miras turizmi; somut kültürel miras unsurları (tarihi yapılar, anıtlar, arkeolojik alanlar ve ören yerleri) ile somut olmayan kültürel miras unsurlarını (gelenekler, ritüeller ve inanç sistemleri) kapsamaktadır (UNESCO, 1972). Bu kapsam, kültürel miras turizmini yalnızca mekânsal bir ziyaret süreci olmaktan çıkararak deneyimsel bir boyuta taşımaktadır. Ziyaretçiler kültürel miras alanlarında geçmiş medeniyetlerin izleriyle karşılaşmakta, tarihsel anlatılarla etkileşime girmekte ve bireysel anlamlandırma süreçleri geliştirmektedir (Harrison, 2013). Türkiye’de yapılan çalışmalar da kültürel miras alanlarının kimlik, aidiyet ve kültürel bilinç oluşumuna katkı sağladığını ortaya koymaktadır (Özdemir, 2014b).

Kültürel miras turizminin önemi ekonomik, kültürel ve stratejik boyutlarda ele alınmaktadır. Ekonomik açıdan kültürel miras turizmi, destinasyonların turizm gelirlerini çeşitlendirmekte ve uluslararası ziyaretçi talebini artırmaktadır (Richards, 2011c). Dünya mirası statüsüne sahip alanların küresel ölçekte görünürlük kazandığı ve bölgesel kalkınmaya katkı sağladığı belirtilmektedir (Labadi,

2013). Türkiye’de kültürel turizmin destinasyon ekonomisi üzerindeki etkisi de literatürde vurgulanmaktadır (Kozak ve Bahar, 2010). Kültürel sürdürülebilirlik açısından ise kültürel miras turizmi, yerel toplulukların kültürel değerlerine sahip çıkmalarını teşvik etmekte ve bu değerlerin gelecek kuşaklara aktarılmasına katkı sağlamaktadır (Garrod ve Fyall, 2000). Ancak ziyaretçi yoğunluğu özellikle arkeolojik alanlarda fiziksel aşınma ve çevresel bozulma riskini beraberinde getirmekte, bu durum koruma-kullanma dengesinin önemini artırmaktadır (ICOMOS, 1999). Türkiye’de ören yerlerine ilişkin araştırmalar da sürdürülebilir yönetim planlarının gerekliliğini ortaya koymaktadır (Çulha, 2008b).

Kültürel miras unsurları destinasyonların farklılaşmasında da belirleyici bir rol oynamaktadır. Küresel turizm pazarında benzer altyapıya sahip destinasyonlar arasında özgün kültürel değerler rekabet avantajı sağlamaktadır (Richards ve Wilson, 2006). Otantiklik algısı, ziyaretçilerin deneyimi daha anlamlı ve hatırlanabilir değerlendirmelerine katkı sunmakta ve destinasyon imajını güçlendirmektedir (Wang, 1999). Türkiye bağlamında kültürel mirasın destinasyon imajı ve ziyaretçi tercihleri üzerindeki etkisi çeşitli çalışmalarda ortaya konulmuştur (Emekli, 2006).

Ören yerleri, kültürel miras turizminin en somut ve etkileyici uygulama alanları arasında yer almaktadır. Arkeolojik ören yerleri, geçmiş medeniyetlerin yaşam biçimlerini doğrudan gözlemleme imkânı sunmakta ve ziyaretçilere tarihsel bağlam içinde deneyim yaşama fırsatı vermektedir (Timothy ve Boyd, 2003). Bu alanlarda deneyim yalnızca görsel bir algıdan ibaret olmayıp; öğrenme, keşfetme ve sembolik anlam üretme süreçlerini de içermektedir (McKercher ve du Cros, 2002). Türkiye’de Efes, Hattuşa ve Göbeklitepe gibi alanlar, ören yerlerinin turizm açısından taşıdığı kültürel ve ekonomik önemi açıkça göstermektedir (Özdemir, 2014b). Bu alanlarda sunulan bilgilendirme sistemleri, rehberlik hizmetleri ve alan düzenlemeleri ziyaretçi deneyiminin niteliğini doğrudan etkilemektedir (Çulha, 2008b).

Kültürel miras turizmi ve ören yerleri, ekonomik katkının ötesinde kültürel kimliğin korunması, sürdürülebilirlik ve deneyim

kalitesi açısından stratejik bir öneme sahiptir. Kültürel miras alanlarında sunulan deneyimin niteliği, destinasyonların rekabet gücünü ve ziyaretçi davranışlarını doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle kültürel miras turizmi, deneyim kalitesi ve davranışsal niyet literatürü ile bütünleşik biçimde ele alınması gereken çok boyutlu bir araştırma alanı olarak değerlendirilmektedir.

BÖLÜM 2

ŞANLIURFA İLİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER

2.1 ŞANLIURFA İLİNİN TARİHİ VE ŞANLIURFA BÖLGESİNDE YAŞAMIŞ UYGARLIKLAR

Şanlıurfa, Mezopotamya'nın kuzey kuşağında yer alan konumu, verimli tarım alanlarına yakınlığı ve tarih boyunca önemli ticaret güzergâhlarıyla ilişkisi nedeniyle Anadolu'nun en eski yerleşim bölgelerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Algaze, 2008; Harmanşah, 2013). Bölge, yalnızca coğrafi avantajlarıyla değil, aynı zamanda insanlık tarihinin erken dönemlerine ilişkin arkeolojik verilerin yoğunluğu ile de dikkat çekmektedir (Schmidt, 2010). Özellikle Neolitik döneme tarihlenen yerleşimlerin varlığı, Şanlıurfa çevresinin avcı-toplayıcı topluluklardan yerleşik yaşama geçiş sürecinin anlaşılması açısından kritik bir coğrafya olduğunu göstermektedir (Cauvin, 2000).

Şanlıurfa'nın tarihsel gelişimi incelendiğinde, bölgede çok katmanlı bir kültürel sürekliliğin olduğu görülmektedir (Özdoğan, 2011a). Neolitik dönemle başlayan yerleşim süreci, Kalkolitik ve Tunç Çağları boyunca farklı toplumların üretim, inanç ve sosyal örgütlenme biçimleriyle şekillenmiştir (Kuijt, 2008). Bu dönemlere ilişkin bulgular, bölgenin yalnızca yerleşim alanı değil; aynı zamanda ritüel pratiklerin ve toplumsal iş birliğinin geliştiği bir merkez niteliği taşıdığını ortaya koymaktadır (Schmidt, 2010).

Antik Çağ'da bölge, Mezopotamya ile Anadolu arasındaki etkileşimin belirgin biçimde hissedildiği bir geçiş alanı olmuştur (Millar, 1993b). Bölge farklı dönemlerde Asur, Pers, Helenistik ve Roma etkisi altında kalmış; ticaret ve dinî dolaşım açısından önemini korumuştur (Segal, 2005). Bu durum, kentin maddi kültür

unsurlarında katmanlı bir birikim oluşmasına yol açmıştır (Harmanşah, 2013).

İslamiyet'in bölgeye gelişiyle birlikte Şanlıurfa, yeni bir kültürel ve idari çerçeve içinde gelişimini sürdürmüştür (Bosworth, 1986). Osmanlı döneminde ise kent bölgesel bir merkez olarak önemini korumuş; hanlar, camiler ve çarşı dokusu kent kimliğinin belirginleşmesine katkı sağlamıştır (Kuban, 2007).

Cumhuriyet döneminde artan arkeolojik çalışmalar, Şanlıurfa'nın tarih öncesi önemini uluslararası düzeyde görünür kılmıştır (Schmidt, 2010). Göbeklitepe'nin keşfi, bölgenin insanlık tarihindeki konumunu Neolitik dönemin erken evrelerine taşımıştır (Dietrich ve diğerleri, 2012b). Ancak Göbeklitepe'nin, daha geniş bir kültürel coğrafyanın parçası olduğu ve bölgedeki diğer yerleşimlerle birlikte değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır (Karul, 2021a).

2.1.1 Neolitik Dönemde İlk Yerleşimler ve Erken Toplumsal Yapılar

Şanlıurfa bölgesindeki en erken yerleşimler, Çanak Çömleksiz Neolitik Dönem'e tarihlenmektedir (Özdoğan, 2011b). Bu dönem, insan topluluklarının henüz çanak çömlek üretimine geçmediği, ancak yerleşik ya da yarı yerleşik yaşam biçimlerinin ortaya çıktığı bir evreyi temsil etmektedir (Cauvin, 2000). Bölgedeki arkeolojik bulgular, avcı-toplayıcı toplulukların belirli alanlarda uzun süreli olarak konakladığını ve bu alanları sosyal ve ritüel amaçlarla kullandığını göstermektedir (Dietrich ve diğerleri, 2012b).

Çanak Çömleksiz Neolitik döneme ait yerleşimlerde, mimari yapıların planlı ve kolektif bir anlayışla inşa edildiği görülmektedir (Karul, 2021b). Bu durum, erken dönem topluluklarının sanılandan daha gelişmiş bir örgütlenme kapasitesine sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Kuijt, 2008). Özellikle büyük taş blokların kullanıldığı anıtsal yapılar, bu toplulukların iş bölümü, koordinasyon ve ortak amaç doğrultusunda hareket edebilme yeteneklerini yansıtmaktadır (Schmidt, 2010). Bu bağlamda erken Neolitik yerleşimler, yalnızca

barınma alanları değil; aynı zamanda toplumsal etkileşim ve ritüel faaliyetlerin merkezleri olarak değerlendirilmektedir (Cauvin, 2000).

Şanlıurfa çevresindeki Neolitik yerleşimler, inanç ve sembolik düşüncenin toplumsal yaşamda önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir (Hodder, 2010). Hayvan figürleri, soyut semboller ve özel olarak düzenlenmiş mekânlar, bu dönemde ritüel pratiklerin gündelik yaşamla iç içe geçtiğini ortaya koymaktadır (Karul, 2021b). Bu durum, Neolitik toplumların dünya algısının yalnızca ekonomik zorunluluklar üzerinden değil; anlam üretimi ve kolektif kimlik inşası üzerinden şekillendiğine işaret etmektedir (Cauvin, 2000).

İlk yerleşimlerin bir diğer önemli özelliği, insan-doğa ilişkisinin dönüşüm geçirmeye başlamasıdır (Özdoğan, 2011b). Avcı-toplayıcı yaşam biçimi sürdürülmekle birlikte, doğal çevre üzerinde daha planlı ve bilinçli bir kullanım gözlemlenmektedir. Bu süreç, tarıma geçişin ön koşullarını hazırlayan bir aşama olarak değerlendirilmektedir (Cauvin, 2000). Ancak bölgedeki bulgular, yerleşik yaşam ve anıtsal mimarinin tarımdan önce ortaya çıkabildiğini göstererek, geleneksel Neolitik geçiş modellerini sorgulamaya açmaktadır (Dietrich ve diğerleri, 2012b; Schmidt, 2010).

Çanak Çömleksiz Neolitik Dönem’e ait yerleşimler, Göbeklitepe gibi alanların tarihsel bağlamını anlamada temel bir rol oynamaktadır (Karul, 2021a). Bu yerleşimler, Göbeklitepe’nin aniden ortaya çıkan izole bir yapı olmadığını; aksine uzun bir kültürel birikimin ve deneyim sürecinin ürünü olduğunu göstermektedir (Özdoğan, 2011b). Dolayısıyla ilk yerleşimler, Göbeklitepe’nin sembolik ve mimari özelliklerini açıklayan tarihsel bir altyapı sunmaktadır (Schmidt, 2010).

Şanlıurfa bölgesindeki ilk yerleşimler, insanlık tarihinin erken evrelerinde toplumsal örgütlenme, inanç sistemleri ve mekânsal düzenleme açısından önemli bir dönüşüm sürecine işaret etmektedir (Hodder, 2010). Bu dönem, Göbeklitepe’nin ortaya çıkışını mümkün kılan kültürel ve toplumsal koşulların anlaşılması açısından temel bir referans noktası oluşturmaktadır (Karul, 2021a).

2.1.2 Mezopotamya Uygarlıkları ve Sümer Etkisi

Şanlıurfa bölgesi, tarihsel süreç içerisinde yalnızca Anadolu'nun değil, aynı zamanda Mezopotamya kültür havzasının etkilerini yoğun biçimde hisseden bir coğrafya olmuştur (Algaze, 2008). Bu bağlamda Mezopotamya'nın erken uygarlıklarından biri olan Sümerler, bölgenin kültürel, ekonomik ve düşünsel gelişimi üzerinde dolaylı ancak kalıcı etkiler bırakmıştır (Kramer, 1963). Her ne kadar Sümerler doğrudan Şanlıurfa merkezli bir siyasal hâkimiyet kurmamış olsalar da, Mezopotamya ile Anadolu arasındaki etkileşim ağları sayesinde Sümer kültürüne ait unsurlar bölgeye taşınmıştır (Harmanşah, 2013).

Mezopotamya, tarih boyunca tarım, ticaret ve kentleşmenin erken örneklerinin ortaya çıktığı bir kültür alanı olarak kabul edilmektedir (Algaze, 2008). Sümer uygarlığı, bu coğrafyada yazı, hukuk, yönetim ve din gibi alanlarda önemli yenilikler geliştirmiştir (Van De Mieroop, 2007). Bu yenilikler, yalnızca Sümer kentleriyle sınırlı kalmamış; ticaret yolları ve kültürel temaslar aracılığıyla çevre bölgelere de yayılmıştır (Liverani, 2014). Şanlıurfa ve çevresi, bu kültürel yayılımın etkilerinin hissedildiği geçiş alanlarından biri olarak değerlendirilmektedir (Özdoğan, 2011a).

Sümerlerin geliştirdiği kent yaşamı ve örgütlü toplumsal yapı, Mezopotamya'nın kuzey bölgelerinde yer alan topluluklar üzerinde dönüştürücü bir etki yaratmıştır (Algaze, 2008). Özellikle üretim fazlasının yönetimi, toplumsal hiyerarşinin belirginleşmesi ve ritüel merkezlerin ortaya çıkışı gibi unsurlar, Mezopotamya kaynaklı kültürel modellerin çevre bölgelerde de benimsenmesine zemin hazırlamıştır (Bottéro, 2001). Bu durum, Şanlıurfa bölgesindeki yerleşimlerin yalnızca yerel dinamiklerle değil, daha geniş bir kültürel etkileşim ağı içinde geliştiğini göstermektedir (Harmanşah, 2013).

Sümer etkisinin bölge üzerindeki bir diğer önemli yansıması, inanç sistemleri ve sembolik düşünce alanında görülmektedir (Kramer, 1963). Sümer dini, tanrılarla insanlar arasındaki ilişkinin ritüeller aracılığıyla düzenlendiği karmaşık bir yapıya sahiptir (Bottéro, 2001). Tapınak merkezli bu anlayış, ritüel mekânların

toplumsal yaşamda merkezi bir rol üstlenmesine neden olmuştur (Van De Mierop, 2007). Bu yaklaşımın, daha erken dönemlere ait ritüel merkezlerle birlikte düşünüldüğünde, Göbeklitepe gibi alanlarda gözlemlenen sembolik ve törensel düzenlemelerle düşünsel bir süreklilik oluşturduğu söylenebilir (Karul, 2021a).

Mezopotamya uygarlıklarının geliştirdiği yazı ve kayıt tutma geleneği, Şanlıurfa bölgesinde doğrudan erken dönemlerde görülmemekle birlikte, idari ve ekonomik yapıların şekillenmesinde dolaylı bir etki yaratmıştır. Yazının ortaya çıkışıyla birlikte bilginin kurumsallaşması, toplumsal belleğin güçlenmesine ve kültürel aktarımın hızlanmasına olanak tanımıştır (Liverani, 2014).

Sümerler ve Mezopotamya kültürünün Şanlıurfa bölgesine etkisi, yalnızca maddi kültür unsurlarıyla sınırlı değildir. Ticaret, ritüel pratikler ve düşünsel yaklaşımlar aracılığıyla aktarılan bu etki, bölgenin kültürel kimliğinin çok katmanlı bir yapı kazanmasına katkı sağlamıştır (Özdoğan, 2011b). Bu çok katmanlı yapı, Şanlıurfa'nın tarih boyunca farklı uygarlıklar için cazip bir yerleşim alanı olmasının temel nedenlerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Harmanşah, 2013).

Göbeklitepe bağlamında değerlendirildiğinde, Sümerler ve Mezopotamya etkisi, alanın tarihsel önemini daha geniş bir kültürel çerçeveye içine yerleştirmeye olanak tanımaktadır (Karul, 2021b). Göbeklitepe her ne kadar Sümerlerden çok daha erken bir döneme tarihlense de, Mezopotamya'da gelişen sembolik düşünce ve ritüel mekân anlayışı ile birlikte düşünüldüğünde, insanlık tarihinde kutsal mekânın sürekliliğine işaret eden önemli bir örnek oluşturmaktadır (Schmidt, 2010). Bu süreklilik, bölgenin tarihsel derinliğini ve kültürel bütünlüğünü anlamada önemli bir perspektif sunmaktadır.

2.1.3 Eski Anadolu ve Mezopotamya İmparatorlukları Dönemi

Şanlıurfa bölgesi, Antik Çağ boyunca Mezopotamya ile Anadolu arasındaki etkileşimin yoğunlaştığı bir geçiş alanı olarak, Asurlular, Babiller ve Hititler gibi büyük uygarlıkların kültürel ve siyasal etkilerini farklı düzeylerde deneyimlemiştir (Bryce, 2005).

Bu uygarlıkların bölge üzerindeki etkisi, doğrudan hâkimiyet kurma biçiminde olabildiği gibi, ticaret ağları ve kültürel temaslar yoluyla da gerçekleşmiştir (Kuhrt, 1995). Bu durum, Şanlıurfa çevresinde çok katmanlı bir tarihsel birikimin oluşmasına zemin hazırlamıştır (Harmanşah, 2013).

Asur uygarlığı, Mezopotamya'nın kuzeyinde gelişen ve geniş bir coğrafyada etkili olan güçlü bir siyasal ve askerî yapı ortaya koymuştur (Van De Mierop, 2007). Asurluların en belirgin özelliklerinden biri, ticareti kurumsal bir yapı hâline getirmeleri ve uzak mesafeli ticaret ağlarını etkin biçimde kullanmalarıdır (Larsen, 1976). Bu ağlar, Mezopotamya'dan Anadolu içlerine uzanmış; maden ve tekstil ürünlerinin dolaşımını mümkün kılmıştır (Kuhrt, 1995). Şanlıurfa bölgesi, bu ticaret güzergâhlarının yakınında yer alması nedeniyle Asur etkisini dolaylı biçimde hissetmiştir (Özdoğan, 2011b).

Asur etkisinin bir diğer boyutu, idari ve örgütsel anlayışta görülmektedir (Van De Mierop, 2007). Asurluların geliştirdiği merkezî yönetim modeli ve kayıt tutma pratiği, çevre bölgelerdeki toplulukların yönetim anlayışlarını etkilemiştir (Liverani, 2014). Yazılı kültürün yaygınlaşması, toplumsal yapının daha karmaşık hâle gelmesine katkı sağlamıştır (Kuhrt, 1995).

Babil uygarlığı ise Mezopotamya'da hukuk, din ve bilim alanlarında önemli bir miras bırakmıştır (Bottéro, 2001). Babil kültürünün en belirgin özelliklerinden biri, yazılı hukuk sisteminin geliştirilmiş olmasıdır (Roth, 1997). Hukukun kurumsallaşması, toplumsal düzenin sağlanmasında önemli bir araç hâline gelmiş; bu anlayış Mezopotamya kültür çevresindeki diğer toplulukları da etkilemiştir (Liverani, 2014).

Babillerin inanç sistemi ve kozmolojik anlayışı, kutsal mekânların ve ritüellerin toplumsal yaşamda merkezi bir konumda yer almasını sağlamıştır (Bottéro, 2001). Bu yaklaşım, Mezopotamya genelinde kutsal alanların kent yaşamının merkezine yerleşmesine neden olmuştur (Kuhrt, 1995). Ritüelin ve kutsal mekânın sürekliliği, Göbeklitepe gibi daha erken dönemli alanlarla birlikte

değerlendirildiğinde, bölgenin sembolik düşünce açısından taşıdığı tarihsel derinliği ortaya koymaktadır (Schmidt, 2010).

Hititler, Anadolu merkezli bir uygarlık olarak Mezopotamya ile Anadolu arasında siyasi ve kültürel bir köprü işlevi görmüştür (Bryce, 2005). Hititlerin çok kültürlü yapısı, farklı inanç sistemlerini ve kültürel pratikleri bir arada barındırmalarına olanak tanımıştır (Harmanşah, 2013). Bu durum, Hitit etkisinin Şanlıurfa bölgesinde daha çok kültürel ve diplomatik temaslar yoluyla hissedilmesine neden olmuştur (Özdoğan, 2011b).

Hititlerin dini anlayışı, çok tanrılı ve kapsayıcı bir yapıya sahiptir (Bryce, 2005). Bu çeşitlilik, Şanlıurfa çevresinde farklı dönemlere ait inanç ve ritüel izlerinin bir arada bulunmasını açıklayan önemli bir tarihsel arka plan sunmaktadır (Harmanşah, 2013).

Asurlular, Babiller ve Hititler döneminde Şanlıurfa bölgesinin en dikkat çekici özelliği, farklı uygarlıkların etkilerinin üst üste binerek birikmesidir (Liverani, 2014). Bu birikim, bölgenin kültürel kimliğini zenginleştirmiştir (Özdoğan, 2011b).

Göbeklitepe bağlamında değerlendirildiğinde, Asur, Babil ve Hitit etkileri, alanın tarihsel önemini daha sonraki dönemlerle ilişkilendiren geniş bir perspektif sunmaktadır (Karul, 2021a). Ritüel süreklilik ve sembolik düşünce pratikleri, insanlık tarihinin farklı evreleri arasında düşünsel bir devamlılık olduğunu göstermektedir (Schmidt, 2010).

2.1.4 Bölgesel Krallıklar ve Aramî Kültür Etkisi

Şanlıurfa ve çevresi, Demir Çağı boyunca Anadolu ile Mezopotamya arasındaki siyasal ve kültürel etkileşimlerin sürdüğü bir geçiş alanı olma özelliğini korumuştur (Liverani, 2014). Bu dönemde bölgede etkili olan Urartu ve Aramîler, Şanlıurfa'nın tarihsel dokusuna farklı boyutlarda katkı sağlamış; özellikle savunma mimarisi, yönetim anlayışı ve inanç pratikleri açısından kalıcı izler bırakmıştır (Çilingiroğlu, 2012). Bu iki uygarlığın etkileri, doğrudan siyasal hâkimiyet kadar, kültürel temas ve bölgesel etkileşimler yoluyla da hissedilmiştir (Kuhrt, 1995).

Urartu uygarlığı, Doğu Anadolu merkezli güçlü bir devlet yapısı kurarak özellikle askerî organizasyon, kale mimarisi ve su yönetimi alanlarında dikkat çekici bir gelişim göstermiştir (Salvini, 2006). Urartuların inşa ettiği kaleler, yalnızca savunma amaçlı yapılar değil; aynı zamanda bölgesel kontrolün ve siyasal otoritenin sembolleri olarak değerlendirilmiştir (Zimansky, 1985). Şanlıurfa bölgesi, Urartu'nun çekirdek coğrafyasının güneyinde yer almakla birlikte, Urartu'nun askerî ve idari etkilerinin dolaylı biçimde ulaştığı alanlardan biri olmuştur (Özdoğan, 2011b). Bu durum, bölgedeki yerleşimlerin savunma anlayışında ve mekânsal örgütlenmesinde etkisini göstermiştir (Harmanşah, 2013).

Urartu kültüründe kutsal alanlar ve dini pratikler, siyasal otoriteyle yakın bir ilişki içindedir (Salvini, 2006). Kaya yazıtları ve anıtsal yapılar, Urartu'nun sembolik iletişim araçları arasında yer almıştır (Çilingiroğlu, 2012). Bu sembolik dil, kutsal mekânların kamusal ve siyasal işlevler üstlendiğini göstermektedir (Zimansky, 1985). Bu yaklaşım, Şanlıurfa bölgesinde daha erken dönemlerden itibaren gözlemlenen kutsal alan geleneğiyle birlikte değerlendirildiğinde, ritüel ve mekân ilişkisine dair tarihsel bir sürekliliğe işaret etmektedir (Schmidt, 2010).

Aramîler ise Mezopotamya ve Levant coğrafyasında etkili olmuş, daha çok şehir devletleri şeklinde örgütlenen ve kültürel etkileşim yoluyla geniş bir alanda iz bırakan bir topluluk olarak öne çıkmaktadır (Younger, 2016). Aramî uygarlığının en belirgin özelliklerinden biri, Aramice dilinin bölgesel bir iletişim dili hâline gelmesidir (Liverani, 2014). Bu dil, ticaret ve diplomasi süreçlerinde yaygın biçimde kullanılmıştır (Younger, 2016). Şanlıurfa bölgesi, bu dilsel ve kültürel dolaşımın etkilerinin hissedildiği alanlar arasında yer almaktadır (Özdoğan, 2011b).

Aramîlerin kültürel etkisi, özellikle dini semboller, steller ve yerel inanç pratikleri üzerinden gözlemlenmektedir (Kuhrt, 1995). Aramî toplulukları, yerel geleneklerle uyumlu bir inanç sistemi geliştirerek farklı kültürlerle etkileşime açık bir yapı sergilemiştir (Younger, 2016). Şanlıurfa çevresinde görülen çok

katmanlı inanç yapısı, bu tür kültürel uyum süreçlerinin bir sonucu olarak değerlendirilebilir (Harmanşah, 2013).

Urartu ve Aramî uygarlıklarının bölgeye etkisi, Şanlıurfa'nın tarihsel gelişimini yalnızca büyük imparatorluklar üzerinden değil; bölgesel güçler ve yerel kültürler arasındaki etkileşimler üzerinden okumayı gerekli kılmaktadır (Liverani, 2014). Özellikle inanç pratikleri ve kutsal mekân anlayışı açısından bakıldığında, bu dönemlerin bıraktığı izler sonraki uygarlıklar tarafından dönüştürülerek sürdürülmüştür (Karul, 2021b).

Göbeklitepe bağlamında değerlendirildiğinde, Urartu ve Aramî uygarlıkları, alanın temsil ettiği kutsal mekân geleneğinin daha sonraki dönemlerde farklı biçimlerde devam ettiğini göstermektedir (Schmidt, 2010). Bu süreklilik, Şanlıurfa'nın kültürel mirasını evrensel ölçekte anlamlı kılan temel unsurlardan biridir (Özdoğan, 2011b).

2.1.5 Pers Hakimiyeti ve Helenistik Dönem Kültürel Dönüşümü

Şanlıurfa ve çevresi, Antik Çağ'ın ilerleyen evrelerinde Yakın Doğu'nun en geniş siyasal yapılanmalarından biri olan Pers İmparatorluğu ile ardından gelen Helenistik dönem etkileri altında şekillenmiştir (Briant, 2002). Bu iki dönem, bölgenin idari yapısında, kültürel dokusunda ve mekânsal organizasyonunda önemli dönüşümlere yol açmış; Şanlıurfa'yı Anadolu–Mezopotamya ekseninde stratejik bir geçiş alanı hâline getirmiştir (Liverani, 2014). Pers ve Helenistik etkiler, bölgenin tarihsel sürekliliğini büyük imparatorluk sistemleri bağlamında değerlendirmeyi mümkün kılmaktadır (Özdoğan, 2011b).

Pers İmparatorluğu döneminde Şanlıurfa bölgesi, merkezi otoriteye bağlı satraplık sistemi içerisinde yönetilmiştir (Briant, 2002). Bu yönetim modeli, geniş coğrafyaların yerel dinamikleri gözetilerek idare edilmesine olanak tanımış; yerel kültürlerin büyük ölçüde varlığını sürdürmesine imkân vermiştir (Kuhrt, 2007). Perslerin bu esnek idari anlayışı, bölgedeki kültürel sürekliliğin korunmasına katkı sağlamış; farklı inanç ve geleneklerin bir arada

var olabildiği bir toplumsal yapı ortaya çıkarmıştır (Harmanşah, 2013).

Pers kültüründe inanç ve siyasal otorite arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır (Boyce, 2001). Zerdüşti düşüncenin etkisiyle şekillenen ahlaki ve kozmolojik anlayış, kutsal alanların ve ritüellerin toplumsal yaşamda önemli bir yer tutmasına neden olmuştur (Briant, 2002). Bu yaklaşım, kutsal mekânların yalnızca ibadet alanları değil, aynı zamanda toplumsal düzenin sembolik merkezleri olarak değerlendirilmesini sağlamıştır (Kuhrt, 2007). Şanlıurfa çevresinde kutsal alan geleneğinin sürekliliği, bu tür düşünsel arka planla birlikte ele alındığında daha anlamlı hâle gelmektedir (Karul, 2021b).

Helenistik dönem, Büyük İskender'in seferleri sonrasında Anadolu ve Mezopotamya'nın büyük bölümünde etkili olmuş; bölgenin kültürel yapısında belirgin bir dönüşüm yaratmıştır (Errington, 2008). Bu dönemde Yunan kültürü, yerel geleneklerle etkileşime girerek Hellenizasyon sürecini başlatmıştır (Green, 1990). Şanlıurfa bölgesi de bu sürecin etkilerinin hissedildiği alanlar arasında yer almış; mimari, sanat ve kent yaşamı alanlarında yeni unsurlar ortaya çıkmıştır (Harmanşah, 2013).

Helenistik dönemde kentleşme anlayışı ön plana çıkmış; düzenli planlanmış şehirler, kamusal alanlar ve anıtsal yapılar yaygınlaşmıştır (Errington, 2008). Bu kent modeli, yalnızca fiziksel mekân düzenlemesiyle sınırlı kalmamış; aynı zamanda toplumsal yaşamın örgütlenme biçimini de etkilemiştir (Green, 1990). Agora, tiyatro ve tapınak gibi kamusal mekânlar, bireylerin sosyal ve kültürel etkileşimlerini yoğunlaştıran merkezler hâline gelmiştir. Şanlıurfa çevresindeki yerleşimler, bu anlayıştan farklı düzeylerde etkilenmiştir (Özdoğan, 2011a).

Helenistik dönemin en dikkat çekici özelliklerinden biri, kültürel sentezdir (Kuhrt, 2007). Yunan kültürel unsurları ile Mezopotamya kökenli inanç ve gelenekler, bölgede özgün bir sentez oluşturmuştur (Liverani, 2014). Bu durum, Şanlıurfa'nın kültürel kimliğinin tek yönlü değil; çok katmanlı ve melez bir yapıya sahip olmasına katkı sağlamıştır (Harmanşah, 2013). Bu sentez, sonraki

Roma ve Bizans dönemlerinin kültürel altyapısını da büyük ölçüde belirlemiştir (Karul, 2021a).

Pers ve Helenistik etkiler, kutsal mekân algısında da önemli dönüşümler yaratmıştır (Boyce, 2001). Bu dönüşüm, bölgede kutsallık anlayışının zamansal olarak nasıl evrildiğini göstermesi açısından önemlidir (Karul, 2021b).

Göbeklitepe bağlamında değerlendirildiğinde, Pers ve Helenistik dönemler, bölgedeki kutsal mekân geleneğinin tarihsel sürekliliğini daha ileri bir aşamaya taşımaktadır (Schmidt, 2010). Bu süreklilik, Şanlıurfa bölgesinin insanlık tarihinde kutsallık ve mekân ilişkisi açısından istisnai bir konuma sahip olduğunu göstermektedir (Özdoğan, 2011b).

2.1.6 Roma ve Bizans Döneminde Kentsel ve Kültürel Yapı

Şanlıurfa bölgesi, Antik Çağ'ın son evrelerinde Roma İmparatorluğu ve ardından Bizans İmparatorluğu egemenliği altında uzun süreli ve etkili bir tarihsel süreç yaşamıştır (Mitchell, 1993). Bu dönemlerde şehir, antik kaynaklarda Edessa adıyla anılmış ve Mezopotamya ile Anadolu arasındaki stratejik konumu sayesinde askerî, ticari ve kültürel açıdan önemli bir merkez hâline gelmiştir (Segal, 1970). Roma ve Bizans dönemleri, Şanlıurfa'nın kentleşme, mimari ve inanç yapısında kalıcı izler bırakmıştır (Harmanşah, 2013).

Roma egemenliği döneminde Edessa, sınır kentlerinden biri olarak hem askerî hem de idari işlevler üstlenmiştir (Millar, 1993b). Roma'nın bölgeye getirdiği yol ağı, ticaretin canlanmasına ve kentler arası bağlantıların güçlenmesine katkı sağlamıştır. Bu dönemde şehir, düzenli kent planlaması, kamusal yapılar ve altyapı yatırımlarıyla gelişmiş; forumlar, hamamlar ve savunma yapıları gibi kamusal mekânlar kentsel yaşamın merkezine yerleşmiştir (Sartre, 2005). Bu mekânsal düzen, Roma kent kültürünün bölgeye taşındığını göstermektedir.

Roma döneminde sanat ve mimari alanında gözlemlenen en dikkat çekici unsurlardan biri mozaik sanatıdır (Dunbabin, 1999). Edessa ve çevresinde ortaya çıkarılan mozaikler, dönemin estetik

anlayışını ve toplumsal yaşamını yansıtan önemli kültürel belgeler niteliğindedir (Segal, 1970). Bu mozaikler, Roma toplumunun mitolojik anlatılarını, günlük yaşam sahnelerini ve sembolik dünyasını görünür kılmaktadır (Dunbabin, 1999). Mozaiklerin varlığı, bölgenin Roma kültürüyle güçlü bir etkileşim içinde olduğunu ortaya koymaktadır (Sartre, 2005).

Roma döneminde inanç pratikleri de kent yaşamının önemli bir parçası olmuştur (Mitchell, 1993). Çok tanrılı Roma inanç sistemi, yerel inançlarla etkileşime girerek bölgede çok katmanlı bir dinsel yapı oluşturmuştur (Millar, 1993a). Tapınaklar ve kutsal alanlar, yalnızca ibadet mekânları değil; aynı zamanda toplumsal buluşma ve kimlik inşası alanları olarak işlev görmüştür (Sartre, 2005). Bu durum, Şanlıurfa bölgesinde kutsal mekân geleneğinin Roma döneminde de süreklilik gösterdiğini ortaya koymaktadır (Karul, 2021b).

Bizans dönemine geçişle birlikte Edessa, Hristiyanlığın erken dönem merkezlerinden biri hâline gelmiştir (Segal, 1970). Bu dönemde şehir, teolojik tartışmaların, dinsel metinlerin ve manastır yaşamının geliştiği önemli bir merkez olarak öne çıkmıştır (Brock, 1992). Hristiyanlığın resmî din hâline gelmesiyle birlikte, kiliseler ve manastırlar kentsel dokuda belirgin bir yer edinmiş; kutsal mekân algısı yeni bir dini çerçevede yeniden şekillenmiştir. Bu dönüşüm, bölgenin inanç temelli kimliğini daha da güçlendirmiştir (Mitchell, 1993).

Bizans mimarisi, Şanlıurfa çevresinde daha çok dini yapılar aracılığıyla temsil edilmiştir (Ousterhout, 2008). Bazilikal planlı kiliseler ve dini semboller, Bizans estetik anlayışının bölgedeki yansımalarıdır (Ousterhout, 2008). Bu yapılar, Roma döneminin kentsel mirası üzerine inşa edilerek, mekânsal sürekliliğin korunmasına katkı sağlamıştır (Sartre, 2005). Böylece Roma'dan Bizans'a geçiş, keskin bir kopuştan ziyade dönüşüm süreci olarak gerçekleşmiştir (Millar, 1993a).

Roma ve Bizans dönemleri, Şanlıurfa'nın kültürel kimliğinde kutsal mekânların merkezi rolünü pekiştirmiştir (Harmanşah, 2013).

Pagan inançlardan Hristiyanlığa uzanan bu süreç, bölgenin inanç çeşitliliğini ve tarihsel derinliğini artırmıştır (Segal, 1970).

Göbeklitepe bağlamında değerlendirildiğinde, Roma ve Bizans dönemleri, bölgede kutsal alanların toplumsal yaşamın merkezinde yer alma geleneğinin devam ettiğini göstermektedir (Schmidt, 2010). Bu süreklilik, Şanlıurfa bölgesinin kutsallık ve mekân ilişkisi açısından istisnai bir konumda olduğunu ortaya koymaktadır (Özdoğan, 2011b).

2.1.7 İslam Dönemi ve Orta çağ Siyasi Yapılanmaları

Şanlıurfa bölgesi, 7. yüzyıldan itibaren İslam Dünyası ile bütünleşerek yeni bir siyasal, kültürel ve inançsal çerçeve içinde gelişimini sürdürmüştür (Cahen, 1968). İslamiyet'in bölgeye girişi, yalnızca yönetim biçiminde bir değişimi değil; kentsel yaşam, eğitim, mimari ve toplumsal örgütlenme alanlarında da kapsamlı bir dönüşümü beraberinde getirmiştir (Lapidus, 2002). Bu süreçte Şanlıurfa, Anadolu ile Mezopotamya arasında yer alan stratejik konumu sayesinde Ortaçağ İslam coğrafyasının önemli merkezlerinden biri hâline gelmiştir (Yinanç, 1944a).

İslamiyet'in yayılmasıyla birlikte şehir, ilmî ve dinî faaliyetlerin yoğunlaştığı bir odak noktası olarak öne çıkmıştır (Lapidus, 2002). Medreseler, camiler ve vakıf yapıları, kent dokusunun temel bileşenleri hâline gelmiş; bu yapılar yalnızca ibadet ve eğitim işlevleriyle sınırlı kalmayıp sosyal dayanışmanın da merkezleri olarak işlev görmüştür (Kafesoğlu, 1984). Bu dönemde oluşan kentsel örgütlenme, Şanlıurfa'nın toplumsal yaşamında kamusal alanların önemini artırmış ve şehir kimliğini kalıcı biçimde etkilemiştir (Turan, 2014).

Ortaçağ boyunca Şanlıurfa, farklı İslam devletlerinin hâkimiyeti altında kalmış; bu durum kentin mimari ve kültürel dokusuna çeşitlilik kazandırmıştır (Kennedy, 2004). Özellikle Eyyubiler, Artuklular ve Selçuklular dönemlerinde inşa edilen yapılar, İslam mimarisinin bölgedeki temsilini güçlendirmiştir (Öney, 1988a). Bu dönemlerde cami, medrese, han ve hamam gibi

yapılar kentsel yaşamın merkezinde yer almış; Şanlıurfa'nın Ortaçağ şehir kimliği belirginleşmiştir (Kafesoğlu, 1984).

İslam inanç sistemi içinde kutsal mekânların ve ziyaret kültürünün önemli bir yeri bulunmaktadır (Lapidus, 2002). Şanlıurfa, Hz. İbrahim ile ilişkilendirilen anlatılar sayesinde İslam dünyasında özel bir konuma sahip olmuş; bu durum kentin ziyaret ve inanç turizmi açısından önemini artırmıştır (Yinanç, 1944a). Kutsal kabul edilen mekânlar, yalnızca dini pratiklerin gerçekleştirildiği alanlar değil; aynı zamanda toplumsal belleğin ve kolektif kimliğin üretildiği merkezler olarak değerlendirilmiştir (Harmanşah, 2013). Bu anlayış, bölgedeki kutsal mekân geleneğinin Ortaçağ boyunca da süreklilik gösterdiğini ortaya koymaktadır (Karul, 2021b).

Ortaçağ İslam şehirlerinde ticaret ve ulaşım ağları da büyük önem taşımıştır (Cahen, 1968). Şanlıurfa, kervan yolları üzerinde yer alması nedeniyle ticari faaliyetlerin yoğunlaştığı bir merkez hâline gelmiş; hanlar ve çarşılar kentsel dokunun vazgeçilmez unsurları olmuştur (Turan, 2014). Ticaretin gelişmesi, kültürel etkileşimi artırmış ve farklı toplulukların bir arada yaşamasına olanak tanımıştır (Kennedy, 2004).

İslamiyet'in bölgeye kazandırdığı en önemli dönüşümlerden biri de bilgi üretimi ve aktarımı alanında gerçekleşmiştir (Lapidus, 2002). Medreseler aracılığıyla yürütülen eğitim faaliyetleri, bilimsel ve felsefi düşüncenin yaygınlaşmasına katkı sağlamış; şehir, Ortaçağ İslam dünyasının ilmî merkezleriyle ilişki kurmuştur (Cahen, 1968). Bu entelektüel ortam, Şanlıurfa'nın kültürel sermayesini artırmış ve kentin tarihsel önemini güçlendirmiştir (Yinanç, 1944a).

Göbeklitepe bağlamında değerlendirildiğinde, İslamiyet'in gelişi ve Ortaçağ uygarlıkları dönemi, bölgede kutsal mekân anlayışının yeni bir inanç sistemi içinde yeniden yorumlandığını göstermektedir (Schmidt, 2010). Göbeklitepe'de tarih öncesi dönemde gözlemlenen ritüel merkez geleneği, Ortaçağ'da İslami kutsal mekânlar ve ziyaret pratikleri aracılığıyla farklı bir biçimde sürdürülmüştür (Karul, 2021b). Bu süreklilik, Şanlıurfa'nın kutsallık ve mekân ilişkisi açısından insanlık tarihindeki istisnai konumunu pekiştirmektedir (Özdoğan, 2011b).

2.1.8 Osmanlı Dönemi ve Günümüze Yansıyan Kültürel Miras

Şanlıurfa, Ortaçağ sonrasında Osmanlı İmparatorluğu egemenliği altına girerek uzun süreli ve istikrarlı bir tarihsel dönem yaşamıştır (İnalcık, 1994). Osmanlı yönetimi altında şehir, bölgesel bir idari merkez olarak varlığını sürdürmüştür; Anadolu ile Mezopotamya arasındaki geçiş noktası olma özelliğini korumuştur (Ortaylı, 2008). Bu dönem, Şanlıurfa'nın kentsel dokusunun, sosyal yapısının ve kültürel mirasının biçimlenmesinde belirleyici bir rol oynamıştır (Faroqhi, 2004).

Osmanlı idari sistemi içerisinde Şanlıurfa, yerel dinamiklerin büyük ölçüde korunduğu bir yönetim anlayışıyla idare edilmiştir (İnalcık, 1994). Merkezi otoritenin yanı sıra yerel yöneticilerin ve vakıf sisteminin etkinliği, kentin toplumsal ve ekonomik yapısının dengeli biçimde işlemesine katkı sağlamıştır (Barkan, 1942). Vakıflar aracılığıyla inşa edilen camiler, medreseler, hanlar ve imaretler, yalnızca mimari unsurlar değil; aynı zamanda sosyal dayanışmanın ve kamusal yaşamın temel taşıyıcıları olmuştur (Öney, 1988b).

Osmanlı döneminde Şanlıurfa'nın kentsel gelişimi, dini ve ticari yapılar etrafında şekillenmiştir (Ortaylı, 2008). Camiler, yalnızca ibadet alanları olarak değil; eğitim, toplanma ve sosyal etkileşim mekânları olarak da işlev görmüştür (İnalcık, 1994). Medreseler, ilim geleneğinin sürdürülmesine katkı sağlamış; şehir, bölgesel ölçekte bir kültür ve eğitim merkezi niteliği kazanmıştır (Faroqhi, 2004).

Ticaret, Osmanlı döneminde Şanlıurfa'nın ekonomik ve sosyal yaşamında önemli bir yer tutmuştur (Pamuk, 2000). Kent, kervan yolları üzerinde bulunması nedeniyle bölgesel ticaret ağlarının önemli duraklarından biri hâline gelmiştir (İnalcık, 1994). Hanlar, bedestenler ve çarşılar, ticari faaliyetlerin yoğunlaştığı alanlar olarak kentsel dokunun ayrılmaz parçaları olmuştur (Tanman, 2010). Bu ticari canlılık, farklı toplulukların şehirde bir arada yaşamasına ve kültürel etkileşimin artmasına zemin hazırlamıştır (Faroqhi, 2004).

Osmanlı mimarisi, Şanlıurfa'da daha çok işlevselliği ve yerel malzemelerin kullanımını ön plana çıkaran bir anlayışla temsil edilmiştir (Öney, 1988a). Yapılarda taş işçiliği, sade süslemeler ve iklime uygun mimari çözümler dikkat çekmektedir (Tanman, 2010). Bu mimari yaklaşım, kentin doğal çevresiyle uyumlu bir şehir dokusunun oluşmasına katkı sağlamıştır (Ortaylı, 2008).

Osmanlı döneminin Şanlıurfa açısından bir diğer önemli boyutu, inanç ve ziyaret kültürünün güçlenmesidir (İnalçık, 1994). Kent, Hz. İbrahim ile ilişkilendirilen kutsal anlatılar nedeniyle Osmanlı coğrafyasında da önemli bir ziyaret merkezi olarak kabul edilmiştir (Yinanç, 1944a). Ziyaret kültürü, kentin manevi kimliğini pekiştirmiştir (Harmanşah, 2013). Bu durum, Şanlıurfa'nın inanç temelli turizm potansiyelinin tarihsel kökenlerini de açıklamaktadır (Karul, 2021b).

Osmanlı dönemi mirası, yalnızca mimari yapılarla sınırlı değildir. Geleneksel yaşam biçimleri, el sanatları, mutfak kültürü ve sosyal ilişkiler ağı, kentin kültürel sürekliliğini sağlayan somut olmayan miras unsurları arasında yer almaktadır (Faroqhi, 2004). Osmanlı döneminde şekillenen bu kültürel birikim, modern dönemde de kentin sosyal dokusunu etkilemeye devam etmektedir (Pamuk, 2000).

Göbeklitepe bağlamında değerlendirildiğinde, Osmanlı dönemi ve bölgesel miras, Şanlıurfa'da kutsal mekânların ve ziyaret kültürünün tarihsel sürekliliğini bir kez daha ortaya koymaktadır (Schmidt, 2010). Bu süreklilik, Şanlıurfa'nın insanlık tarihinde kutsallık, mekân ve deneyim ilişkisi açısından benzersiz bir konuma sahip olduğunu göstermektedir (Özdoğan, 2011b).

2.1.9 Cumhuriyet Dönemi ve Modern Şanlıurfa'nın Dönüşümü

Cumhuriyet'in ilanıyla birlikte Türkiye genelinde başlatılan siyasal, sosyal ve ekonomik dönüşüm süreci, Şanlıurfa'yı da doğrudan etkilemiştir (Ahmad, 1993). Osmanlı'dan devralınan çok katmanlı tarihsel miras, Cumhuriyet dönemi modernleşme politikalarıyla yeni bir idari ve toplumsal çerçeveye oturtulmuştur

(Ortaylı, 2010). Bu süreçte Şanlıurfa, geleneksel şehir yapısını korurken aynı zamanda modern kamu kurumları, eğitim yapıları ve ulaşım ağlarıyla yeniden şekillenmeye başlamıştır (Tekeli, 2011). Cumhuriyet dönemi, kentin tarihsel sürekliliği ile modernleşme dinamiklerinin bir arada değerlendirildiği bir dönüşüm evresi olarak öne çıkmaktadır (Keyder, 1999).

Erken Cumhuriyet yıllarında uygulanan merkezîleşme ve yeniden yapılanma politikaları, Şanlıurfa'nın idari statüsünü güçlendirmiştir (Ahmad, 1993). Yeni kurulan kamu kurumları ve altyapı yatırımları, kentin bölgesel merkez olma konumunu pekiştirmiştir (Tekeli, 2011). Eğitim reformları, toplumsal yapının dönüşümünde belirleyici olmuş; modern okullar ve kamu yapıları kentsel dokunun yeni bileşenleri hâline gelmiştir (Zürcher, 2004).

Cumhuriyet döneminde Şanlıurfa'nın ekonomik yapısı da dönüşüm geçirmiştir. Tarım ve hayvancılığa dayalı geleneksel ekonomik yapı, bölgesel kalkınma projeleriyle desteklenmiştir (Pamuk, 2014). Özellikle Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP), kentin ekonomik ve demografik yapısında önemli değişimlere yol açmıştır (Çarkoğlu ve Eder, 2005). Sulama olanaklarının artması ve tarımsal üretimin çeşitlenmesi, kentleşme oranını yükseltmiş ve modern kent kimliğinin oluşumuna katkı sağlamıştır (Tekeli, 2011).

Modernleşme süreci, kentsel mekânın fiziksel dönüşümünü de beraberinde (Keyder, 1999). Yeni yerleşim alanları ve ulaşım altyapısı, tarihi kent merkezinin çevresinde gelişmiştir. Ancak bu genişleme süreci, kültürel mirasın korunması konusunda yeni sorumluluklar doğurmuştur (Ashworth ve Tunbridge, 2000a). Tarihi hanlar, camiler ve geleneksel Urfa evleri koruma politikalarının odağında yer almış; kültürel mirasın sürdürülebilirliği modern planlama anlayışıyla birlikte ele alınmaya başlanmıştır (Ahunbay, 2009).

Cumhuriyet döneminin önemli gelişmelerinden biri de kültürel miras bilincinin kurumsal düzeyde güçlenmesidir (Ortaylı, 2010). Arkeolojik kazılar ve müzecilik faaliyetleri, kentin tarihsel katmanlarının görünür kılınmasına katkı sağlamıştır (Özdoğan, 2011b). Özellikle Göbeklitepe'nin bilimsel kazılar sonucunda dünya

gündemine taşınması ve UNESCO Dünya Miras Listesi'ne dâhil edilmesi, Şanlıurfa'nın küresel ölçekte tanınırlığını artırmıştır (Schmidt, 2010; Karul, 2021b).

Modern Şanlıurfa, geleneksel inanç ve ziyaret kültürünü sürdürürken aynı zamanda kültür ve arkeoloji turizmi ekseninde çeşitlenen bir turizm potansiyeline sahip hâle gelmiştir (Richards, 2011b). Balıklıgöl, Harran ve Göbeklitepe gibi alanlar, uluslararası ziyaretçi akışını artıran merkezler olarak öne çıkmaktadır (Timothy ve Boyd, 2003). Bu durum, turizmin kültürel mirasın korunmasıyla ilişkilendirilmesini gerekli kılmaktadır (Ashworth ve Tunbridge, 2000a).

Göbeklitepe bağlamında değerlendirildiğinde, Cumhuriyet dönemi dönüşümü, tarih öncesi mirasın bilimsel yöntemlerle araştırılması ve küresel ölçekte tanıtılması açısından kritik bir eşik oluşturmuştur (Schmidt, 2010). Bu durum, Şanlıurfa'nın insanlık tarihindeki yerini evrensel bir miras perspektifi içinde değerlendirmeyi mümkün kılmaktadır (Özdoğan, 2011b).

2.2 ŞANLIURFA İLİNİN TURİZM POTANSİYELİ

Şanlıurfa, sahip olduğu tarihsel derinlik, kültürel çeşitlilik ve inanç temelli unsurlar sayesinde Türkiye'nin önemli turizm destinasyonları arasında yer almaktadır (Timothy ve Boyd, 2003; Kültür ve Turizm Bakanlığı [KTB] , 2023). İl, insanlık tarihinin en eski dönemlerinden itibaren yerleşim görmüş olması nedeniyle çok katmanlı bir kültürel mirasa sahiptir (Özdoğan, 2011b). Bu durum, Şanlıurfa'nın turizm potansiyelini yalnızca tek bir turizm türüyle sınırlı olmaktan çıkararak kültürel miras, inanç, arkeolojik ve gastronomi turizmi gibi farklı alanlarda çeşitlendirmektedir (Urry ve Larsen, 2011; Richards, 2011c) .

Şanlıurfa'nın turizm potansiyelini belirleyen temel unsurlardan biri, ilin tarih öncesi dönemlere uzanan arkeolojik zenginliğidir (Schmidt, 2010). Neolitik döneme tarihlenen yerleşimler ve ören yerleri, bölgenin dünya arkeoloji literatüründe özel bir konuma sahip olmasını sağlamıştır (Karul, 2021a). Bu bağlamda özellikle Göbeklitepe'nin keşfi, Şanlıurfa'nın turizm

potansiyelinde niteliksel bir dönüşüm yaratmıştır (Schmidt, 2010). Göbeklitepe, yalnızca bölgesel değil, küresel ölçekte ilgi gören bir kültürel miras unsuru hâline gelmiş ve ilin uluslararası görünürlüğünü önemli ölçüde artırmıştır (UNESCO, 2018c).

İlin turizm potansiyelinde öne çıkan bir diğer alan inanç turizmidir (Timothy ve Olsen, 2006). Şanlıurfa, Hz. İbrahim ile ilişkilendirilen kutsal anlatılar ve dini mekânlar nedeniyle farklı inanç grupları için önemli bir ziyaret merkezidir (Yinanç, 1944b). Bu durum, ilin turizm talebini yılın belirli dönemleriyle sınırlı olmaktan çıkararak daha süreklilik arz eden bir yapıya kavuşturmuştur. İnanç turizmi, Şanlıurfa'nın kültürel kimliğini güçlendiren ve ziyaretçi profiline çeşitlilik kazandıran önemli bir turizm türü olarak değerlendirilmektedir (Rinschede, 1992).

Kültürel miras turizmi açısından Şanlıurfa, müzeler, geleneksel kent dokusu ve somut olmayan kültürel değerleriyle de dikkat çekmektedir (Ashworth ve Tunbridge, 2000a). Arkeoloji ve mozaik müzeleri, ziyaretçilerin bölgenin tarihsel sürecini bütüncül biçimde algılamalarına katkı sağlamaktadır (Timothy ve Boyd, 2003). Ayrıca geleneksel el sanatları, yerel müzik ve mutfak kültürü, turistlerin destinasyonla daha güçlü bir bağ kurmalarını destekleyen tamamlayıcı unsurlar arasında yer almaktadır (Okumus ve diğerleri., 2007; Richards, 2011a).

Şanlıurfa'nın turizm potansiyelinin artmasında son yıllarda gerçekleştirilen altyapı ve tanıtım faaliyetlerinin de önemli bir payı bulunmaktadır (Buhalis, 2000). Ulaşım olanaklarının gelişmesi, konaklama tesislerinin sayısındaki artış ve destinasyon pazarlamasına yönelik çalışmalar, ilin turizm kapasitesinin genişlemesine katkı sağlamıştır (KTB, 2023). Özellikle Göbeklitepe'nin UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne dâhil edilmesi, Şanlıurfa'nın uluslararası turizm pazarında daha görünür hâle gelmesine olanak tanımıştır (UNESCO, 2018c).

Bununla birlikte turizm potansiyeli, sürdürülebilirlik ve ziyaretçi yönetimi gibi konularla doğrudan ilişkilidir (Butler, 1980). Ziyaretçi deneyim kalitesinin korunması, destinasyon imajının güçlendirilmesi açısından kritik bir gerekliliktir (Pine ve Gilmore,

1999b). Özellikle yoğun ziyaretçi alan kültürel miras bölgelerinde deneyim tasarımı ve yönlendirme altyapısı stratejik önem taşımaktadır (Timothy ve Boyd, 2003).

Şanlıurfa'nın turizm potansiyeli niceliksel artışın ötesinde niteliksel gelişim perspektifiyle ele alınmalıdır (Morgan ve diğerleri., 2011a). Deneyimleme kalitesi ve olumlu tavsiye etme niyeti, destinasyon başarısının temel belirleyicileri arasında yer almaktadır (Chen ve Tsai, 2007). Bu bağlamda deneyimleme kalitesi, Şanlıurfa'nın turizm potansiyelinin sürdürülebilirliğini sağlayan stratejik bir değişken olarak değerlendirilmektedir.

2.3 ŞANLIURFA İLİ MÜZE VE ÖREN YERLERİ

Şanlıurfa ili, tarih öncesi dönemlerden günümüze uzanan çok katmanlı kültürel birikimi ile Türkiye'nin en önemli kültürel miras destinasyonları arasında yer almaktadır (Timothy ve Boyd, 2003; KTB, 2023). Mezopotamya'nın kuzeyinde konumlanan kent, Sümer, Akad, Hitit, Babil, Asur, Pers, Roma, Bizans, İslam ve Osmanlı dönemlerine uzanan geniş bir tarihsel sürekliliği bünyesinde barındırmaktadır (Özdoğan, 2011b; Harmanşah, 2013). Bu tarihsel derinlik, kent genelinde yer alan arkeolojik ören yerleri ve müzeler aracılığıyla somut biçimde görünür hâle gelmektedir (Ashworth ve Tunbridge, 2000a). Şanlıurfa'daki müze ve ören yerleri, yalnızca geçmiş uygarlıklara ait kalıntıları sergileyen alanlar değil; aynı zamanda ziyaretçilere çok boyutlu bir kültürel deneyim sunan mekânlardır (Richards, 2011a).

Kentin kültürel miras yapısı incelendiğinde, özellikle arkeolojik ören yerlerinin uluslararası ölçekte dikkat çektiği görülmektedir (Timothy ve Boyd, 2003). Göbeklitepe, M.Ö. 10.000 yılına tarihlenen Çanak Çömleksiz Neolitik Dönem'e ait yapılarıyla insanlık tarihinin yeniden yorumlanmasına katkı sağlayan bir merkezdir (Schmidt, 2010). Anıtsal T biçimli dikili taşları ve üzerlerindeki kabartmalar, avcı-toplayıcı toplulukların sanılandan daha gelişmiş sosyal ve dinsel organizasyonlara sahip olduğunu göstermektedir (Karul, 2021b). Göbeklitepe'nin 2018 yılında UNESCO Dünya Kültürel Miras Listesi'ne dâhil edilmesi, alanın

evrensel değerini uluslararası düzeyde tescillemiřtir (UNESCO, 2018c).

şanlıurfa'daki bir diğer önemli arkeolojik merkez olan Harran, antik dönemlerden İslamiyet sonrası döneme kadar kesintisiz yerleşim görmüş bir kültürel miras alanıdır (Lapidus, 2002). Özellikle konik kubbeli Harran evleri, bölgenin iklim koşullarına uyumlu mimari anlayışını yansıtmaktadır (Tanman, 2010). Harran Ulu Camii kalıntıları, sur yapıları ve geleneksel yerleşim düzeni, kentin tarihsel kimliğini güçlendiren unsurlar arasında yer almaktadır (Ortaylı, 2010). Bunun yanı sıra şuayb Antik Kenti ve Soęmatar gibi Roma dönemine tarihlenen yerleşimler, bölgenin antik dönem kültürel çeşitliliğini ortaya koymaktadır (Harmanşah, 2013).

şanlıurfa kent merkezinde yer alan Balıklıgöl, Aynzeliha Gölü ve Urfa Kalesi gibi alanlar ise hem tarihi hem de inanç turizmi açısından önemli çekim merkezleridir (Timothy ve Olsen, 2006). Bu alanlar, tarihsel anlatılarla bütünleşmiş mekânsal deneyim sunmakta ve ziyaretçilere kültürel olduğu kadar duygusal bir bağ kurma imkânı sağlamaktadır (Rinschede, 1992). Özellikle inanç temelli anlatılar, ziyaretçi deneyiminin sembolik ve anlam boyutunu güçlendirmektedir (Pine ve Gilmore, 2011).

Arkeolojik alanların yanı sıra şanlıurfa'daki müzeler de kentin kültürel miras yapısının önemli bileşenlerindendir (Timothy ve Boyd, 2003). şanlıurfa Arkeoloji Müzesi, Paleolitik dönemden başlayarak Neolitik ve sonraki dönemlere ait zengin koleksiyonuyla Türkiye'nin en kapsamlı arkeoloji müzelerinden biri olarak değerlendirilmektedir (KTB, 2023). Göbeklitepe ve çevresinden elde edilen buluntuların sergilenmesi, ziyaretçilerin arkeolojik alanlarda gördükleri yapıların bilimsel bağlamını anlamalarına katkı sağlamaktadır (Schmidt, 2010). Haleplibahçe Mozaik Müzesi ise Roma dönemine ait mozaikleriyle bölgenin sanatsal ve kültürel zenginliğini gözler önüne sermektedir (Harmanşah, 2013).

şanlıurfa'daki hanlar, çarşılar ve el sanatları geleneği de kültürel miras turizminin önemli parçalarını oluşturmaktadır (Ashworth ve Tunbridge, 2000b). Gümrük Hanı başta olmak üzere Osmanlı dönemine ait hanlar, kent ekonomisinin tarihsel yapısını

yansıtmaktadır (Ortaylı, 2010). Bakırcılık, cülhacılık, keçecilik ve gümüşçülük gibi geleneksel el sanatları, somut olmayan kültürel miras unsurlarıyla birlikte ziyaretçilere otantik deneyimler sunmaktadır (Richards, 2011c). Bu unsurlar, yalnızca tarihsel bir anlatım değil; aynı zamanda yaşayan kültürel mirasın deneyimlenmesini mümkün kılmaktadır.

Şanlıurfa'nın kültürel miras alanları arasında Halfeti, Birecik ve Atatürk Barajı gibi doğal ve kültürel peyzaj unsurları da önemli bir yer tutmaktadır (Timothy ve Boyd, 2003). Özellikle Halfeti'nin Cittaslow ağına dahil edilmesi, bölgenin sürdürülebilir turizm potansiyelini güçlendirmiştir (Buhalis, 2000). Kelaynak kuşlarının korunması gibi biyolojik miras unsurları da kültürel mirasın doğal boyutuyla bütünleştiğini göstermektedir (Butler, 1980).

Genel olarak değerlendirildiğinde, Şanlıurfa ili müze ve ören yerleri, tarihsel sürekliliği mekânsal ve somut unsurlar üzerinden deneyimlenebilir hâle getiren bir yapı sunmaktadır (Ashworth ve Tunbridge, 2000a). Bu alanlar, ziyaretçilerin geçmiş ile günümüz arasında bilişsel ve duygusal bağ kurmalarını sağlamakta; destinasyonun algılanan değerini ve deneyimleme kalitesini artırmaktadır (Chen ve Tsai, 2007). Özellikle Göbeklitepe Ören Yeri bağlamında incelenen deneyimleme kalitesi ve tavsiye etme niyeti ilişkisinin anlaşılmasında, Şanlıurfa'daki diğer kültürel miras unsurları önemli bir bağlamsal çerçeve oluşturmaktadır (Morgan ve diğerleri, 2011a).

2.4 GÖBEKLİTEPE'NİN KEŞFİ VE ÖNEMİ

Göbeklitepe, insanlık tarihinin erken dönemlerine ışık tutan ve arkeoloji literatüründe köklü paradigmaların yeniden değerlendirilmesine yol açan benzersiz bir arkeolojik ören yeridir (Schmidt, 2010; Özdoğan, 2011b). Şanlıurfa il merkezinin yaklaşık 15 kilometre kuzeydoğusunda yer alan alan, Neolitik Dönem'e (özellikle Çanak Çömleksiz Neolitik) tarihlenen anıtsal yapılarıyla dikkat çekmektedir (Karul, 2021b). Göbeklitepe'nin önemi, yalnızca barındırdığı maddi kalıntıların niteliğinden değil; bu kalıntıların, tarih öncesi toplulukların toplumsal örgütlenmesi, inanç pratikleri ve

mimari yetkinliği hakkında sunduğu yeni açıklama olanaklarından kaynaklanmaktadır (Hodder, 2012).

Göbeklitepe, ilk olarak 1960'lı yıllarda gerçekleştirilen yüzey araştırmaları sırasında tespit edilmiş; ancak alanın gerçek önemi, 1990'lı yılların ortasında başlatılan sistematik kazılarla anlaşılmıştır (Schmidt, 2010). Kazılar, tarih öncesi avcı-toplayıcı toplulukların, sanılandan çok daha karmaşık sosyal ve sembolik sistemlere sahip olduğunu ortaya koymuştur (Özdoğan, 2011b). Bu bulgular, yerleşik hayata geçişin tarım temelli bir zorunluluktan ziyade, toplumsal ve ritüel ihtiyaçlarla da ilişkili olabileceği yönündeki görüşleri güçlendirmiştir (Bellwood, 2005).

Göbeklitepe'de ortaya çıkarılan dairesel planlı yapılar ve bu yapıların merkezinde yer alan T biçimli dikili taşlar, alanın anıtsal bir mimari anlayışla tasarlandığını göstermektedir (Schmidt, 2010). Dikili taşlar üzerindeki hayvan kabartmaları ve soyut semboller, dönemin düşünsel dünyasına ve inanç sistemlerine dair önemli ipuçları sunmaktadır (Karul, 2021b). Bu bezemeler, Göbeklitepe'nin yalnızca işlevsel bir mekân değil; aynı zamanda sembolik ve ritüel anlamlar taşıyan bir merkez olduğunu ortaya koymaktadır (Harmanşah, 2013).

Göbeklitepe'nin keşfi, Neolitik Devrim'e ilişkin geleneksel kabullerin sorgulanmasına neden olmuştur (Bellwood, 2005). Uzun süre tarımın yerleşik hayatı mümkün kıldığı varsayılırken, Göbeklitepe bulguları anıtsal mimarinin tarımdan önce ortaya çıkabileceğini (Schmidt, 2010). Bu durum, insanlık tarihine ilişkin doğrusal ilerleme anlatılarının yeniden değerlendirilmesini gerekli kılmıştır (Hodder, 2012).

Alan, 2018 yılında UNESCO Dünya Miras Listesi'ne dâhil edilerek evrensel ölçekte tanınmıştır (UNESCO, 2018b). UNESCO statüsü, alanın korunması ve yönetimi açısından önemli fırsatlar sunarken; artan ziyaretçi ilgisi nedeniyle koruma-kullanma dengesi ve deneyim yönetimi konularını da gündeme getirmiştir (Timothy ve Boyd, 2003).

Göbeklitepe'nin önemi, yalnızca akademik ve bilimsel çevrelerle sınırlı kalmamış; kültürel miras turizmi açısından da alanı küresel ölçekte çekim merkezi hâline getirmiştir (Richards, 2011b). Ziyaretçiler, Göbeklitepe'de yalnızca arkeolojik kalıntıları görmemekte; aynı zamanda insanlık tarihinin erken evrelerine tanıklık etme deneyimi yaşamaktadır (Pine ve Gilmore, 1999b). Bu durum, ziyaretçi deneyimini bilişsel, duygusal ve sembolik boyutlarda derinleştirmektedir (Morgan ve diğerleri, 2011a).

Göbeklitepe'nin turizm bağlamındaki önemi, deneyimleme kalitesi kavramıyla doğrudan ilişkilidir (Chen ve Tsai, 2007). Alanın sunduğu tarihsel özgünlük, sembolik değer ve anlatı potansiyeli, ziyaretçilerin deneyimi “benzersiz” olarak algılamalarına zemin hazırlamaktadır (Pine ve Gilmore, 1999b). Bu algı, ziyaretçilerin alanı başkalarına tavsiye etme niyetlerini güçlendiren temel unsurlardan biri olarak öne çıkmaktadır (Chen ve Tsai, 2007). Dolayısıyla Göbeklitepe, deneyimleme kalitesi ile tavsiye etme niyeti arasındaki ilişkinin incelenmesi açısından ideal bir araştırma alanı sunmaktadır.

Göbeklitepe'nin keşfi, insanlık tarihine ilişkin bilimsel bilgiyi derinleştirmenin yanı sıra, kültürel miras turizminin deneyim odaklı dönüşümünü de görünür kılmıştır (Richards, 2011b). Alanın sahip olduğu evrensel değer, ziyaretçi deneyiminin niteliğini doğrudan etkileyen temel bir unsur olarak değerlendirilmektedir (UNESCO, 2018c). Bu bağlamda Göbeklitepe hem arkeolojik hem de turizm araştırmaları açısından disiplinler arası öneme sahip özgün bir örnek niteliğindedir.

2.5 GÖBEKLİTEPE'NİN DÜNYA MİRASI OLARAK ÖNEMİ (UNESCO BAĞLAMINDA)

Göbeklitepe, insanlık tarihinin erken dönemlerine dair sunduğu özgün bulgular ve evrensel ölçekte taşıdığı bilimsel değer nedeniyle 2018 yılında UNESCO Dünya Miras Listesi'ne dâhil edilmiştir (Schmidt, 2010; UNESCO, 2018c). Bu karar, alanın “üstün evrensel değer” (Outstanding Universal Value) taşıdığının uluslararası düzeyde kabul edildiğini göstermektedir (UNESCO,

2019). UNESCO statüsü, Göbeklitepe'nin yalnızca ulusal değil, küresel ölçekte korunması gereken bir kültürel miras alanı olduğunu vurgulamaktadır (Ashworth ve Tunbridge, 2000a).

UNESCO Dünya Miras Listesi'ne alınma süreci, bir kültürel varlığın özgünlüğü, bütünlüğü ve insanlık tarihi açısından taşıdığı önemin bilimsel kriterler çerçevesinde değerlendirilmesini içermektedir (UNESCO, 2019). Göbeklitepe, özellikle anıtsal mimarisi, sembolik bezemeleri ve tarım öncesi döneme tarihlenen ritüel merkez anlayışıyla bu kriterleri güçlü biçimde karşılamaktadır (Schmidt, 2010; Karul, 2021b). Alan, avcı-toplayıcı toplulukların sanılandan çok daha karmaşık toplumsal ve düşünsel yapılarla sahip olduğunu ortaya koyarak, insanlık tarihine ilişkin yerleşik kabullerin yeniden değerlendirilmesine yol açmıştır (Özdoğan, 2011a).

Göbeklitepe'nin UNESCO kapsamında değerlendirilmesinde öne çıkan unsurlardan biri, alanın insanlık tarihindeki dönüştürücü rolüdür (Bellwood, 2005). Yerleşik hayatın ve anıtsal mimarinin tarımsal üretimden önce ortaya çıkabileceğini gösteren bulgular, Neolitik Devrim'e ilişkin klasik açıklamaların sorgulanmasına neden olmuştur (Schmidt, 2010). Bu yönüyle Göbeklitepe, yalnızca arkeolojik bir alan değil; insanlık tarihinin erken evrelerine ilişkin teorik tartışmaların merkezinde yer alan bir referans noktası hâline gelmiştir (Hodder, 2012).

UNESCO statüsü, Göbeklitepe'nin korunması ve yönetimi açısından yeni sorumluluklar ve yükümlülükler de beraberinde getirmiştir (UNESCO, 2019). Alanın özgünlüğünün ve bütünlüğünün korunması, ziyaretçi baskısının kontrol altına alınması ve bilimsel araştırmaların sürdürülebilir biçimde yürütülmesi, UNESCO ilkeleri doğrultusunda ele alınması gereken temel konular arasında yer almaktadır (Timothy ve Boyd, 2003). Bu bağlamda koruma-kullanma dengesi, Göbeklitepe'nin yönetiminde kritik bir ilke olarak öne çıkmaktadır (Butler, 1980).

Göbeklitepe'nin Dünya Mirası statüsü kazanması, ziyaretçi sayılarında önemli bir artışa yol açmıştır (KTB, 2023). Artan ilgi, alanın tanınırlığını ve turizm potansiyelini güçlendirirken; aynı zamanda ziyaretçi deneyimleme kalitesini doğrudan etkileyen yeni

dinamikleri de beraberinde getirmiştir (Pine ve Gilmore, 1999). Ziyaretçi yoğunluğu, yönlendirme sistemleri ve bilgilendirme araçları deneyimleme kalitesinin belirleyici unsurları hâline gelmiştir (Morgan ve diğerleri, 2011a).

UNESCO bağlamında Göbeklitepe'nin bir diğer önemli boyutu, alanın evrensel anlatı sunma potansiyelidir (Richards, 2011c). Göbeklitepe, insanlığın ortak geçmişine dair güçlü bir hikâye sunarak ziyaretçilerin alanla bilişsel ve duygusal bağ kurmalarını sağlamaktadır (Pine ve Gilmore, 1999). Bu yönüyle UNESCO statüsü, deneyimleme kalitesini güçlendiren sembolik bir değer taşımaktadır (Timothy ve Boyd, 2003).

Göbeklitepe'nin Dünya Mirası Listesi'nde yer alması, destinasyon imajı üzerinde de belirleyici bir etkiye sahiptir (Chen ve Tsai, 2007). UNESCO etiketi, ziyaretçiler nezdinde alanın özgünlüğünü ve önemini pekiştirmekte; tercih edilme olasılığını artırmaktadır (Buhalis, 2000). Bu durum, ziyaretçilerin alanı başkalarına tavsiye etme eğilimlerini güçlendiren önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir (Chen ve Tsai, 2007).

Göbeklitepe örneği, UNESCO statüsünün etkin deneyim yönetimi ve sürdürülebilir turizm politikalarıyla desteklenmesi gerektiğini göstermektedir (Ashworth ve Tunbridge, 2000a). Alanın sunduğu deneyimin niteliği, ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerini ve davranışsal niyetlerini doğrudan etkilemektedir (Morgan ve diğerleri., 2011b). Bu nedenle deneyimleme kalitesinin ölçülmesi ve geliştirilmesi, UNESCO ilkeleriyle uyumlu bir yönetim anlayışının ayrılmaz bir parçası olarak değerlendirilmektedir.

Göbeklitepe'nin Dünya Kültürel Mirası olarak taşıdığı önem, yalnızca arkeolojik değerlerle sınırlı değildir. Alan, UNESCO bağlamında evrensel bir miras olarak kabul edilmekte; ziyaretçi deneyimi ve tavsiye etme niyeti gibi değişkenlerin incelenmesi açısından özgün bir araştırma alanı sunmaktadır (Chen ve Tsai, 2007). Bu özellikleriyle Göbeklitepe, kültürel miras turizmi literatüründe deneyim odaklı yaklaşımların somut biçimde ele alınabileceği seçkin bir örnek niteliğindedir.

BÖLÜM 3

LİTERATÜR TARAMASI

3.1 DENEYİMLEME KALİTESİ ÜZERİNE YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR

Deneyimleme kalitesi kavramı, turizm literatüründe özellikle deneyim odaklı yaklaşımların önem kazanmasıyla birlikte yoğun biçimde ele alınmaya başlanmıştır (Pine ve Gilmore, 1999; Schmitt, 1999). Geleneksel hizmet kalitesi anlayışı, sunulan hizmetin teknik ve fonksiyonel özelliklerine odaklanırken (Parasuraman ve diğerleri, 1988); deneyimleme kalitesi yaklaşımı, turistin destinasyonla kurduğu çok boyutlu etkileşimi merkeze almaktadır (Otto ve Ritchie, 1996; Walls ve diğerleri, 2011). Bu yaklaşım, turist deneyiminin yalnızca hizmetin sunulduğu anla sınırlı olmadığını; seyahat öncesi beklentiler, seyahat sürecindeki etkileşimler ve seyahat sonrasında zihinde kalan hatıralarla bütünleşik bir yapı sergilediğini vurgulamaktadır (S. Larsen, 2007; Kim ve diğerleri., 2012).

Deneyimleme kalitesi literatürünün temel dayanaklarından biri, deneyimin öznel ve bireysel bir yapı taşımasıdır (Holbrook ve Hirschman, 1982). Bu bağlamda erken dönem çalışmalarda deneyim, tüketicinin duygusal, bilişsel ve davranışsal tepkilerinin bir bütünü olarak ele alınmıştır. Özellikle Pine ve Gilmore'un (Pine ve Gilmore, 1999b) deneyim ekonomisi yaklaşımı, turizm araştırmalarında deneyimin stratejik bir değer olarak değerlendirilmesine öncülük etmiştir. Bu yaklaşım, deneyimin yalnızca memnuniyet yaratmakla kalmadığını; aynı zamanda ziyaretçilerin zihninde kalıcı izler bırakarak destinasyon tercihlerini etkilediğini ortaya koymuştur (Oh ve diğerleri, 2007).

Turizm literatüründe deneyimleme kalitesi, farklı boyutlar çerçevesinde ölçülmeye çalışılmıştır. Öğrenme, eğlenme, estetik,

kaçış ve duygusal tatmin gibi boyutlar, deneyimin çok yönlü yapısını açıklamak amacıyla sıklıkla kullanılan kategoriler arasında yer almaktadır (Pine ve Gilmore, 1999; Mehmetoglu ve Engen, 2011). Bu boyutlar, turistlerin destinasyonda yaşadıkları deneyimi nasıl algıladıklarını ve bu deneyimin hangi unsurlar üzerinden değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. Yapılan çalışmalarda deneyimleme kalitesinin, turist memnuniyeti ve destinasyona yönelik olumlu tutumların oluşumunda belirleyici bir rol oynadığı vurgulanmaktadır (Chen ve Chen, 2010; Kim ve diğerleri, 2012; Sivashgil, Kendir ve Arslan, 2024).

Deneyimleme kalitesi üzerine yapılan ampirik çalışmalar, bu kavramın davranışsal niyetler üzerindeki etkisini de ortaya koymaktadır. Özellikle destinasyon sadakati, tekrar ziyaret etme niyeti ve tavsiye etme niyeti gibi değişkenlerle deneyimleme kalitesi arasında anlamlı ve olumlu ilişkiler tespit edilmiştir (Yoon ve Uysal, 2005; Prayag ve diğerleri, 2013). Bu bağlamda deneyimleme kalitesi, turist davranışlarını açıklamada aracı veya doğrudan etkili bir değişken olarak ele alınmaktadır (Wu ve Li, 2017). Turistlerin yaşadıkları deneyimi yüksek kalite düzeyinde algılamaları, destinasyona yönelik güven ve bağlılık geliştirmelerine katkı sağlamaktadır (Chen ve Tsai, 2007).

Kültürel miras turizmi bağlamında deneyimleme kalitesi, diğer turizm türlerine kıyasla daha derin ve sembolik bir anlam taşımaktadır (McKercher ve du Cros, 2002). Kültürel miras alanlarında deneyim, yalnızca fiziksel çevrenin algılanmasıyla sınırlı değildir; tarihsel bilgi edinme, kültürel farkındalık kazanma ve duygusal bağ kurma gibi unsurları da kapsamaktadır (Poria ve diğerleri, 2003; Chen ve Chen, 2010). Bu nedenle kültürel miras alanlarında deneyimleme kalitesini etkileyen faktörler, hizmet kalitesinin ötesine geçerek anlatı, yorumlama ve mekânsal düzenleme gibi boyutları da içermektedir (Moscardo, 1996; Timothy ve Boyd, 2003).

Literatürde kültürel miras alanlarına yönelik yapılan çalışmalarda, bilgilendirme sistemlerinin niteliği, rehberlik hizmetleri, ziyaretçi yoğunluğu ve alanın özgünlüğünün korunması

gibi unsurların deneyimleme kalitesi üzerinde doğrudan etkili olduğu ortaya konmuştur (Chen ve Chen, 2010). Özellikle ziyaretçilerin alanı “anlamlandırabilme” düzeyi, deneyimin algılanan kalitesini belirleyen temel faktörlerden biri olarak değerlendirilmektedir. Bu durum, kültürel miras alanlarında deneyim yönetiminin önemini açık biçimde ortaya koymaktadır (Poria ve diğerleri, 2003).

Deneyimleme kalitesi literatüründe dikkat çeken bir diğer nokta, deneyimin duygusal boyutunun giderek daha fazla önem kazanmasıdır (Hosany ve Gilbert, 2010). Turistlerin destinasyonda yaşadıkları duygusal etkilenme, deneyimin hatırlanabilirliğini artırmakta ve ziyaretçilerin deneyimi başkalarıyla paylaşma eğilimlerini güçlendirmektedir (Kim ve diğerleri, 2012). Bu bağlamda deneyimleme kalitesi, yalnızca rasyonel değerlendirmeler üzerinden değil; duygusal tepkiler üzerinden de şekillenmektedir.

Türk turizm literatüründe de deneyimleme kalitesi üzerine yapılan çalışmaların son yıllarda artış gösterdiği görülmektedir. Özellikle destinasyon deneyimi, algılanan değer ve tavsiye etme niyeti arasındaki ilişkileri inceleyen araştırmalar, deneyimleme kalitesinin davranışsal niyetler üzerindeki belirleyici rolünü ortaya koymaktadır (Yoon ve Uysal, 2005; Çetinsöz ve Artuğer, 2014; Güzel, 2017). Deneyimleme kalitesi üzerine yapılan çalışmalar, bu kavramın turist davranışlarını açıklamada merkezi bir rol üstlendiğini göstermektedir. Özellikle kültürel miras turizmi bağlamında deneyimleme kalitesi, ziyaretçilerin destinasyonla kurdukları bilişsel ve duygusal bağın temel belirleyicisi olarak öne çıkmaktadır. Bu literatürel çerçeve, Göbeklitepe Ören Yeri’nde algılanan deneyimleme kalitesi ile tavsiye etme niyeti arasındaki ilişkinin incelenmesi için güçlü bir kuramsal zemin sunmaktadır.

3.2 TAVSİYE ETME NİYETİ ÜZERİNE YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR

Tavsiye etme niyeti, turizm literatüründe ziyaretçilerin bir destinasyonu, ürünü ya da hizmeti başkalarına önermeye yönelik eğilimlerini ifade eden temel davranışsal niyet göstergelerinden biri olarak ele alınmaktadır (Zeithaml ve diğerleri, 1996; Yoon ve Uysal,

2005). Özellikle deneyim odaklı turizm anlayışının güçlenmesiyle birlikte, tavsiye etme niyeti, turist memnuniyetinin ve algılanan deneyim kalitesinin somut bir çıktısı olarak değerlendirilmeye başlanmıştır (Chen ve Chen, 2010; Prayag ve diğerleri, 2013). Bu bağlamda tavsiye etme niyeti, destinasyonların sürdürülebilirliği ve rekabet gücü açısından kritik bir değişken hâline gelmiştir.

Davranışsal niyetler literatüründe tavsiye etme niyeti, bireyin gelecekte sergilemesi muhtemel davranışlara ilişkin bilişsel değerlendirmelerinin bir yansıması olarak tanımlanmaktadır (Ajzen, 1991). Bu yaklaşım, özellikle Ajzen'in Planlı Davranış Teorisi çerçevesinde ele alınmakta; bireyin tutumları, algılanan kontrol düzeyi ve öznel normlarının davranışsal niyetler üzerinde belirleyici olduğu vurgulanmaktadır. Turizm bağlamında bu kuramsal çerçeve, ziyaretçilerin destinasyona yönelik olumlu tutum geliştirmelerinin tavsiye etme niyetini güçlendirdiğini ortaya koymaktadır (Lam ve Hsu, 2006).

Turizm literatüründe yapılan ampirik çalışmalar, tavsiye etme niyetinin ağızdan ağıza iletişimin (word-of-mouth) temelini oluşturduğunu göstermektedir (Litvin ve diğerleri, 2008a). Özellikle hizmetlerin soyut ve deneyime dayalı yapısı nedeniyle, potansiyel turistler karar verme sürecinde diğer ziyaretçilerin deneyimlerine büyük önem vermektedir (Gretzel ve Yoo, 2008). Bu nedenle tavsiye etme niyeti, destinasyon pazarlamasında geleneksel reklam faaliyetlerine kıyasla daha güvenilir ve etkili bir bilgi kaynağı olarak değerlendirilmektedir.

Tavsiye etme niyeti üzerine yapılan çalışmalarda en sık incelenen değişkenlerden biri turist memnuniyetidir. Literatürde genel kabul gören yaklaşım, memnuniyet düzeyinin artmasıyla birlikte tavsiye etme niyetinin de güçlendiği yönündedir (Oliver, 1999; Yoon ve Uysal, 2005). Ancak son yıllarda yapılan araştırmalar, memnuniyetin tek başına yeterli olmadığını; ziyaretçilerin yaşadıkları deneyimin duygusal ve sembolik boyutlarının da tavsiye etme niyeti üzerinde belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır (Hosany ve Gilbert, 2010; Kim, 2014b). Bu

durum, deneyimleme kalitesi kavramının tavsiye etme niyeti çalışmalarında neden giderek daha fazla yer aldığını açıklamaktadır.

Algılanan değer, tavsiye etme niyetini etkileyen bir diğer önemli değişken olarak literatürde sıkça ele alınmaktadır (Chen ve Tsai, 2007; Zeithaml, 1988). Ziyaretçilerin destinasyondan elde ettikleri faydaları, katlandıkları maliyetlerle karşılaştırmaları sonucunda oluşan algılanan değer, tavsiye etme niyetinin şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Yüksek algılanan değer, ziyaretçilerin destinasyonu başkalarına önerme olasılığını artırmaktadır (Petrick, 2004).

Tavsiye etme niyeti literatüründe dikkat çeken bir diğer boyut, destinasyon imajıdır. Destinasyona yönelik olumlu imaj algısı, ziyaretçilerin deneyimlerini daha pozitif değerlendirmelerine ve bu deneyimleri başkalarıyla paylaşma isteklerinin artmasına neden olmaktadır (Baloglu ve McCleary, 1999; Chen ve Tsai, 2007). Yapılan çalışmalar, güçlü ve olumlu bir destinasyon imajının, tavsiye etme niyeti üzerinde doğrudan ve dolaylı etkiler yarattığını göstermektedir (Prayag ve diğerleri, 2013).

Kültürel miras turizmi bağlamında tavsiye etme niyeti, diğer turizm türlerine kıyasla daha özgün dinamiklere sahiptir (McKercher ve du Cros, 2002). Kültürel miras alanlarında ziyaretçiler, yalnızca eğlenme veya dinlenme amacıyla değil; öğrenme, keşfetme ve anlam kurma motivasyonlarıyla hareket etmektedir (Poria ve diğerleri, 2003). Bu tür alanlarda yaşanan deneyimlerin özgünlüğü ve tarihsel değeri, ziyaretçilerin deneyimi “paylaşmaya değer” olarak algılamalarını sağlamaktadır. Bu algı, tavsiye etme niyetini güçlendiren temel unsurlardan biri olarak öne çıkmaktadır (Chen ve Chen, 2010).

Literatürde kültürel miras alanlarına yönelik yapılan çalışmalarda, ziyaretçilerin duygusal etkilenme düzeylerinin tavsiye etme niyeti üzerinde güçlü bir etkisi olduğu vurgulanmaktadır (Hosany ve Gilbert, 2010; Kim, 2014a). Bu bağlamda tavsiye etme niyeti, yalnızca rasyonel değerlendirmelerin değil, duygusal tepkilerin de bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır.

Son yıllarda yapılan çalışmalar, tavsiye etme niyetinin dijital platformlar aracılığıyla yeni bir boyut kazandığını ortaya koymaktadır. Çevrimiçi değerlendirmeler ve sosyal medya paylaşımları, elektronik ağızdan ağıza iletişim (e-WOM) kavramını turizm literatürünün merkezine taşımıştır (Gretzel ve Yoo, 2008; Litvin ve diğerleri, 2008a). Bu durum, tavsiye etme niyetinin yalnızca bireysel bir eğilim değil; destinasyon imajını küresel ölçekte etkileyebilen bir güç hâline gelmesine neden olmuştur.

Türk turizm literatüründe de tavsiye etme niyeti üzerine yapılan çalışmalar, deneyimleme kalitesi, memnuniyet ve destinasyon imajı ile güçlü ilişkiler ortaya koymaktadır (Çetinsöz ve Artuğer, 2014). Bu çalışmalar, tavsiye etme niyetinin Türkiye bağlamında da destinasyon başarısının temel göstergelerinden biri olduğunu ortaya koymaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde, tavsiye etme niyeti turist davranışlarını ve destinasyonların uzun vadeli başarısını açıklamada merkezi bir role sahiptir. Deneyimleme kalitesi, memnuniyet, algılanan değer ve destinasyon imajı ile kurduğu güçlü ilişkiler, tavsiye etme niyetini turizm araştırmalarının vazgeçilmez bir unsuru hâline getirmiştir. Bu literatürel çerçeve, Göbeklitepe Ören Yeri'nde algılanan deneyimleme kalitesi ile tavsiye etme niyeti arasındaki ilişkinin incelenmesi için sağlam bir kuramsal temel sunmaktadır.

3.3 KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİ ÜZERİNE YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR

Kültürel miras turizmi, turizm literatüründe tarihsel, kültürel ve sembolik değere sahip alanların ziyaret edilmesini içeren özel bir turizm türü olarak bilinmektedir (McKercher ve du Cros, 2002; Timothy ve Boyd, 2003). Bu alandaki çalışmalar, kültürel mirasın sadece ekonomik bir kaynak olarak değil; toplumsal kimliğin korunması, sürdürülebilirliğin sağlanması ve kültürler arası etkileşimin güçlendirilmesi açısından da önemli bir rol üstlendiğini vurgulamaktadır (Ashworth ve diğerleri, 2007; Arslan, Kendir ve Türkmen, 2019). Kültürel miras turizmi literatürü, bu turizm türünün

çok boyutlu yapısını anlamaya yönelik kuramsal ve ampirik katkılar sunmaktadır.

Erken dönem çalışmalarda kültürel miras turizmi, daha çok koruma ve yönetim perspektifiyle ele alınmıştır (Garrod ve Fyall, 2000). Bu çalışmalarda, tarihi ve arkeolojik alanların korunması, fiziksel bozulmanın önlenmesi ve ziyaretçi baskısının kontrol altına alınması gibi konular ön plana çıkmıştır. Özellikle uluslararası ölçekte koruma anlayışının gelişmesiyle birlikte, kültürel miras alanlarının sürdürülebilir yönetimi literatürde merkezi bir tartışma alanı hâline gelmiştir (UNESCO, 1972; Timothy ve Boyd, 2003). Bu bağlamda UNESCO tarafından belirlenen “üstün evrensel değer”, özgünlük ve bütünlük kriterleri, kültürel miras yönetimi çalışmalarına yön veren temel referanslar arasında yer almaktadır.

Zamanla kültürel miras turizmi çalışmalarında ziyaretçi odaklı yaklaşımlar daha fazla önem kazanmaya başlamıştır (Poria ve diğerleri, 2003). Bu yaklaşım, kültürel miras alanlarının yalnızca korunacak mekânlar değil; aynı zamanda ziyaretçilerin deneyim yaşadığı sosyal alanlar olduğunu vurgulamaktadır (Chen ve Chen, 2010). Ziyaretçilerin bu alanları nasıl algıladıkları, hangi motivasyonlarla ziyaret ettikleri ve deneyimlerini nasıl değerlendirdikleri, literatürde giderek daha fazla incelenen konular arasında yer almaktadır (Timothy, 2011). Bu dönüşüm, kültürel miras turizminin deneyim odaklı bir perspektifle ele alınmasını beraberinde getirmiştir.

Kültürel miras turizmi literatüründe sıkça ele alınan kavramlardan biri özgünlüktür. MacCannell (1973) ve Wang (1999) tarafından geliştirilen özgünlük tartışmaları, ziyaretçilerin kültürel miras alanlarını tercih etmelerinde alanın tarihsel gerçekliğinin ve özgün yapısının belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır (MacCannell, 1973; Wang, 1999). Özgünlük algısı, ziyaretçilerin deneyimi “benzersiz” olarak değerlendirmelerine katkı sağlamakta ve bu durum deneyimin hatırlanabilirliğini artırmaktadır (Kolar ve Zabkar, 2010). Bu bağlamda özgünlük, kültürel miras turizmi deneyiminin algılanan kalitesini doğrudan etkileyen temel bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

Kültürel miras alanlarında yapılan ampirik çalışmalar, bilgilendirme ve yorumlama sistemlerinin ziyaretçi deneyimi üzerindeki belirleyici rolünü vurgulamaktadır (Moscardo, 1996). Rehberlik hizmetleri, açıklayıcı panolar, dijital anlatım araçları ve hikâyeleştirme teknikleri, ziyaretçilerin alanı anlamlandırmalarını kolaylaştırmakta ve deneyimin derinliğini artırmaktadır (Chronis, 2012). Bu tür uygulamaların yetersiz olduğu durumlarda ise ziyaretçilerin deneyimi yüzeysel algıladıkları ve alanla kurdukları bağın zayıfladığı görülmektedir.

Ziyaretçi yönetimi, kültürel miras turizmi literatüründe öne çıkan bir diğer önemli konudur. Özellikle popüler kültürel miras alanlarında aşırı ziyaretçi yoğunluğu, hem alanın fiziksel bütünlüğünü tehdit etmekte hem de ziyaretçi deneyimini olumsuz yönde etkilemektedir (Garrod ve Fyall, 2000). Yapılan çalışmalar, kalabalık algısının deneyimleme kalitesini düşürdüğünü ve ziyaretçilerin alanı tekrar ziyaret etme ya da başkalarına tavsiye etme niyetlerini zayıflatıldığını ortaya koymaktadır (Su ve Wall, 2011). Bu nedenle ziyaretçi kapasitesinin planlanması, kültürel miras alanlarının sürdürülebilirliği açısından kritik bir gereklilik olarak değerlendirilmektedir.

Kültürel miras turizmi literatüründe dikkat çeken bir diğer boyut, ziyaretçilerin duygusal ve sembolik deneyimleridir. Tarihsel değeri yüksek alanlarda ziyaretçiler, yalnızca bilgi edinmekle kalmamakta; aynı zamanda geçmişle bağ kurma, hayranlık duyma ve etkilenme gibi duygusal tepkiler de yaşamaktadır (Chen ve Chen, 2010; Hosany ve Gilbert, 2010). Bu duygusal boyut, kültürel miras deneyimini diğer turizm türlerinden ayıran temel özelliklerden biri olarak öne çıkmaktadır. Duygusal etkilenme düzeyinin artması, deneyimin daha anlamlı algılanmasına ve ziyaretçilerin deneyimi paylaşma isteğinin güçlenmesine neden olmaktadır.

Son yıllarda yapılan çalışmalar, kültürel miras turizmini deneyimleme kalitesi ve davranışsal niyetler bağlamında ele alan bütüncül modeller önermektedir (Prayag ve diğerleri, 2013). Bu modellerde deneyimleme kalitesi, memnuniyet, algılanan değer ve destinasyon imajı gibi değişkenlerin, tavsiye etme niyeti ve tekrar

ziyaret etme niyeti üzerindeki etkileri birlikte incelenmektedir. Bu yaklaşım, kültürel miras turizminin yalnızca koruma odaklı değil; ziyaretçi deneyimini merkeze alan bir yönetim anlayışıyla ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Türk literatüründe de kültürel miras turizmi alanında yapılan çalışmalar, sürdürülebilir yönetim, ziyaretçi deneyimi ve destinasyon imajı konularına odaklanmaktadır (Emekli, 2006; Kozak ve Bahar, 2010). Bu çalışmalar, Türkiye’deki kültürel miras destinasyonlarının hem koruma hem de deneyim kalitesi bağlamında değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Kültürel miras turizmi literatürü bu alanların hem korunması gereken evrensel değerler hem de deneyim üreten turistik mekânlar olduğunu göstermektedir. Ziyaretçi deneyiminin niteliği, kültürel miras alanlarının başarısını ve sürdürülebilirliğini doğrudan etkilemektedir. Bu kuramsal çerçeve, Göbeklitepe Ören Yeri’nde deneyimleme kalitesi ile tavsiye etme niyeti arasındaki ilişkinin incelenmesini anlamlı ve gerekli kılan güçlü bir teorik zemin sunmaktadır.

3.4 DENEYİM KALİTESİ – TAVSİYE İLİŞKİSİNİ İNCELEYEN ÇALIŞMALAR

Turizm literatüründe deneyim kalitesi ile tavsiye etme niyeti arasındaki ilişki, ziyaretçi davranışlarını açıklamada merkezi bir araştırma alanı olarak öne çıkmaktadır. Deneyim odaklı turizm anlayışının yaygınlaşmasıyla birlikte, turistlerin destinasyonlarda yaşadıkları deneyimlerin niteliğinin, geleceğe yönelik davranışsal niyetler üzerinde belirleyici olduğu yönündeki bulgular giderek güçlenmiştir (Yoon ve Uysal, 2005; Chi ve Qu, 2008). Bu bağlamda deneyim kalitesi, tavsiye etme niyetinin en önemli öncüllerinden biri olarak ele alınmaktadır.

Literatürde yapılan çok sayıda ampirik çalışma, deneyim kalitesinin tavsiye etme niyeti üzerinde doğrudan ve olumlu bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Bu çalışmalar, turistlerin destinasyonda yaşadıkları deneyimi yüksek kalite düzeyinde algılamaları durumunda, bu deneyimi başkalarıyla paylaşma ve

destinasyonu önerme eğilimlerinin arttığını göstermektedir (Chen ve Chen, 2010). Benzer biçimde, deneyimin boyutsal yapısını ele alan çalışmalar da deneyim kalitesinin tavsiye davranışını anlamlı biçimde açıkladığını ortaya koymuştur (Hosany ve Witham, 2010).

Deneyim kalitesi ile tavsiye etme niyeti arasındaki ilişki, çoğu çalışmada memnuniyet değişkeni ile birlikte ele alınmıştır. Ancak son yıllarda yapılan araştırmalar, deneyim kalitesinin memnuniyetin ötesinde bağımsız bir açıklayıcı güce sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Cole ve Chancellor, 2009). Başka bir ifadeyle, turistler memnun olsalar bile deneyimi yeterince anlamlı, özgün veya etkileyici bulmadıkları durumlarda tavsiye etme niyetlerinin zayıflayabildiği görülmektedir (Kim, 2014). Bu bulgu, deneyim kalitesinin çok boyutlu ve derin yapısının tavsiye etme davranışını şekillendirmede kritik bir rol oynadığını göstermektedir.

Deneyim kalitesinin alt boyutları üzerinden yapılan çalışmalarda, özellikle duygusal ve sembolik deneyimlerin tavsiye etme niyeti üzerinde güçlü etkiler yarattığı vurgulanmaktadır. Ziyaretçilerin destinasyonda yaşadıkları hayranlık, etkilenme, öğrenme ve anlam kurma gibi duygusal tepkiler, deneyimin hatırlanabilirliğini artırmakta ve bu deneyimin paylaşılmaya değer olarak algılanmasına neden olmaktadır (Kim, 2014b). Kültürel turizm bağlamında yapılan araştırmalar da sembolik ve anlamlı deneyimlerin tavsiye davranışını güçlendiren bir yapı olarak değerlendirilmektedir (Cetin ve Bilgihan, 2016).

Kültürel miras turizmi bağlamında gerçekleştirilen çalışmalar, deneyim kalitesi ile tavsiye etme niyeti arasındaki ilişkinin güçlü ve istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ortaya koymaktadır (Chen ve Chen, 2010). Ziyaretçilerin alanın özgünlüğünü, tarihsel değerini ve anlam boyutunu yüksek algılamaları, deneyimi başkalarına önerme eğilimini artırmaktadır. Bu bağlamda deneyim kalitesi, kültürel miras alanlarında yalnızca memnuniyet değil; sembolik bağlılık ve destinasyon sadakati üzerinden de tavsiye davranışını etkilemektedir (Lee ve diğerleri, 2007).

Deneyim kalitesi–tavsiye etme niyeti ilişkisinin çoğu modelde destinasyon imajı ve algılanan değer ile birlikte ele alındığı

görülmektedir. Deneyim kalitesi, destinasyon imajını olumlu yönde etkileyerek dolaylı biçimde tavsiye niyetini güçlendirmektedir (Bigne ve diğerleri, 2001; Chi ve Qu, 2008). Benzer şekilde algılanan değerın artması da tavsiye niyetini olumlu etkilemektedir (Prayag ve Ryan, 2012).

Son yıllarda yapılan çalışmalar, deneyim kalitesinin dijital ortamdaki tavsiye davranışlarıyla da yakından ilişkili olduğunu göstermektedir. Yüksek deneyim kalitesi algısı, çevrimiçi yorum yapma ve sosyal medya aracılığıyla destinasyonu önerme eğilimini artırmaktadır (Kim, 2014). Bu durum, deneyim kalitesinin günümüzde yalnızca bireysel değil, küresel ölçekte etkiler yaratabilen bir değişken olduğunu ortaya koymaktadır.

Genel olarak literatürde elde edilen bulgular, deneyim kalitesi ile tavsiye etme niyeti arasında güçlü ve tutarlı bir bağ bulunduğunu göstermektedir (Yoon ve Uysal, 2005; Chi ve Qu, 2008; Chen ve Chen, 2010). Bu bulgular, Göbeklitepe Ören Yeri'nde algılanan deneyimleme kalitesinin tavsiye etme niyeti üzerindeki etkisini inceleyen bu çalışmanın kuramsal temelini desteklemekte ve geliştirilen hipotezlerin bilimsel dayanağını oluşturmaktadır.

3.5 GÖBEKLİTEPE VE KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİ LİTERATÜRÜ

Göbeklitepe, keşfinden itibaren arkeoloji ve tarih literatüründe insanlık tarihinin yeniden yorumlanmasına neden olan bir dönüm noktası olarak değerlendirilmiştir (Schmidt, 2006; Dietrich ve diğerleri, 2012a). Alanın Neolitik döneme tarihlenen anıtsal mimarisi, tarım öncesi toplulukların karmaşık sosyal ve sembolik yapılarıya sahip olduğunu göstermesi bakımından literatürde geniş yankı uyandırmıştır. Bu bağlamda Göbeklitepe, yalnızca arkeolojik bir keşif değil; insanlık tarihine ilişkin teorik paradigmalara yeniden değerlendirilmesine katkı sağlayan bir referans alanı olarak ele alınmaktadır (Hodder, 2014).

UNESCO Dünya Miras Listesi'ne 2018 yılında dâhil edilmesiyle birlikte Göbeklitepe'nin turizm boyutu daha görünür hâle gelmiştir (UNESCO, 2018a). UNESCO statüsü, alanın “Üstün

Evrensel Değer” taşıdığının uluslararası düzeyde kabul edildiğini göstermekte; aynı zamanda sürdürülebilir koruma ve yönetim sorumluluklarını beraberinde getirmektedir (Timothy ve Boyd, 2003). Bu süreç sonrasında literatürde Göbeklitepe’nin kültürel miras turizmi bağlamında ele alındığı çalışmaların sayısında artış gözlemlenmiştir.

Kültürel turizm literatüründe Göbeklitepe, yüksek sembolik değere sahip bir miras alanı olarak değerlendirilmektedir. Kültürel miras alanlarının ziyaretçiler üzerinde bilişsel ve duygusal etkiler yarattığı; öğrenme ve anlam kurma motivasyonlarını tetiklediği belirtilmektedir (Poria ve diğerleri, 2003; Chen ve Chen, 2010). Göbeklitepe özelinde yapılan çalışmalar da ziyaretçilerin alanı “insanlık tarihinin başlangıç noktası” olarak algıladıklarını ve bu algının deneyimi derinleştirdiğini ortaya koymaktadır (Emekli, 2006; Özgüç, 2019). Bu durum, deneyimleme kalitesinin kültürel miras bağlamında neden merkezi bir değişken olduğunu açıklamaktadır.

Göbeklitepe’ye yönelik araştırmalarda ziyaretçi deneyiminin büyük ölçüde bilgilendirme ve yorumlama sistemlerinin niteliğine bağlı olduğu vurgulanmaktadır. Kültürel miras alanlarında etkili yorumlama tekniklerinin ziyaretçi deneyimini derinleştirdiği; yetersiz bilgilendirmenin ise deneyimi yüzeysel hâle getirdiği literatürde sıklıkla (Moscardo, 1996; Chronis, 2012). Göbeklitepe gibi karmaşık tarihsel içeriğe sahip alanlarda rehberlik hizmetleri, dijital anlatım araçları ve hikâyeleştirme uygulamaları, ziyaretçilerin anlamlandırma süreçlerini doğrudan etkilemektedir.

UNESCO statüsü sonrasında artan ziyaretçi sayıları, Göbeklitepe’nin taşıma kapasitesi ve ziyaretçi yönetimi konularını gündeme getirmiştir. Kültürel miras alanlarında aşırı ziyaretçi yoğunluğunun hem fiziksel korumayı hem de deneyim kalitesini olumsuz etkileyebileceği belirtilmektedir (Garrod ve Fyall, 2000; Su ve Wall, 2011). Göbeklitepe özelinde de ziyaretçi yoğunluğunun deneyimleme kalitesini sınırlayabileceğine ilişkin değerlendirmeler literatürde yer almaktadır. Bu bağlamda Göbeklitepe, koruma–

kullanma dengesinin deneyim yönetimiyle birlikte ele alınması gereken bir örnek olarak değerlendirilmektedir.

Göbeklitepe ve kültürel turizm literatüründe deneyimleme kalitesi ile davranışsal niyetler arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmalar ise görece sınırlıdır. Mevcut araştırmalar, ziyaretçilerin Göbeklitepe deneyimini yüksek düzeyde özgün ve etkileyici olarak algıladıklarını; bu algının destinasyona yönelik olumlu tutum ve imaj oluşumuna katkı sağladığını ortaya koymaktadır (Chi ve Qu, 2008). Ancak deneyimleme kalitesinin tavsiye etme niyeti üzerindeki doğrudan etkisini ölçmeye yönelik ampirik çalışmaların sayısı sınırlı olup, bu durum literatürde belirgin bir boşluğa işaret etmektedir.

Göbeklitepe'nin ziyaretçiler tarafından “benzersiz” ve “tekrar edilemez” bir deneyim olarak algılanması, deneyimin paylaşılmaya değer görülmesine zemin hazırlamaktadır. Kültürel miras alanlarında özgünlük algısının deneyim kalitesi ve tavsiye niyeti üzerinde etkili olduğu literatürde ortaya konmuştur (Wang, 1999; Kolar ve Zabkar, 2010).

Sonuç olarak Göbeklitepe ve kültürel turizm literatürü, alanın evrensel değeri ve yüksek deneyim potansiyeline rağmen, deneyimleme kalitesi ile tavsiye etme niyeti arasındaki ilişkinin sınırlı sayıda çalışmada ele alındığını göstermektedir. Bu durum, Göbeklitepe Ören Yeri'nde ziyaretçilerin algıladıkları deneyimleme kalitesi düzeylerinin tavsiye etme niyeti üzerindeki etkisini inceleyen bu çalışmayı literatür açısından anlamlı ve gerekli kılmaktadır. Sunulan literatürel çerçeve, araştırmanın ampirik analizlerine kuramsal bir zemin sağlamakta ve çalışmanın özgün katkısını ortaya koymaktadır.

BÖLÜM 4

TURİSTLERDEKİ DENEYİMLEME KALİTESİ DÜZEYİNİN TAVSİYE ETME NİYETİNE ETKİSİ: GÖBEKLİTEPE ÖREN YERİ ÖRNEĞİ

4.1 ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu araştırmanın temel amacı, Göbeklitepe Ören Yeri'ni ziyaret eden turistlerin algıladıkları deneyimleme kalitesi düzeylerinin tavsiye etme niyetleri üzerindeki etkisini test etmektir. Turizm literatüründe destinasyonların rekabet üstünlüğünün giderek deneyim temelli unsurlar üzerinden şekillendiği; ziyaretçilerin yaşadıkları deneyimlerin niteliğinin davranışsal niyetlerin en güçlü belirleyicilerinden biri olduğu kabul edilmektedir (Yoon ve Uysal, 2005; Chen ve Chen, 2010). Deneyim ekonomisi yaklaşımı da turistik ürünlerin yalnızca hizmet değil, bütüncül deneyimler sunduğunu vurgulamaktadır (Pine ve Gilmore, 1999b). Bu bağlamda deneyimleme kalitesi, yalnızca memnuniyetin bir çıktısı değil; davranışsal niyetleri doğrudan etkileyen çok boyutlu bir yapı olarak ele alınmaktadır (Otto ve Ritchie, 1996).

Kültürel miras alanları, ziyaretçilere yalnızca tarihsel bilgi sunan mekânlar değil; anlam üretiminin, sembolik bağ kurmanın ve duygusal etkilenmenin gerçekleştiği deneyim alanlarıdır (Poria ve diğerleri, 2003; Timothy ve Boyd, 2003). Bu nedenle kültürel miras bağlamında deneyimleme kalitesi, klasik hizmet kalitesi yaklaşımlarından farklı olarak bilişsel, duygusal ve sembolik boyutları birlikte içeren bir yapı sergilemektedir. Türkiye bağlamında yapılan çalışmalar da kültürel miras destinasyonlarında deneyim kalitesinin ziyaretçi davranışlarını etkilediğini ortaya koymaktadır (Karaca ve Yıldırım, 2019).

Davranışsal niyet kavramı, Planlı Davranış Teorisi çerçevesinde bireyin gelecekte sergilemesi muhtemel davranışların en güçlü göstergelerinden biri olarak kabul edilmektedir (Ajzen, 1991). Turizm bağlamında tavsiye etme niyeti, ağızdan ağıza iletişimin temelini oluşturmakta ve destinasyonların sürdürülebilir rekabet gücünde kritik rol oynamaktadır (Yoon ve Uysal, 2005).

Göbeklitepe Ören Yeri, insanlık tarihinin erken dönemlerine ilişkin sunduğu özgün anlatı, yüksek sembolik değeri ve UNESCO Dünya Mirası statüsü ile bu çok boyutlu deneyim yapısının incelenmesi açısından özgün bir bağlam sunmaktadır. Mevcut çalışmalar çoğunlukla Göbeklitepe'yi arkeolojik veya destinasyon imajı perspektifiyle ele almakta; deneyimleme kalitesinin davranışsal niyetlere dönüşüm mekanizmasını nicel modeller aracılığıyla inceleyen çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Bu çalışma, deneyim odaklı turizm kuramını kültürel mirasın sembolik bağlamıyla bütünleştirerek literatürdeki bu boşluğa teorik ve ampirik katkı sunmayı amaçlamaktadır.

4.2 ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu araştırma, Göbeklitepe Ören Yeri'ni ziyaret eden turistlerin algıladıkları deneyimleme kalitesi düzeylerinin tavsiye etme niyetleri üzerindeki etkisini incelemek amacıyla nicel araştırma yöntemi kapsamında tasarlanmıştır. Çalışma, betimleyici ve ilişkisel araştırma modeli çerçevesinde kurgulanmıştır (Karasar, 2012). Araştırma sürecinde alan yazın taraması yapılmış, saha gözlemleri gerçekleştirilmiş ve veri toplama aracı olarak yüz yüze anket tekniğinden yararlanılmıştır. Yüz yüze anket tekniği, ziyaretçilerin deneyime ilişkin algılarının ziyaret anında ölçülmesine olanak sağlaması nedeniyle tercih edilmiştir.

Araştırmada kullanılan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. Cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, aylık gelir durumu ve Göbeklitepe'nin UNESCO Dünya Kültürel Miras Listesi'nde yer aldığına dair bilgi düzeyi gibi değişkenler bu bölümde ölçülmüştür.

İkinci bölümde deneyimleme kalitesini ölçmeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Deneyimleme kalitesi ölçeği, literatürde geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış çalışmalardan uyarlanmış ve Göbeklitepe bağlamına uygun biçimde düzenlenmiştir (Chen ve Chen, 2010; Otto ve Ritchie, 1996). Ölçek; bilgi edinme (bilişsel boyut), duygusal etkilenme, ortamdaki kopma (kaçış) hissi ve genel deneyim algısı gibi boyutları kapsamaktadır.

Üçüncü bölümde ise ziyaretçilerin Göbeklitepe Ören Yeri'ne ilişkin tavsiye etme niyetlerini ölçmeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Bu bölümde katılımcıların Göbeklitepe'yi başkalarına önerme, olumlu görüş paylaşma ve çevrelerini ziyarete teşvik etme eğilimleri değerlendirilmiştir. Tavsiye etme niyeti, davranışsal niyetin bir göstergesi olarak ele alınmıştır (Ajzen, 1991).

Araştırmada kullanılan tüm ölçekler beşli Likert tipi derecelendirme ile ölçülmüştür (1 = Hiç Katılmıyorum, 5 = Tamamen Katılıyorum). Bu ölçekleme yöntemi, katılımcıların algılarını dereceli ve karşılaştırılabilir biçimde değerlendirmeye olanak sağlamaktadır.

Araştırma kapsamında toplam 414 geçerli anket formu analiz edilmiştir. Elde edilen veriler SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Öncelikle tanımlayıcı istatistikler hesaplanmış; ardından ölçeklerin güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesinde korelasyon analizi uygulanmış, deneyimleme kalitesinin tavsiye etme niyeti üzerindeki etkisini test etmek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır (Field, 2013). Regresyon analizi aracılığıyla bağımsız değişken olarak ele alınan deneyimleme kalitesinin, bağımlı değişken olan tavsiye etme niyeti üzerindeki açıklayıcı gücü ve etki düzeyi değerlendirilmiştir.

4.3 ARAŞTIRMA KURGUSU VE SINIRLILIKLARI

Bu araştırma, Göbeklitepe Ören Yeri'ni ziyaret eden turistlerin algıladıkları deneyimleme kalitesi düzeylerinin tavsiye etme niyetleri üzerindeki etkisini incelemeye yönelik olarak tasarlanmıştır. Çalışma, deneyim odaklı turizm yaklaşımına

dayanmaktadır ve ziyaretçilerin destinasyonda yaşadıkları deneyimlerin algılanan niteliğinin davranışsal niyetlerin önemli bir belirleyicisi olduğu varsayımını test etmeyi amaçlamaktadır (Otto ve Ritchie, 1996; Pine ve Gilmore, 1999b; Yoon ve Uysal, 2005). Bu doğrultuda araştırma, nicel araştırma yöntemi kapsamında betimleyici ve ilişkisel araştırma modeli çerçevesinde kurgulanmıştır (Karasar, 2012).

Araştırma modelinde deneyimleme kalitesi bağımsız değişken, tavsiye etme niyeti ise bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. Deneyimleme kalitesi, ziyaretçilerin Göbeklitepe Ören Yeri'nde yaşadıkları deneyimi bilişsel ve duygusal boyutlarıyla değerlendiren çok boyutlu bir yapı olarak tanımlanmıştır (Otto ve Ritchie, 1996; Schmitt, 1999). Tavsiye etme niyeti ise ziyaretçilerin destinasyonu başkalarına önerme, olumlu görüş paylaşma ve çevrelerini ziyarete teşvik etme eğilimlerini ifade eden davranışsal bir niyet göstergesi olarak modellenmiştir (Ajzen, 1991; Yoon ve Uysal, 2005). Değişkenler arasındaki ilişkinin yönü ve gücü doğrusal regresyon analizi aracılığıyla test edilmiştir (Field, 2013).

Araştırma kesitsel bir tasarıma sahiptir. Veriler belirli bir zaman diliminde Göbeklitepe Ören Yeri'ni ziyaret eden turistlerden toplanmıştır. Bu durum, değişkenler arasındaki ilişkilerin belirli bir zamansal kesitte ölçüldüğünü göstermekte; dolayısıyla elde edilen bulguların kesin nedensellik ilişkisi ortaya koyduğu şeklinde yorumlanmaması gerektiğini göstermektedir (Bryman, 2012). Regresyon analizi değişkenler arasındaki yönlü ilişkiyi istatistiksel olarak test etmekte; ancak zaman boyutunu içermemesi nedeniyle güçlü nedensel çıkarımlar sınırlı kalmaktadır (Gujarati ve Porter, 2009).

Araştırma kurgusunda demografik değişkenler kontrol değişkeni olarak ele alınmıştır. Cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve gelir durumu gibi değişkenler aracılığıyla farklı ziyaretçi grupları arasında algısal farklılıkların belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu yaklaşım, ziyaretçi deneyiminin homojen bir yapı sergilemediği ve bireysel özelliklere göre farklılaşabildiği varsayımına dayanmaktadır (Chen ve Chen, 2010).

Araştırmanın sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle çalışma yalnızca Göbeklitepe Ören Yeri bağlamında gerçekleştirilmiştir. Bu durum, elde edilen bulguların diğer kültürel miras alanlarına doğrudan genellenmesini sınırlandırmaktadır. Kültürel, mekânsal ve tarihsel farklılıklar, ziyaretçi deneyimlerinin niteliğini değiştirebileceğinden sonuçların bağlamsal olarak değerlendirilmesi gerekmektedir (Timothy ve Boyd, 2003).

Öte yandan veri toplama aracı olarak yalnızca anket tekniği kullanılmıştır. Anket yöntemi algıların nicel olarak ölçülmesine olanak sağlamakla birlikte, deneyimin derinlemesine ve sembolik boyutlarını ortaya koymada sınırlı kalabilmektedir. Nitel yöntemlerle desteklenen karma araştırma tasarımları, gelecekte daha kapsamlı analizler sunabilir (Creswell, 2014).

Araştırmada yalnızca deneyimleme kalitesi ve tavsiye etme niyeti değişkenleri ele alınmıştır. Memnuniyet, algılanan değer, destinasyon imajı ve tekrar ziyaret niyeti gibi literatürde önemli yer tutan diğer değişkenler modele dahil edilmemiştir (Chen ve Tsai, 2007). Bu tercih, modelin yalın ve odaklı bir yapıda test edilmesi amacıyla yapılmıştır; ancak gelecekteki çalışmaların daha kapsamlı yapısal modeller kurması önerilmektedir.

Son olarak örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme kullanılmıştır. Bu yöntem saha koşulları açısından pratiklik sağlamakla birlikte, örneklemin evreni temsil etme gücünü sınırlandırabilmektedir (Benoot ve diğerleri, 2016). Bu nedenle bulgular istatistiksel temsil gücü bağlamında değil, incelenen örneklem çerçevesinde yorumlanmalıdır. Bu sınırlılıklara rağmen araştırma, Göbeklitepe Ören Yeri özelinde deneyimleme kalitesi ile tavsiye etme niyeti arasındaki ilişkinin nicel yöntemlerle test edilmesi açısından literatüre ampirik katkı sunmaktadır.

4.4 ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLER



Şekil 4.1. Göbeklitepe Ören Yeri Ziyaretçilerinin Deneyimleme Kalitesi Düzeylerinin Tavsiye Etme Niyeti Üzerindeki Etkisine Yönelik Araştırma Modeli

Bu araştırmada, Göbeklitepe Ören Yeri'ni ziyaret eden turistlerin algıladıkları deneyimleme kalitesi düzeylerinin, destinasyonu başkalarına tavsiye etme niyetleri üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla bir araştırma modeli oluşturulmuştur. Araştırma modeli, deneyim odaklı turizm yaklaşımı çerçevesinde kurgulanmış olup, ziyaretçilerin destinasyonda yaşadıkları deneyimlerin algılanan kalitesinin, geleceğe yönelik davranışsal niyetler üzerinde belirleyici bir rol oynadığı varsayımına dayanmaktadır (Zeithaml ve diğerleri, 1996).

Oluşturulan araştırma modelinde deneyimleme kalitesi bağımsız değişken, tavsiye etme niyeti ise bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. Deneyimleme kalitesi, ziyaretçilerin Göbeklitepe Ören Yeri'nde yaşadıkları deneyimi ne ölçüde olumlu algıladıklarını ifade eden çok boyutlu bir yapı olarak değerlendirilmiştir (Otto ve Ritchie, 1996). Tavsiye etme niyeti ise ziyaretçilerin Göbeklitepe'yi çevrelerindeki kişilere önerme, olumlu görüşlerini paylaşma ve başkalarını ziyarete teşvik etme eğilimlerini yansıtan davranışsal bir niyet göstergesi olarak tanımlanmıştır (Ajzen, 1991).

Araştırma modeli, deneyimleme kalitesinin tavsiye etme niyeti üzerinde doğrudan etkili olduğunu varsayan basit ve odaklı bir yapıdadır. Bu yapı, kültürel miras turizmi literatüründe deneyimleme kalitesi ile davranışsal niyetler arasındaki ilişkiyi ortaya koyan önceki çalışmalarla uyumludur (Chen ve Chen, 2010; Poria ve diğerleri, 2003).

Bu doğrultuda araştırmanın hipotezleri aşağıdaki şekilde geliştirilmiştir:

H1: Turistlerin algıladıkları deneyimleme kalitesi düzeyi ile tavsiye etme niyeti arasında anlamlı ve olumlu bir ilişki vardır.

H2: Turistlerin algıladıkları deneyimleme kalitesi düzeyi, tavsiye etme niyeti üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkiye sahiptir.

Araştırma modeli ve geliştirilen hipotezler, Göbeklitepe Ören Yeri'nde ziyaretçilerin yaşadıkları deneyimlerin, destinasyonun başkalarına önerilmesinde ne ölçüde etkili olduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede oluşturulan model, araştırmanın istatistiksel analizlerine yön vermekte ve çalışmanın ampirik bulgularının değerlendirilmesinde temel bir referans noktası oluşturmaktadır.

4.5 EVREN VE ÖRNEKLEM

Bu araştırma için uygulama alanı olarak, Şanlıurfa ilinde yer alan ve insanlık tarihinin en önemli arkeolojik alanlarından biri olarak kabul edilen Göbeklitepe Ören Yeri seçilmiştir. Kültürel miras alanları, ziyaret edilen destinasyonun tanıtılmasında ve algılanan değerinin oluşmasında önemli bir rol üstlenmekte; ziyaretçilere tarihsel, kültürel ve duygusal açıdan benzersiz deneyimler sunmaktadır (Poria ve diğerleri, 2003; Timothy ve Boyd, 2003). Göbeklitepe Ören Yeri, sahip olduğu evrensel değer, sembolik anlam ve UNESCO Dünya Kültürel Miras Listesi'nde yer alması nedeniyle yerli ve yabancı turistler tarafından yoğun biçimde ziyaret edilen seçkin bir destinasyondur.

Tablo 4.1. 2025 Yılı Temmuz Ayı Göbeklitepe Ören Yeri Ziyaretçi Sayısı

Aylar	f (Ziyaretçi Sayısı)	%
Ocak	40.602	5,2
Şubat	21.490	2,7
Mart	31.330	4,0
Nisan	122.081	15,6
Mayıs	105.802	13,5
Haziran	65.422	8,4
Temmuz	39.012	5,0
Ağustos	44.689	5,7
Eylül	69.280	8,9
Ekim	112.438	14,4
Kasım	104.111	13,3
Aralık	25.126	3,2
Toplam	781.383	100,0

Kaynak: Şanlıurfa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2025).

Araştırmanın evrenini, 2025 yılı içerisinde Göbeklitepe Ören Yeri'ni ziyaret eden yerli turistler oluşturmaktadır. Şanlıurfa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre 2025 yılında ören yerini toplam 781.383 kişi ziyaret etmiştir (Tablo 4.1). Araştırma kapsamında veri toplama sürecinin gerçekleştirildiği 2025 yılı Temmuz ayında ise ziyaretçi sayısı 39.012 olarak gerçekleşmiştir. Araştırmanın evreni, veri toplama dönemi olan Temmuz ayı ziyaretçi sayısı (39.012 kişi) esas alınarak sınırlandırılmıştır. Evrenin tamamına ulaşmanın zaman,

maliyet ve erişilebilirlik açısından mümkün olmaması nedeniyle araştırmada örnekleme yöntemine başvurulmuştur.

Araştırmanın örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde Yamane (2001) tarafından önerilen örneklem büyüklüğü formülünden yararlanılmıştır. Bu formüle göre, evren büyüklüğü 39.012 kişi olarak kabul edildiğinde, %95 güven düzeyi ve %5 hata payı esas alınarak hesaplanan örneklem büyüklüğü 396 kişi olarak belirlenmiştir. Saha çalışması sürecinde araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul eden ziyaretçilerden toplam 435 kişiye anket uygulanmış, eksik ve hatalı doldurulanlar çıkarıldıktan sonra 414 geçerli anket verisi elde edilmiştir. Ulaşılan bu sayı (414), hesaplanan asgari örneklem büyüklüğünün (396) üzerinde olduğu için araştırmanın örnekleme, evreni temsil etme yeterliliğine sahiptir.

Örneklem büyüklüğünün hesaplanan asgari değerin üzerinde olması, araştırmanın istatistiksel gücünü artırmakta ve elde edilen bulguların güvenilirliğini desteklemektedir. Bu durum, deneyimleme kalitesi ve tavsiye etme niyeti değişkenleri arasındaki ilişkilerin analiz edilmesi açısından örneklemin yeterli olduğunu göstermektedir.

Araştırmada örnekleme yöntemi olarak, diğer örnekleme yöntemlerine kıyasla erişimin daha kolay ve hızlı olması nedeniyle kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntem, özellikle turizm alanında gerçekleştirilen saha araştırmalarında yaygın olarak kullanılan ve literatürde kabul gören bir örnekleme yaklaşımıdır (Benoot ve diğerleri, 2016). Anket uygulamaları, Göbeklitepe Ören yeri ziyaretçileriyle yüz yüze gerçekleştirilmiştir.

Araştırma örneklemini oluşturan katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları Tablo 4.2’de sunulmuştur. Elde edilen demografik veriler, örneklemin cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve gelir durumu açısından farklı grupları kapsadığını göstermektedir. Bu çeşitlilik, ziyaretçilerin deneyimleme kalitesi ve tavsiye etme niyeti algılarının farklı sosyo-demografik özellikler çerçevesinde değerlendirilmesine olanak tanımaktadır.

Araştırma örnekleme, Göbeklitepe Ören Yeri ziyaretçi profiline ilişkin sayısal ve demografik açıdan temsil edici bir yapı sunmakta

olup, araştırmanın amacı doğrultusunda güvenilir ve geçerli sonuçlar elde edilmesine imkân sağlamaktadır.

4.6 VERİLERİN TOPLANMASI

Araştırmada kullanılan veriler, Göbeklitepe Ören Yeri'ni ziyaret eden yerli turistlerden yüz yüze anket yöntemi ile toplanmıştır. Yüz yüze anket yöntemi, katılımcıların soruları daha iyi anlamalarına olanak sağlaması ve geri dönüş oranının yüksek olması nedeniyle tercih edilmiştir (Altunışık ve diğerleri., 2012). Anket uygulaması, Göbeklitepe Ören Yeri'nde, ziyaretçilerin alan gezilerini tamamlamalarının ardından gerçekleştirilmiştir.

Araştırma kapsamında kullanılan anket formu, literatürde geçerliliği ve güvenilirliği daha önce test edilmiş ölçeklerden yararlanılarak hazırlanmıştır (Otto ve Ritchie, 1996). Anket formu üç ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve aylık gelir durumu gibi demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde, ziyaretçilerin Göbeklitepe Ören Yeri'nde algıladıkları deneyimleme kalitesi düzeyini ölçmeye yönelik ifadeler bulunmaktadır. Üçüncü bölümde ise ziyaretçilerin tavsiye etme niyetlerini belirlemeye yönelik ifadeler yer verilmiştir (Ajzen, 1991).

Deneyimleme kalitesi ve tavsiye etme niyeti değişkenlerini ölçmeye yönelik ifadeler, beşli Likert tipi derecelendirme kullanılarak yapılandırılmıştır (Likert, 1932). Bu derecelendirme; *1 = Kesinlikle Katılmıyorum*, *2 = Katılmıyorum*, *3 = Kararsızım*, *4 = Katılıyorum* ve *5 = Kesinlikle Katılıyorum* şeklinde düzenlenmiştir. Bu ölçek yapısı, katılımcıların algı ve değerlendirmelerini daha hassas biçimde ifade etmelerine imkân tanımaktadır.

Veri toplama süreci boyunca katılımcılara araştırmanın amacı hakkında kısa bir bilgilendirme yapılmış ve araştırmaya katılımın gönüllülük esasına dayandığı vurgulanmıştır. Anket uygulaması sırasında katılımcıların kimlik bilgileri talep edilmemiş, elde edilen verilerin yalnızca bilimsel amaçlarla kullanılacağı belirtilmiştir. Bu doğrultuda etik ilkelere uygun bir veri toplama süreci yürütülmüştür.

Araştırma kapsamında başlangıçta toplam 435 katılımcıya anket uygulanmıştır. Toplanan anket formları ön incelemeye tabi tutulmuş; eksik, hatalı veya tutarsız şekilde doldurulduğu tespit edilen 21 anket formu değerlendirme dışı bırakılmıştır. İnceleme sonucunda geriye kalan geçerli 414 anket analiz için uygun bulunmuş ve istatistiksel değerlendirmelere dâhil edilmiştir.

Toplanan veriler, analiz aşamasına geçilmeden önce kodlanmış ve istatistiksel paket programına aktarılmıştır. Verilerin analizinde kullanılacak istatistiksel yöntemlerin uygulanabilmesi için veri seti, gerekli ön koşullar açısından kontrol edilmiştir (Field, 2013). Bu süreç, araştırma bulgularının güvenilir ve geçerli sonuçlar üretmesini sağlamak amacıyla titizlikle yürütülmüştür.

4.7 BULGULAR

Bu bölümde, Göbeklitepe Ören Yeri’ni ziyaret eden turistlerden elde edilen verilerin analizine ilişkin bulgular sunulmaktadır. Bulgular, öncelikle katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımlarını, ardından araştırmada yer alan değişkenlere ait normallik varsayımını değerlendirmeye yönelik çarpıklık ve basıklık katsayılarını içermektedir.

Tablo 4.2. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Dağılımları

Demografik özellikler		f	%
Cinsiyet	Kadın	193	46,6
	Erkek	221	53,4
	Toplam	414	100,0
Yaş	25 ve altı	124	30,0
	26-40	173	41,8
	41-55	101	24,4
	56-70	12	2,9
	71 ve üzeri	4	1,0
	Toplam	414	100,0
Eğitim Düzeyi	İlkokul	16	3,9
	Ortaokul	43	10,4
	Lise	95	22,9

Gelir (ay)	Ön Lisans	44	10,6
	Lisans	164	39,6
	Lisansüstü	52	12,6
	Toplam	414	100,0
	50.000 ve altı	203	49,0
	50.001-100.000	153	37,0
	100.001 ve üzeri	58	14,0
	Toplam	414	100,0

Araştırmaya katılan bireylerin demografik özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları Tablo 4.2’de sunulmuştur. Buna göre araştırmaya katılan 414 kişinin 193’ü (%46,6) kadın, 221’i (%53,4) erkektir. Cinsiyet dağılımı incelendiğinde, erkek katılımcıların kadınlara kıyasla daha yüksek bir orana sahip olduğu görülmektedir.

Katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımı değerlendirildiğinde, örneklemin büyük bölümünün genç ve orta yaş gruplarından oluştuğu belirlenmiştir. 26–40 yaş aralığında yer alan katılımcılar 173 kişi (%41,8) ile en yüksek orana sahiptir. Bunu 25 yaş ve altı grupta yer alan 124 kişi (%30,0) ve 41–55 yaş grubunda yer alan 101 kişi (%24,4) takip etmektedir. 56–70 yaş grubunda 12 kişi (%2,9), 71 yaş ve üzeri grupta ise 4 kişi (%1,0) yer almaktadır. Bu bulgular, Göbeklitepe Ören Yeri’nin ağırlıklı olarak aktif turizm hareketliliği içinde bulunan yaş grupları tarafından ziyaret edildiğini göstermektedir.

Eğitim düzeyine ilişkin dağılımlar incelendiğinde, katılımcıların büyük bölümünün yükseköğretim mezunu olduğu görülmektedir. Lisans mezunları 164 kişi (%39,6) ile en yüksek oranı oluştururken, lisansüstü mezunlar 52 kişi (%12,6) olarak belirlenmiştir. Lise mezunlarının oranı %22,9 (95 kişi), ön lisans mezunlarının oranı %10,6 (44 kişi), ortaokul mezunlarının oranı %10,4 (43 kişi) ve ilkökul mezunlarının oranı %3,9 (16 kişi)’dir. Lisans ve lisansüstü mezunların toplam oranının %52,2 olması, Göbeklitepe Ören Yeri’nin eğitim düzeyi yüksek bireyler tarafından yoğun ilgi gördüğünü ortaya koymaktadır.

Katılımcıların aylık gelir durumlarına göre dağılımı incelendiğinde, 50.000 TL ve altı gelir grubunda yer alanların sayısı 203 kişi (%49,0) ile en yüksek oranı oluşturmaktadır. 50.001–100.000 TL gelir aralığında 153 kişi (%37,0) yer alırken, 100.001 TL ve üzeri gelir grubunda 58 kişi (%14,0) bulunmaktadır. Bu bulgular, örneklemin ağırlıklı olarak orta ve alt gelir grubundan oluştuğunu, ancak üst gelir grubuna mensup katılımcıların da anlamlı bir düzeyde temsil edildiğini göstermektedir.

Tablo 4.3. Değişkenlere İlişkin Çarpıklık ve Basıklık Katsayıları

	DKD	TEN
N	414	414
Çarpıklık (Skewness)	-0,592	-1,614
Std. Hata (Çarpıklık)	0,120	0,120
Basıklık (Kurtosis)	-0,166	2,833
Std. Hata (Basıklık)	0,239	0,239

NOT: DKD: Deneyimleme Kalitesi Düzeyi; TEN: Tavsiye Etme Niyeti

Araştırmada kullanılan deneyimleme kalitesi düzeyi (DKD) ve tavsiye etme niyeti (TEN) değişkenlerine ilişkin normallik varsayımı, çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) katsayıları incelenerek değerlendirilmiştir. Bu değerlere ilişkin bulgular Tablo 4,3'te sunulmuştur.

Tablo 4,3 incelendiğinde, deneyimleme kalitesi düzeyi (DKD) değişkenine ait çarpıklık katsayısının -0,592, basıklık katsayısının ise 0,166 olduğu görülmektedir. Tavsiye etme niyeti (TEN) değişkenine ait çarpıklık katsayısı -1,614, basıklık katsayısı ise 2,833 olarak hesaplanmıştır. Çarpıklık ve basıklık katsayılarının ± 3 sınırları

içerisinde yer aldığı belirlenmiş olup, bu durum verilerin normal dağılım gösterdiğine işaret etmektedir (Kline, 2015).

Elde edilen bu bulgular, deneyimleme kalitesi düzeyi ve tavsiye etme niyeti değişkenlerine ait verilerin parametrik analizler için kabul edilebilir normal dağılım sınırları içerisinde olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmada, değişkenler arasındaki ilişkilerin ve etkilerin analiz edilmesinde parametrik istatistiksel yöntemlerin kullanılmasının uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada kullanılan deneyimleme kalitesi düzeyi ölçeğinin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizine geçilmeden önce, veri setinin faktör analizine uygunluğunu belirlemek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik testi ve Bartlett küresellik testi yapılmıştır.

Tablo 4.4'te görüldüğü üzere, deneyimleme kalitesi düzeyi ölçeğine ait KMO değeri 0,850 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, örneklemin faktörleşme uygunluğu açısından “çok iyi” düzeyde yeterli olduğunu göstermektedir. Bartlett küresellik testi sonucu ise $\chi^2 = 1590,541$; $p = 0,000$ olarak bulunmuş ve verilerin faktör analizi için uygun olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.4. Deneyimleme Kalitesi Düzeyine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

İFADELER	Faktör Yüğü	Özdeğer	Toplam Varyan s %	Cronbach 's Alpha
Deneyimleme Kalitesi Düzeyi		4,295	53,687	0,871
Göbeklitepe hakkındaki kapasitemi arttırdım.	bilgi	0,716		
Göbeklitepe hakkında detaylı edindim.	bilgi	0,734		
Göbeklitepe’de başka dünyadaymışım gibi hissettim.	bir	0,751		
Göbeklitepe’de her şeyden tamamen uzaklaştım.		0,707		

Göbeklitepe’de kendimi o kadar kaptırdım ki başka hiçbir şey düşünmedim. 0,755

Göbeklitepe’yi gezerken eğlendim. 0,709

Göbeklitepe’de olmaktan memnuniyet duydum. 0,741

Göbeklitepe’yi ziyaretim sonucunda çok mutlu oldum. 0,746

Toplam Ölçek Güvenilirliği ve Varyansı	53,687 0,871
---	---------------------

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: KMO = 0,850;

Bartlett's Test of Sphericity: $\chi^2 = 1590,541$; P = 0,000

Yapılan faktör analizi sonucunda, deneyimleme kalitesi düzeyi ölçeğinin tek faktörlü bir yapı sergilediği belirlenmiştir. Bu faktörün özdeğeri 4,295 olup, toplam varyansın %53,687’sini açıkladığı görülmektedir. Açıklanan varyans oranının %50’nin üzerinde olması, ölçeğin yapı geçerliliğinin yeterli olduğunu göstermektedir.

Ölçekte yer alan maddelerin faktör yüklerinin 0,707 ile 0,755 arasında değiştiği belirlenmiştir. Tüm maddelerin faktör yüklerinin 0,50’nin üzerinde olması, güçlü faktör yapısına işaret etmektedir. Göbeklitepe hakkında bilgi edinme, farklı bir dünyadaymış gibi hissetme, günlük hayattan uzaklaşma, eğlenme ve memnuniyet gibi ifadelerin deneyimleme kalitesi algısını bütüncül bir şekilde yansıttığı görülmektedir.

Deneyimleme kalitesi düzeyi ölçeğinin Cronbach’s Alpha güvenilirlik katsayısı 0,871 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir. Elde edilen bulgular doğrultusunda, deneyimleme kalitesi düzeyi ölçeğinin hem geçerli hem de güvenilir bir ölçüm aracı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada kullanılan tavsiye etme niyeti ölçeğinin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Analiz öncesinde yapılan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)

ve Bartlett küresellik testi sonuçları, veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.5'te görüldüğü üzere, tavsiye etme niyeti ölçeğine ait KMO değeri 0,726 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğunu göstermektedir. Bartlett küresellik testi sonucu ise $\chi^2 = 531,320$; $p = 0,000$ olarak bulunmuş ve değişkenler arasında anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.5. Tavsiye Etme Niyeti Faktör Analizine İlişkin Sonuçlar

İFADELER	Faktör Yüğü	Özdeğer	Toplam Varyans %	Cronbach's Alpha
Tavsiye Etme Niyeti		2,304	76,788	0,848
Göbeklitepe hakkında çevremdeki kişilere olumlu şeyler söyleyeceğim	0,856			
Tavsiyelerimi soran kişilere Göbeklitepe'yi önereceğim	0,885			
Arkadaşlarımı ve akrabalarımı Göbeklitepe'ye gelmeleri için teşvik edeceğim	0,888			
Toplam Ölçek Güvenilirliği ve Varyansı			76,788	0,848
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: KMO = 0,726; Bartlett's Test of Sphericity: $\chi^2 = 531,320$; $P = 0,000$				

Faktör analizi sonucunda, tavsiye etme niyeti ölçeğinin tek faktörlü bir yapı oluşturduğu belirlenmiştir. Bu faktörün özdeğeri 2,304 olup, toplam varyansın %76,788'ini açıkladığı görülmektedir. Açıklanan varyans oranının oldukça yüksek olması, ölçeğin güçlü bir yapısal bütünlüğe sahip olduğunu göstermektedir.

Ölçekte yer alan ifadelerin faktör yüklerinin 0,856 ile 0,888 arasında değiştiği tespit edilmiştir. Bu değerler, maddelerin tavsiye etme niyeti kavramını güçlü biçimde temsil ettiğini ortaya

koymaktadır. Katılımcıların Göbeklitepe’yi çevresindeki kişilere olumlu şekilde anlatma, önermeye yönelik istek ve başkalarını ziyaret etmeye teşvik etme eğilimleri, tek bir faktör altında anlamlı biçimde toplanmıştır.

Tavsiye etme niyeti ölçeğinin Cronbach’s Alpha güvenilirlik katsayısı 0,848 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir. Elde edilen bulgular, tavsiye etme niyeti ölçeğinin araştırma kapsamında kullanılabilir ve güvenilir bir ölçüm aracı olduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırmada yer alan deneyimleme kalitesi düzeyi ve tavsiye etme niyeti değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler, katılımcıların ifadelerine verdikleri yanıtların genel eğilimini ortaya koymak amacıyla hesaplanmıştır. Bu kapsamda her bir ifadeye ait aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 4.6’da sunulmuştur.

Tablo 4.6. Deneyimleme Kalitesi Düzeyi ve Tavsiye Etme Niyetine İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

İFADELER	Aritmetik	Standart
	ortalama ($\bar{x}$)	Sapma
DKD	Göbeklitepe hakkındaki bilgi kapasitemi arttırdım.	,915
	Göbeklitepe hakkında detaylı bilgi edindim.	,958
	Göbeklitepe’de başka bir dünyadaymışım gibi	1,091
	Göbeklitepe’de her şeyden tamamen uzaklaştım.	1,250
	Göbeklitepe’de kendimi o kadar kaptırdım ki	1,253
	Göbeklitepe’yi gezerken eğlendim.	,938
	Göbeklitepe’de olmaktan memnuniyet duydum.	,794
	Göbeklitepe’yi ziyaretim sonucunda çok mutlu	,798
TEN	Göbeklitepe hakkında çevremdeki kişilere olumlu	,749
	Tavsiyelerimi soran kişilere Göbeklitepe’yi	,718
	Arkadaşlarımı ve akrabalarımı Göbeklitepe’ye	,774

Tablo 4.6 incelendiğinde, deneyimleme kalitesi düzeyi kapsamında yer alan ifadelerin aritmetik ortalamalarının genel olarak yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Katılımcıların “Göbeklitepe’yi

ziyaretim sonucunda çok mutlu oldum” ifadesine verdikleri yanıtların ortalaması 4,466, “Göbeklitepe’de olmaktan memnuniyet duydum” ifadesinin ortalaması ise 4,454 olarak hesaplanmıştır. Bu bulgular, ziyaretçilerin Göbeklitepe Ören Yeri’ne yönelik genel deneyim algılarının oldukça olumlu olduğunu göstermektedir.

Bilgi edinmeye yönelik ifadeler incelendiğinde, “Göbeklitepe hakkında bilgi kapasitemi arttırdım” ifadesinin aritmetik ortalaması 4,079, “Göbeklitepe hakkında detaylı bilgi edindim” ifadesinin ortalaması ise 4,033 olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlar, Göbeklitepe’nin ziyaretçilere bilişsel açıdan güçlü bir deneyim sunduğunu ortaya koymaktadır.

Deneyimin duygusal ve zihinsel boyutuna ilişkin ifadeler değerlendirildiğinde, “Göbeklitepe’de başka bir dünyadaymışım gibi hissettim” ifadesinin ortalaması 4,019, “Göbeklitepe’yi gezerken eğlendim” ifadesinin ortalaması 4,181 olarak hesaplanmıştır. Buna karşın, “Göbeklitepe’de her şeyden tamamen uzaklaştım” ($\bar{x} = 3,444$) ve “Göbeklitepe’de kendimi o kadar kaptırdım ki başka hiçbir şey düşünmedim” ($\bar{x} = 3,401$) ifadelerinin ortalamalarının görece daha düşük olduğu görülmektedir. Bu durum, deneyimleme kalitesinin özellikle bilgi edinme ve genel memnuniyet boyutlarında daha güçlü algılandığını göstermektedir.

Tavsiye etme niyetine ilişkin ifadeler incelendiğinde, tüm ifadelerin aritmetik ortalamalarının 4,40’ın üzerinde olduğu görülmektedir. “Arkadaşlarımı ve akrabalarımı Göbeklitepe’ye gelmeleri için teşvik edeceğim” ifadesinin ortalaması 4,495, “Tavsiyelerimi soran kişilere Göbeklitepe’yi önereceğim” ifadesinin ortalaması 4,478, “Göbeklitepe hakkında çevremdeki kişilere olumlu şeyler söyleyeceğim” ifadesinin ortalaması ise 4,439 olarak hesaplanmıştır. Bu bulgular, katılımcıların Göbeklitepe Ören Yeri’ni başkalarına tavsiye etme eğilimlerinin oldukça yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırmada deneyimleme kalitesi düzeyi ile tavsiye etme niyeti arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla Pearson korelasyon analizi uygulanmıştır. Değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları Tablo 4.7’de sunulmuştur.

Tablo 4.7. Değişkenler Arası Korelasyon Matrisi

Ölçekler	Deneyimleme Kalitesi	Tavsiye Etme Niyeti
Deneyimleme Kalitesi Düzeyi (Pearson Korelasyon Katsayısı)	1	0,584**
Tavsiye Etme Niyeti (Pearson Korelasyon Katsayısı)	0,584**	1

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$

Tablo 4.7 incelendiğinde, deneyimleme kalitesi düzeyi ile tavsiye etme niyeti arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunduğu görülmektedir ($r = 0,584$; $p < 0,01$). Bu sonuç, deneyimleme kalitesi düzeyi arttıkça, ziyaretçilerin Göbeklitepe Ören Yeri’ni başkalarına tavsiye etme eğilimlerinin de arttığını göstermektedir.

Korelasyon katsayısının 0,50 ile 0,70 aralığında yer alması, değişkenler arasında orta düzeyde güçlü bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgu, kültürel miras alanlarında ziyaretçi deneyimlerinin, davranışsal niyetler üzerinde belirleyici bir role sahip olduğunu desteklemektedir.

Elde edilen korelasyon bulguları doğrultusunda, araştırma kapsamında geliştirilen H1: “Deneyimleme kalitesi düzeyi ile tavsiye etme niyeti arasında anlamlı ilişki vardır” hipotezinin desteklendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada, deneyimleme kalitesi düzeyinin tavsiye etme niyeti üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi uygulanmıştır. Regresyon analizine ilişkin bulgular Tablo 4.8’de sunulmuştur.

Tablo 4.8. Deneyimleme Kalitesi Düzeyinin Tavsiye Etme Niyeti Üzerindeki Etkisini İnceleyen Basit Doğrusal Regresyon Analizi

Bağımsız Değişken	Beta	t	Sig.(p)
Deneyimleme Kalitesi	0,584	16,377	,000
Sabit		2,381	,006
F		213,434	
R		0,584	
R ²		0,341	
p		0,000	

Tablo 4.8 incelendiğinde, oluşturulan regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($F = 213,434$; $p < 0,01$). Deneyimleme kalitesi düzeyi değişkeninin, tavsiye etme niyeti üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir ($\beta = 0,584$; $t = 16,377$; $p = 0,000$).

Modelin açıklayıcılık düzeyini gösteren determinasyon katsayısı ($R^2 = 0,341$) incelendiğinde, deneyimleme kalitesi düzeyinin tavsiye etme niyetindeki toplam varyansın %34,1'ini açıkladığı görülmektedir. Bu bulgu, kültürel miras alanlarında ziyaretçilerin algıladıkları deneyim kalitesinin, tavsiye etme niyeti üzerinde önemli ve güçlü bir belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır.

Elde edilen sonuçlar, Göbeklitepe Ören Yeri'nde yaşanan deneyimlerin niteliği arttıkça, ziyaretçilerin destinasyonu başkalarına tavsiye etme eğilimlerinin de anlamlı biçimde arttığını göstermektedir. Bu durum, deneyim odaklı turizm anlayışının davranışsal niyetler üzerindeki etkisini destekleyen ampirik kanıtlar sunmaktadır.

Araştırma kapsamında geliştirilen hipotezlerin test edilmesi amacıyla korelasyon ve regresyon analizlerinden elde edilen bulgular birlikte değerlendirilmiştir. Hipotezlere ilişkin sonuçlar Tablo 4.9'da özetlenmiştir.

Tablo 4.9. Araştırma Hipotezlerine Ait Sonuçlar

Hipotezler	Sonuç
H₁ Deneyimleme kalitesi düzeyi ile tavsiye etme niyeti arasında anlamlı ilişki vardır.	Kabul edilmiştir
H₂ Deneyimleme kalitesi düzeyinin tavsiye etme niyeti üzerinde anlamlı etkisi vardır.	Kabul edilmiştir

Tablo 9’da yer alan sonuçlara göre;

- H1: “Deneyimleme kalitesi düzeyi ile tavsiye etme niyeti arasında anlamlı ilişki vardır.” hipotezi, yapılan Pearson korelasyon analizi sonucunda elde edilen pozitif ve anlamlı ilişki bulgularına dayanarak kabul edilmiştir ($r = 0,584$; $p < 0,01$).
- H2: “Deneyimleme kalitesi düzeyinin tavsiye etme niyeti üzerinde anlamlı etkisi vardır.” hipotezi ise basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre kabul edilmiştir ($\beta = 0,584$; $p < 0,01$).

Bu bulgular, Göbeklitepe Ören Yeri’ni ziyaret eden turistlerin algıladıkları deneyimleme kalitesi düzeyinin, tavsiye etme niyetlerini hem ilişkisel hem de yönlü etki düzeyinde anlamlı biçimde etkilediğini ortaya koymaktadır.

BÖLÜM 5

SONUÇ VE ÖNERİLER

Son yıllarda deneyim kavramı, klasik hizmet kalitesi yaklaşımının ötesine geçerek tüketici davranışlarının açıklanmasında temel bir paradigma hâline gelmiştir. Deneyim ekonomisi yaklaşımı, ekonomik değer üretiminin ürün ve hizmetten deneyime doğru evrildiğini ortaya koymakta; bireylerin yalnızca fonksiyonel fayda değil, aynı zamanda anlam, duygu ve hatıra satın aldıklarını vurgulamaktadır (Pine ve Gilmore, 1999b). Turizm sektörü doğası gereği deneyim temelli bir yapıya sahip olup, ziyaretçilerin destinasyonda yaşadıkları bilişsel ve duygusal etkileşimler davranışsal niyetlerin oluşumunda belirleyici rol oynamaktadır (Otto ve Ritchie, 1996; Yoon ve Uysal, 2005).

Bu araştırmada, Göbeklitepe Ören Yeri'ni ziyaret eden turistlerin algıladıkları deneyimleme kalitesi düzeylerinin tavsiye etme niyetleri üzerindeki etkisi nicel veriler aracılığıyla test edilmiştir. Elde edilen bulgular, deneyimleme kalitesi düzeyi ile tavsiye etme niyeti arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunduğunu göstermiştir ($r = 0,584$; $p < 0,01$). Bu sonuç, kültürel miras alanlarında ziyaretçi deneyiminin davranışsal niyetler üzerindeki belirleyici rolünü vurgulayan literatürle paralellik göstermektedir (Chen ve Chen, 2010; Bozkurt, Arslan ve Kendir, 2024). Ayrıca, regresyon analizi bulguları deneyimleme kalitesinin tavsiye etme niyeti üzerinde anlamlı ve güçlü bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur ($\beta = 0.584$; $p < 0.01$). Modelin açıklayıcılık düzeyinin %34,1 olması ($R^2 = 0.341$), deneyimleme kalitesinin tavsiye etme niyetindeki varyansın önemli bir bölümünü açıkladığını göstermektedir. Sosyal bilimler bağlamında bu oran, orta-üst düzeyde güçlü bir açıklama gücüne işaret etmekte ve deneyimleme kalitesinin kültürel miras destinasyonlarında ziyaretçi davranışlarını şekillendiren temel değişkenlerden biri olduğunu ortaya koymaktadır.

(Otto ve Ritchie, 1996; Kaya, 2024; Sivaslıgil, Kendir ve Arslan, 2024).

Tanımlayıcı istatistikler incelendiğinde, katılımcıların Göbeklitepe Ören Yeri'nde yaşadıkları deneyimi genel olarak olumlu değerlendirdikleri görülmektedir. Özellikle memnuniyet ve mutluluk ifadelerine ilişkin ortalamaların yüksek olması, deneyimin duygusal boyutunun güçlü biçimde hissedildiğini göstermektedir. Buna karşılık günlük hayattan tamamen uzaklaşma ve kendini deneyime kaptırma ifadelerine verilen görece daha düşük puanlar, deneyimin kaçış boyutunun diğer boyutlara kıyasla daha sınırlı algılandığını düşündürmektedir. Bu durum, kültürel miras alanlarında bilişsel ve bilgilendirici deneyimin, tam anlamıyla immersif deneyimden daha baskın olabileceğini göstermektedir.

Araştırma sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde, Göbeklitepe Ören Yeri'nde algılanan deneyimleme kalitesinin ziyaretçilerin tavsiye etme niyetini güçlü biçimde etkilediği görülmektedir. Bu durum, deneyim odaklı turizm yaklaşımının kültürel miras alanları bağlamında geçerliliğini ampirik olarak desteklemektedir. Çalışma, deneyimleme kalitesinin davranışsal niyetler üzerindeki doğrudan etkisini ortaya koyarak literatüre katkı sunmakta ve Göbeklitepe gibi sembolik değeri yüksek bir arkeolojik alanın deneyim temelli turizm kuramı çerçevesinde analiz edilmesine ampirik destek sağlamaktadır.

Sektöre ve Karar Alıcılara Yönelik Öneriler

Elde edilen bulgular doğrultusunda, Göbeklitepe Ören Yeri'nin yönetimi ve pazarlanmasına yönelik şu uygulamalar önerilmektedir:

- Ziyaretçilere sunulan bilgilendirme içeriklerinin interaktif dijital araçlarla zenginleştirilerek deneyimin bilişsel boyutunun güçlendirilmesi.
- Hikâyeleştirme (storytelling) temelli rehberlik uygulamaları ile ziyaretçilerin alanla duygusal bağ kurmalarının desteklenmesi.

- Alan içerisindeki fiziksel düzenlemelerin ve ziyaretçi akışının optimize edilerek deneyimin konfor ve kalite algısının artırılması.
- Araştırma bulgularında görece düşük çıkan "günlük hayattan tamamen uzaklaşma" (kaçış/escapism) hissini artırmak adına, Göbeklitepe'nin Neolitik atmosferini daha güçlü yansıtabilecek sanal gerçeklik (VR) veya artırılmış gerçeklik (AR) destekli deneyim alanlarının (örneğin Karşılama Merkezi'nde) geliştirilmesi.
- UNESCO Dünya Mirası statüsüyle artan ziyaretçi yoğunluğunun, deneyim kalitesini ve alanın otantikliğini olumsuz etkilememesi için düzenli "taşıma kapasitesi" analizlerinin yapılması; yoğun dönemlerde akıllı ziyaretçi yönetimi (kademeli giriş, rota optimizasyonu) sistemlerinin kullanılması.
- Göbeklitepe deneyiminin Şanlıurfa şehir merkezindeki diğer kültürel ve gastronomik unsurlarla entegre edilerek, turistlerin bölgede kalış sürelerini ve bütüncül destinasyon memnuniyetlerini artıracak kapsayıcı tur rotalarının oluşturulması.
- Deneyim temelli pazarlama stratejileri benimsenerek ziyaretçilerin olumlu deneyimlerini çevreleriyle paylaşmalarını teşvik edecek ağızdan ağıza iletişim (WOM) kanallarının güçlendirilmesi.

Akademik ve Gelecek Araştırmalara Yönelik Öneriler

Bu çalışmanın sınırları göz önünde bulundurularak, gelecekte yapılacak akademik araştırmalar için şu öneriler sunulabilir:

- Deneyimleme kalitesi modelinin memnuniyet, tekrar ziyaret niyeti ve destinasyon imajı gibi yeni değişkenlerle genişletilerek test edilmesi.
- Yapısal eşitlik modeli (YEM) kullanılarak değişkenler arasındaki aracılık ve dolaylı etkilerin daha kapsamlı biçimde incelenmesi.

- Mevcut araştırmanın yalnızca yerli turistler üzerinde gerçekleştirilmiş olması kısıtından hareketle, gelecekteki çalışmalarda yabancı turistlerin deneyim kalitesi algılarının ölçülmesi ve kültürler arası (cross-cultural) karşılaştırmalı analizlerin yapılması.
- Tavsiye etme niyetinin (WOM) dijital ortamdaki yansımalarını ölçmek amacıyla, çevrimiçi seyahat platformlarındaki (TripAdvisor, Google vb.) Göbeklitepe değerlendirmelerinin veri madenciliği ve duygu analizi (sentiment analysis) yöntemleriyle incelenmesi.
- Açık hava kültürel miras alanlarında iklim ve mevsimsel koşulların (aşırı sıcaklar vb.) ziyaretçi konforu ve genel deneyim kalitesi üzerindeki etkisini inceleyen boylamsal (longitudinal) araştırmaların tasarlanması.
- Nitel araştırma yöntemleri (derinlemesine mülakat, netnografi) kullanılarak, kültürel miras turizmi bağlamında ziyaretçi deneyiminin sembolik ve anlamsal boyutunun derinlemesine analiz edilmesi.
- Benzer modellerin farklı kültürel miras alanlarında uygulanmasıyla elde edilen ampirik bulguların karşılaştırmalı olarak değerlendirilmesi ve genellenebilirliğinin test edilmesi.

Sonuç olarak bu çalışma, Göbeklitepe Ören Yeri'nde algılanan deneyimleme kalitesi düzeyinin ziyaretçilerin tavsiye etme niyetleri üzerinde anlamlı ve güçlü bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymakta; kültürel miras alanlarının yönetiminde deneyim odaklı yaklaşımların önemini vurgulamaktadır. Bu yönüyle çalışma hem akademik literatüre katkı sunmakta hem de uygulamaya yönelik karar süreçleri açısından yol gösterici nitelikte bulgular ortaya koymaktadır.

KAYNAKÇA

- Ahmad, F. (1993). *The making of modern Turkey*. Routledge.
- Ahunbay, Z. (2009). *Tarihi çevre koruma ve restorasyon*. Yapı-Endüstri Merkezi.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Akyurt, H., & Şeker, F. (2016). Turizmde Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim ve Destinasyon Tercihi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(3), 51–63.
- Albayrak, A. (2013). Turist deneyimi ve destinasyon imajı arasındaki ilişki. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10(2), 5–18.
- Albayrak, T., & Caber, M. (2015). Destination Attributes and Tourist Satisfaction: An Importance–Performance Analysis. *Tourism Management*, 47, 229–241. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.003>
- Algaze, G. (2008). *Ancient Mesopotamia at the Dawn of Civilization*. University of Chicago Press.
- Ali, F., Hussain, K., & Ragavan, N. (2014a). Memorable Customer Experience: Examining the Effects on Customers' Behavioral Intentions. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(3), 387–405. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.890225>
- Ali, F., Hussain, K., & Ragavan, N. (2014b). Memorable Customer Experience. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 21, 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2014.04.001>
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya Yayıncılık.
- Arndt, J. (1967). Role of Product-Related Conversations in the Diffusion of a New Product. *Journal of Marketing Research*, 4(3), 291–295. <https://doi.org/10.1177/002224376700400308>
- Arslan, E., & Kendir, H. (2020). COVID-19 salgını sonrası yükselen trend kırsal turizm: Zile örneği. *Türk Turizm Araştırmaları*

- Dergisi*, 4(4), 3668-3683.
<https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.584>
- Arslan, E., Kendir, H., & Türkmen, F. (2018). Turizm İşletmeciliği Eğitimi Alan Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimi: Kazakistan-Kırgızistan-Türkiye Karşılaştırması. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4). <https://izlik.org/JA45TW53BA>
- Ashworth, G. J., Graham, B., & Tunbridge, J. E. (2007). *Pluralising Pasts: Heritage, Identity and Place in Multicultural Societies*. Pluto Press.
- Ashworth, G. J., & Tunbridge, J. E. (2000a). *The Tourist-Historic City: Retrospect and Prospect of Managing the Heritage City*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Ashworth, G. J., & Tunbridge, J. E. (2000b). *The Tourist-Historic City*. Routledge.
- Avcı Kurt, C. (2017). *Turizm Sosyolojisi*. Detay Yayıncılık.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868–897. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00030-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00030-4)
- Barkan, Ö. L. (1942). *Vakıflar ve Osmanlı İmparatorluğu'nda Sosyal Yapı*. İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Bellwood, P. (2005). *First Farmers*. Blackwell Publishing.
- Benoot, C., Hannes, K., & Bilsen, J. (2016). The use of sampling methods in qualitative research. *Qualitative Research in Psychology*, 13(4), 295–312.
- Bigne, J. E., Sanchez, M. I., & Sanchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour. *Tourism Management*, 22(6), 607–616. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00035-8](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00035-8)
- Bosworth, C. E. (1986). *The Islamic Dynasties*. Edinburgh University Press.
- Bottéro, J. (2001). *Religion in Ancient Mesopotamia*. University of Chicago Press.

- Boyce, M. (2001). *Zoroastrians: Their Religious Beliefs and Practices*. Routledge.
- Bozkurt, H. Ö., Arslan, E., & Kendir, H. (2024). Examination of historical mosques in Tokat province within the scope of cultural heritage tourism. In (Ed.Yazicioğlu, İ., Işın, A., Yayla, Ö., Oğan, Y., Yalçın, E. *Theories and Practices in Tourism, Marketing and Management*). Berlin, Germany: Peter Lang Verlag. <https://doi.org/10.3726/b22456>
- Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34–49. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.3.34.18334>
- Briant, P. (2002). *From Cyrus to Alexander: A History of the Persian Empire*. Eisenbrauns.
- Brock, S. P. (1992). *The Luminous Eye: The Spiritual World Vision of Saint Ephrem*. Cistercian Publications.
- Bryce, T. (2005). *The Kingdom of the Hittites*. Oxford University Press.
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*. Oxford University Press.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination. *Tourism Management*, 21, 97–116.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on and 10 Years After the Internet—The State of eTourism Research. *Tourism Management*, 29, 609–623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Butler, R. W. (1980). The Concept of a Tourist Area Life Cycle. *Canadian Geographer*, 24, 5–12.
- Cahen, C. (1968). *Pre-Ottoman Turkey*. Sidgwick & Jackson.
- Çarkoğlu, A., & Eder, M. (2005). Development Projects and Regional Inequality: GAP. *Middle Eastern Studies*.

- Cauvin, J. (2000). *The Birth of the Gods and the Origins of Agriculture*. Cambridge University Press.
- Cetin, G., & Bilgihan, A. (2016). Components of cultural tourists' experiences in destinations. *Current Issues in Tourism*, 19(2), 137–154. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.994595>
- Çetinsöz, B. C., & Artuğer, S. (2013). Turistlerin Destinasyon Deneyimleri ve Memnuniyet Düzeyleri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(2), 180–195.
- Çetinsöz, B. C., & Artuğer, S. (2014). Deneyim kalitesinin tekrar ziyaret ve tavsiye etme niyeti üzerindeki etkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(2), 231–244.
- Chen, C.-F., & Chen, F.-S. (2010). Experience Quality, Perceived Value, Satisfaction and Behavioral Intentions for Heritage Tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29–35. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.008>
- Chen, C.-F., & Tsai, D. (2007). How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions. *Tourism Management*, 28(4), 1115–1122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007>
- Chen ChingFu, C. C., & Tsai DungChun, T. D. (2007). *How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?*
- Chi, C. G.-Q., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty. *Tourism Management*, 29(4), 624–636. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.06.007>
- Chronis, A. (2012). Between place and story: Gettysburg as tourism imaginary. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 1797–1816. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.05.013>
- Çilingiroğlu, A. (2012). *Urartu: Doğu Anadolu'nun Demir Çağı Krallığı*. Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Clawson, M., & Knetsch, J. L. (2013). *Economics of outdoor recreation*. Rff Press.

- Cole, S.-C., & Chancellor, H. C. (2009). Examining the festival attributes that impact visitor experience, satisfaction and re-visit intention. *Journal of Vacation Marketing*, 15(4), 323–335. <https://doi.org/10.1177/1356766709335831>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient Alpha and the Internal Structure of Tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Çulha, O. (2008a). Kültürel Turizmde Deneyim ve Yorumlama İlişkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(2), 182–194.
- Çulha, O. (2008b). Kültürel Turizmde Ziyaretçi Deneyimi: Efes Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(2), 182–193.
- Cutler, S. Q., & Carmichael, B. A. (2010). The Dimensions of the Tourist Experience. In *The Tourism and Leisure Experience*. Channel View Publications.
- Demir, Ş. Ş., & Kozak, M. (2011). Turist Memnuniyeti ve Sadakati Arasındaki İlişki. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1), 47–62.
- Dietrich, O., Heun, M., Notroff, J., Schmidt, K., & Zarnkow, M. (2012a). The role of cult and feasting in the emergence of Neolithic communities: New evidence from Göbekli Tepe, south-eastern Turkey. *Antiquity*, 86(333), 674–695. <https://doi.org/10.1017/S0003598X00047840>
- Dietrich, O., Heun, M., Notroff, J., Schmidt, K., & Zarnkow, M. (2012b). The Role of Cult and Feasting in the Emergence of Neolithic Communities. *Antiquity*, 86, 674–695.
- Dunbabin, K. M. D. (1999). *Mosaics of the Greek and Roman World*. Cambridge University Press.
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15(1–2), 51–59.

- Errington, R. M. (2008). *A History of the Hellenistic World*. Blackwell Publishing.
- Eser, Z., & Özdemir, G. (2017). Deneyimsel pazarlama ve turizm sektörü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 300–315.
- Faroghi, S. (2004). *Subjects of the Sultan: Culture and Daily Life in the Ottoman Empire*. I.B. Tauris.
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. Sage Publications.
- Garrod, B., & Fyall, A. (2000). Managing Heritage Tourism. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 682–708. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00094-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00094-8)
- Gartner, W. C. (1993). Image Formation Process. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2(2–3), 191–216. https://doi.org/10.1300/J073v02n02_12
- Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). How to Sustain the Customer Experience: An Overview of Experience Components. *European Management Journal*, 25(5), 395–410. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2007.08.005>
- Gnoth, J. (1997). Tourism Motivation and Expectation Formation. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 283–304. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)80002-3](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)80002-3)
- Green, P. (1990). *Alexander to Actium: The Historical Evolution of the Hellenistic Age*. University of California Press.
- Gretzel, U., & Yoo, K. H. (2008). Use and impact of online travel reviews. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 35–46. https://doi.org/10.1007/978-3-211-77280-5_4
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics*. McGraw-Hill.
- Gursoy, D., Chi, C. G., & Dyer, P. (2010). Locals' Attitudes toward Mass and Alternative Tourism. *Tourism Management*, 31(3), 381–389. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.03.017>

- Güzel, F. Ö. (2017). Destination experience and behavioral intentions. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(3), 203–213. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.04.001>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7 (ed.)). Pearson Education.
- Ham, S. H. (2013). *Interpretation: Making a Difference on Purpose*. Fulcrum Publishing.
- Harmanşah, Ö. (2013). *Cities and the Shaping of Memory in the Ancient Near East*. Cambridge University Press.
- Harrison, R. (2013). *Heritage: Critical Approaches*. Routledge.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004a). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004b). Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms. *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52. <https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- Hodder, I. (2010). *Religion in the Emergence of Civilization*. Cambridge University Press.
- Hodder, I. (2012). *Entangled: An Archaeology of the Relationships between Humans and Things*. Wiley-Blackwell.
- Hodder, I. (2014). Çatalhöyük and the Neolithic transition. *Current Anthropology*, 55(S10), S122–S134. <https://doi.org/10.1086/675498>
- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132–140. <https://doi.org/10.1086/208906>
- Hosany, S., & Gilbert, D. (2010). Measuring Tourists' Emotional Experiences Toward Hedonic Holiday Destinations. *Journal of Travel Research*, 49(4), 513–526. <https://doi.org/10.1177/0047287509349267>

- Hosany, S., & Witham, M. (2010). Dimensions of cruisers' experiences, satisfaction and intention to recommend. *Journal of Travel Research*, 49(3), 351–364. <https://doi.org/10.1177/0047287509346859>
- ICOMOS. (1999). *International Cultural Tourism Charter*. https://www.icomos.org/charters/tourism_e.pdf
- İnalçık, H. (1994). *The Ottoman Empire: The Classical Age 1300–1600*. Phoenix Press.
- Jöreskog, K. G. (1969). A General Approach to Confirmatory Maximum Likelihood Factor Analysis. *Psychometrika*, 34(2), 183–202. <https://doi.org/10.1007/BF02289343>
- Kafesoğlu, İ. (1984). *Türk Milli Kültürü*. Ötüken Neşriyat.
- Karaca, S., & Yıldırım, O. (2019). Göbeklitepe'nin turizm potansiyeli açısından değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 3169–3184.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karul, N. (2021a). Göbeklitepe and the Taş Tepeler. *TÜBA-AR*.
- Karul, N. (2021b). Taş Tepeler ve Göbeklitepe. *TÜBA-AR*.
- Kaya, M. (2024). Kültür turizminde deneyim kalitesi ve tavsiye etme niyeti üzerine bir araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 11(2), 45–60.
- Kement, Ü., & Bükey, A. (2019a). Deneyim Kalitesi ve Tavsiye Etme Niyeti Arasındaki İlişki. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2990–3005.
- Kement, Ü., & Bükey, A. (2019b). Turist Deneyiminin Davranışsal Niyetler Üzerindeki Etkisi. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(1), 1–15.
- Kendir, H., Arslan, E., & Bozkurt, H. Ö. (2023). Examining the accommodation experience in historical buildings with content analysis: Amasya Mansions Example. *Journal of New Tourism Trends*, 4(2), 28–40. <https://doi.org/10.58768/joinntt.1402820>

- Kennedy, H. (2004). *The Prophet and the Age of the Caliphates*. Pearson Longman.
- Keyder, Ç. (1999). *Türkiye’de Devlet ve Sınıflar*. İletişim Yayınları.
- Kim, J.-H. (2014). The impact of memorable tourism experiences on behavioral intentions. *Journal of Travel Research*, 53(5), 557–570. <https://doi.org/10.1177/0047287514522874>
- Kim, J. H. (2014a). The Antecedents of Memorable Tourism Experiences: The Development of a Scale to Measure the Destination Attributes Associated with Memorable Experiences. *Tourism Management*, 44, 34–45. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.02.007>
- Kim, J. H. (2014b). The Antecedents of Memorable Tourism Experiences. *Journal of Travel Research*, 53(3), 323–335. <https://doi.org/10.1177/0047287513502389>
- Kim, J. H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences. *Journal of Business Research*, 65(12), 1721–1732. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.09.004>
- Kirillova, K., Fu, X., Lehto, X. Y., & Cai, L. A. (2014). What Makes a Destination Beautiful? Dimensions of Tourist Aesthetic Judgment. *Journal of Travel Research*, 53(3), 282–295. <https://doi.org/10.1177/0047287513496479>
- Kılıç, B. (2016). Kültürel Miras Turizminde Deneyim Tasarımı. *Turizm Akademik Dergisi*, 3(2), 89–104.
- Kline, R. B. (2015). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (4 (ed.)). Guilford Press.
- Kocabaş, F., & Elden, M. (2016). *Pazarlama İletişimi*. İletişim Yayınları.
- Kolar, T., & Zabkar, V. (2010). A consumer-based model of authenticity. *Tourism Management*, 31(5), 652–664. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.07.010>
- Kozak, M. (2012a). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. Detay Yayıncılık.
- Kozak, M. (2012b). *Turizm Pazarlaması*. Detay Yayıncılık.

- Kozak, M., & Bahar, O. (2010). *Turizm Ekonomisi*. Detay Yayıncılık.
- Kozak, M., Kozak, N., & Kozak, M. (2014). *Genel Turizm: İlkeler ve Kavramlar*. Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., & Bahçe, A. S. (2012). *Özel İlgi Turizmi*. Detay Yayıncılık.
- Kramer, S. N. (1963). *The Sumerians: Their History, Culture, and Character*. University of Chicago Press.
- Kuban, D. (2007). *Osmanlı Mimarisi*. Yapı Endüstri Merkezi Yayınları.
- Kuhrt, A. (1995). *The Ancient Near East c. 3000–330 BC*. Routledge.
- Kuhrt, A. (2007). *The Persian Empire: A Corpus of Sources from the Achaemenid Period*. Routledge.
- Kuijt, I. (2008). The Regeneration of Life. *Current Anthropology*, 49(2), 171–197.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2023). *Türkiye Turizm İstatistikleri*.
- Labadi, S. (2013). *UNESCO, Cultural Heritage, and Outstanding Universal Value*. AltaMira Press.
- Lam, T., & Hsu, C. H. C. (2006). Predicting behavioral intention of choosing a travel destination. *Tourism Management*, 27(4), 589–599. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.02.003>
- Lapidus, I. M. (2002). *A History of Islamic Societies*. Cambridge University Press.
- Larsen, M. T. (1976). *The Old Assyrian City-State and Its Colonies*. Akademisk Forlag.
- Larsen, S. (2007). Aspects of a psychology of the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 7–18.
- Lee, J., Graefe, A. R., & Burns, R. C. (2007). Examining the antecedents of destination loyalty in a forest setting. *Leisure Sciences*, 29(5), 463–481. <https://doi.org/10.1080/01490400701544634>
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. In *Archives of Psychology* (Vol. 22, Issue 140, pp. 1–55).

- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008a). Electronic Word-of-Mouth in Hospitality and Tourism Management. *Tourism Management*, 29(3), 458–468. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.011>
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008b). Electronic Word-of-Mouth in Hospitality and Tourism Management. *Tourism Management*, 29(3), 458–468. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.011>
- Liverani, M. (2014). *The Ancient Near East: History, Society and Economy*. Routledge.
- MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), 589–603. <https://doi.org/10.1086/225585>
- McIntosh, A. J. (2004). Tourists' Appreciation of Maori Culture in New Zealand. *Tourism Management*, 25(1), 1–15. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00058-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00058-7)
- McIntosh, A. J., & Prentice, R. C. (1999). Affirming Authenticity: Consuming Cultural Heritage. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 589–612. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00010-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00010-9)
- McKercher, B., & du Cros, H. (2002). *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. Haworth Press.
- Mehmetoglu, M., & Engen, M. (2011). Pine and Gilmore's concept of experience economy and its dimensions. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 12(4), 237–255. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2011.541847>
- Millar, F. (1993a). *The Roman Near East, 31 BC–AD 337*. Harvard University Press.
- Millar, F. (1993b). *The Roman Near East*. Harvard University Press.
- Mitchell, S. (1993). *Anatolia: Land, Men, and Gods in Asia Minor*. Oxford University Press.
- Morgan, M., Lugosi, P., & Ritchie, J. R. B. (2010). *The Tourism and Leisure Experience*. Channel View Publications.

- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2011a). *Destination Brands: Managing Place Reputation*. Butterworth-Heinemann.
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2011b). *Destination Brands*. Butterworth-Heinemann.
- Moscardo, G. (1996). Mindful Visitors: Heritage and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 376–397. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00068-2](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00068-2)
- Neuts, B., & Nijkamp, P. (2012). Tourist Crowd Perception and Acceptability. *Tourism Management*, 33(5), 1050–1060. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.11.005>
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory* (3 ed.). McGraw-Hill.
- Oh, H., Fiore, A. M., & Jeoung, M. (2007). Measuring Experience Economy Concepts: Tourism Applications. *Journal of Retailing*, 83(2), 119–132. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2006.12.002>
- Okumus, B., Okumus, F., & McKercher, B. (2007). Incorporating Local and International Cuisines in Tourism. *Tourism Management*.
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63, 33–44. <https://doi.org/10.1177/00222429990634s105>
- Öney, G. (1988a). *Anadolu Selçuklu Mimarisi*. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Öney, G. (1988b). *Anadolu Selçuklu ve Osmanlı Mimarisi*. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Ortaylı, İ. (2008). *Osmanlı İmparatorluğu'nda İdari ve Sosyal Yapı*. Timaş Yayınları.
- Ortaylı, İ. (2010). *Türkiye'nin Yakın Tarihi*. Timaş Yayınları.
- Otto, J. E., & Ritchie, J. R. B. (1996). The Service Experience in Tourism. *Tourism Management*, 17(3), 165–174. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(96\)00003-9](https://doi.org/10.1016/0160-7383(96)00003-9)
- Ousterhout, R. (2008). *Master Builders of Byzantium*. University of Pennsylvania Museum.

- Özdemir, G. (2014a). Deneyimsel pazarlama yaklaşımı ve turizm sektörü. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 13, 1–24.
- Özdemir, G. (2014b). *Kültürel Miras Yönetimi ve Turizm*. Detay Yayıncılık.
- Özdoğan, M. (2011a). *Archaeological Evidence on the Westward Expansion of Farming Communities*. British Archaeological Reports.
- Özdoğan, M. (2011b). *Neolitik Dönem Anadolu*. Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Özgüç, N. (2019). *Turizm Coğrafyası: Özellikler ve Bölgeler*. Çantay Kitabevi.
- Öztürk, Y., & Ceylan, S. (2018). Kültürel Miras Alanlarında Ziyaretçi Deneyimi ve Memnuniyet İlişkisi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(40), 455–472.
- Packer, J., & Ballantyne, R. (2016). Conceptualizing the Visitor Experience. *Visitor Studies*, 19(2), 128–143. <https://doi.org/10.1080/10645578.2016.1144023>
- Pamuk, Ş. (2000). *A Monetary History of the Ottoman Empire*. Cambridge University Press.
- Pamuk, Ş. (2014). *Türkiye'nin 200 Yıllık İktisadi Tarihi*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pedersen, A. (2002). *Managing tourism at world heritage sites: practical manual for world heritage site managers*. UNESCO World Heritage Centre.
- Petrack, J. F. (2004). The roles of quality, value, and satisfaction in predicting cruise passengers' behavioral intentions. *Journal of Travel Research*, 42(4), 397–407. <https://doi.org/10.1177/0047287504263037>

- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97–105.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999a). *The Experience Economy: Work Is Theatre and Every Business a Stage*. Harvard Business School Press.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy*. Harvard Business Press.
- Pine, J., & Gilmore, J. (1999). The experience economy, harvard business school Press. *Boston, MA*.
- Poria, Y., Butler, R., & Airey, D. (2003). The Core of Heritage Tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 238–254. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00064-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00064-6)
- Poria, Y., Butler, R., & Airey, D. (2004). Links between tourists, heritage, and reasons for visiting heritage sites. *Journal of Travel Research*, 43(1), 19–28.
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-Creation Experiences: The Next Practice in Value Creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), 5–14. <https://doi.org/10.1002/dir.20015>
- Prayag, G., Hosany, S., & Odeh, K. (2013). The Role of Tourists' Emotional Experiences and Satisfaction in Understanding Behavioral Intentions. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(2), 118–127. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.05.001>
- Prayag, G., & Ryan, C. (2012). Antecedents of Tourists' Loyalty to Mauritius: The Role and Influence of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement, and Satisfaction. *Journal of Travel Research*, 51(3), 342–356. <https://doi.org/10.1177/0047287511410321>
- Prebensen, N. K., Chen, J. S., & Uysal, M. (2014). Creating Experience Value in Tourism. *Journal of Travel Research*, 53(1), 69–84. <https://doi.org/10.1177/0047287513481270>
- Prebensen, N. K., Vittersø, J., & Dahl, T. I. (2013). Value co-creation significance of tourist resources. *Annals of Tourism Research*, 42, 240–261.

- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a Structural Model of the Tourist Experience. *Tourism Management*, 25(3), 297–305. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00130-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00130-4)
- Richards, G. (2011a). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253.
- Richards, G. (2011b). *Cultural Tourism*. Routledge.
- Richards, G. (2011c). Cultural Tourism Trends in Europe: A Context for the Development of Cultural Routes. *Cultural Trends*, 20(1), 1–15. <https://doi.org/10.1080/09548963.2011.540387>
- Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing Creativity in Tourist Experiences: A Solution to the Serial Reproduction of Culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209–1223. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002>
- Rinschede, G. (1992). Forms of Religious Tourism. *Annals of Tourism Research*, 19, 51–67.
- Roth, M. T. (1997). *Law Collections from Mesopotamia and Asia Minor*. Scholars Press.
- Ryan, C. (2002). *The Tourist Experience*. Continuum.
- Salvini, M. (2006). *Urartu Tarihi ve Kültürü*. Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Sartre, M. (2005). *The Middle East Under Rome*. Harvard University Press.
- Schmidt, K. (2006). *Sie bauten die ersten Tempel: Das rätselhafte Heiligtum der Steinzeitjäger*. C.H. Beck.
- Schmidt, K. (2010). Göbekli Tepe – The Stone Age Sanctuaries. *Documenta Praehistorica*, 37, 239–256.
- Schmitt, B. (1999). Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1–3), 53–67. <https://doi.org/10.1080/0267257X.1999.9729972>
- Seçilmiş, C. (2017a). Turist Deneyimi ve Davranışsal Niyet İlişkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28(2), 203–215.

- Seçilmiş, C. (2017b). Turistik Deneyim ve Tavsiye Niyeti Arasındaki İlişki. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(4), 56–74.
- Segal, J. (2005). *Edessa: The Blessed City*. Gorgias Press.
- Segal, J. B. (1970). *Edessa: The Blessed City*. Oxford University Press.
- Sivashlıgil, M. K., Kendir, H., & Arslan, E. (2024). Tokat İlinde Kültürel Miras Turizmi. PA Paradigma Akademi.
- Smith, L. (2006). *Uses of Heritage*. Routledge.
- Smith, M. K. (2015). *Issues in cultural tourism studies*. Routledge.
- Su, M., & Wall, G. (2011). Visitor management at World Heritage Sites. *Tourism Management*, 32(2), 247–258. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.01.003>
- Tanman, B. (2010). *Osmanlı Mimarlık Kültürü*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Tekeli, İ. (2011). *Türkiye’de Kent Planlamasının Tarihsel Gelişimi*. Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Timothy, D. J. (2011). *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*. Channel View Publications.
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). *Heritage Tourism*. Pearson Education.
- Timothy, D. J., & Olsen, D. H. (2006). *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. Routledge.
- Tung, V. W. S., & Ritchie, J. R. B. (2011). Exploring the Essence of Memorable Tourism Experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1367–1386. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.03.009>
- Turan, O. (2014). *Selçuklular Tarihi ve Türk-İslam Medeniyeti*. Ötüken Neşriyat.
- UNESCO. (1972). *Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage*. <https://whc.unesco.org/en/conventiontext/>
- UNESCO. (2018a). *Göbekli Tepe*. UNESCO World Heritage Centre. <https://whc.unesco.org/en/list/1572/>

- UNESCO. (2018b). *Göbekli Tepe World Heritage Inscription*.
- UNESCO. (2018c). *Göbekli Tepe World Heritage Nomination File*.
- UNESCO. (2019). *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*.
- Ural, A., & Öztürk, Y. (2018). Kültürel Miras Alanlarında Ziyaretçi Deneyiminin Değerlendirilmesi. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 7(2), 45–62.
- Uriely, N. (2005). The Tourist Experience. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 199–216. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.07.008>
- Urry, J., & Larsen, J. (2011). *The Tourist Gaze 3.0*. Sage Publications.
- Van De Mieroop, M. (2007). *A History of the Ancient Near East*. Blackwell Publishing.
- Walls, A. R., Okumus, F., Wang, Y., & Kwun, D. J. (2011). An Epistemological View of Consumer Experiences. *International Journal of Hospitality Management*, 30(1), 10–21. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.03.008>
- Wang, N. (1999). Rethinking Authenticity in Tourism Experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349–370. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00103-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0)
- Wu, H.-C., & Ai, C.-H. (2016). A Study of Experiential Quality, Experiential Value, and Behavioral Intentions for Cruise Tourists. *Tourism Management*, 55, 293–308. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.02.004>
- Wu, H.-C., & Li, T. (2017). A Study of Experiential Quality, Perceived Value, Heritage Image, Experiential Satisfaction, and Behavioral Intentions for Heritage Tourists. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41(8), 904–944. <https://doi.org/10.1177/1096348014525638>
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of Social Media in Online Travel Information Search. *Tourism Management*, 31(2), 179–188. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.016>

- Yamane, T. (2001). *Statistics: An Introductory Analysis*. Harper & Row.
- Yayla, Ö., Bozkurt, H. Ö., Arslan, E., & Kendir, H. (2021). The moderator role of environmental interpretations in the relationship between planned behavior level and environmental awareness perception of hotel employees. *Journal of Tourism and Services*, 12(23), 150-168. <https://doi.org/10.29036/jots.v12i23.287>
- Yinanç, M. H. (1944a). *Türkiye Tarihi: Selçuklular Devri*. Türk Tarih Kurumu.
- Yinanç, M. H. (1944b). *Türkiye Tarihi*. Türk Tarih Kurumu.
- Yılmaz, Y., & Bititci, U. S. (2006). Hizmet sektöründe müşteri deneyimi yönetimi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9), 45-60.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty. *Tourism Management*, 26(1), 45-56. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016>
- Younger, K. L. (2016). *A Political History of the Arameans*. SBL Press.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22. <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.
- Zimansky, P. (1985). *Ecology and Empire: The Structure of the Urartian State*. University of Chicago Press.
- Zürcher, E. J. (2004). *Turkey: A Modern History*. I.B. Tauris.