

Kamu Çalışanlarının Turizm Değerlerine Yönelik Farkındalıklarının İncelenmesi: Şırnak Örneği*

Çağdaş Ertaş¹

Öz: Bu araştırmanın temel amacı, Şırnak'ta yaşayan kamu çalışanlarının Şırnak'ın sahip olduğu turizm değerlerine dönük farkındalığını inceleyerek, insanların yaşadıkları şehirlerdeki değerlerin bilincinde olup olmadığı hakkında bir durum tespiti yapmaktır. Araştırmada nitel yöntemden yararlanılmıştır. Bu sebeple, veri toplama tekniği olarak yapılandırılmış görüşme kullanılmıştır. Görüşme formunda birbiriyle ilişkili 4 soru bulunmaktadır. Veriler 15.12.2017-15.01.2018 tarihleri arasında, yüzyüze görüşmelerle toplanmıştır. Araştırmaya toplamda 57 kişi katılmıştır. Veriler, içerik analizine tabi tutulmuştur. Yapılan analiz sonucunda, katılımcıların Şırnak'ın doğal, kültürel, tarihi ve dini değerleriyle ilgili bir farkındalığa sahip olduğu tespit edilmiştir. Ancak katılımcıların farkındalıklarının yetersiz olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm Farkındalığı, Turizm Değerleri, Nitel Yöntem, Şırnak.

An Analysis towards Public Employees' Awareness of Tourism Values: Case of Şırnak

Abstract: The main purpose of this research is to examine the awareness of the public employees living in Şırnak towards the tourism values that Şırnak has and to determine whether people are aware of the values in the cities they live in. We used qualitative method in the research. Therefore, in the study, we used structured interview as data collection technique. The interview form consisted of 4 interrelated questions. A total of 57 people participated in the research. We collected the data between 15.12.2017-15.01.2018 and through face-to-face interviews and subjected the collected data to content analysis. Consequently, we determined that the participants have an awareness of Şırnak's natural, cultural, historical and religious values, though inadequate.

Keywords: Tourism Awareness, Tourism Values, Qualitative Method, Şırnak.

* Bu çalışmadaki verilerin bir kısmı, Dr. Çağdaş ERTAŞ'ın Şırnak Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri kapsamında yürüttüğü "Şehri Nuh'un Marka Kimliğinin Tespiti" başlıklı projesinden alınmıştır.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Şırnak Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği, ertascagdas@hotmail.com

Giriş

Günümüzde ulaşım ağındaki gelişmeler ve dünyanın büyük bir köy haline gelmesi, insanları farklı kültürleri ve şehirleri görmeye ve buralar hakkında bilgi edinmeye yönlendirmektedir (Nuryanti, 1996: 255). Öte yandan insanların yaşam standartlarının iyileşmesi sonucu şehir ve iş hayatının yaratmış olduğu stresten kaçması da, bu yönlendirmede etkili olan önemli faktörler arasındadır (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 10). Bu gelişmeler, turizm sektörünü de etkilemekte ve insanların turizme dönük istek ve ihtiyaçlarını değiştirmektedir. Söz konusu bu değişim ise, turizm destinasyonlarının farklı ürünler sunmalarını gerektirmiştir.

Her ne kadar geleneksel turizm (deniz-kum-güneş) halen önemini korusa da, son yıllarda turizm talebindeki değişimler dikkat çekici bir boyut kazanmaktadır (Emekli, 2005: 101). Nitekim insanların geleneksel turizmden yavaş yavaş uzaklaşmaya başlayıp başka turizm türlerini tercih etmesi, bu değişimin önemli göstergelerinden biridir (Çelik, Coşkun ve Öztürk, 2013: 23). Öyle ki insanlar artık farklı turizm değerlerini tecrübe edebilecekleri turizm faaliyetlerine katılmaya başlamışlardır (Kızılırmak ve Kurtuldu, 2005:103; Kiper, 2006: 1; Zeyrek, 2008: 453). Bu nedenle, birçok şehir gibi Şırnak da mevcut turizm potansiyelini değerlendirme girişimlerinde bulunmaya başlamıştır.

Şehirlerin turizm potansiyelini değerlendirmesi kadar, bireylerdeki turizm farkındalığı da o denli önemlidir. Zira turizm değerlerinin korunması ve gelecek nesillere aktarılması için, bireylerin turizm değerlerine dönük farkındalığa sahip olması gerekmektedir. Bireyler, bu değerlerin farkında olmadığında, o değerleri korumak için herhangi bir çaba da göstermeyecektir. Dolayısıyla bir şehrin turizm değerlerinin yaşatılması, gelecek nesillere aktarılması ve tanıtılması için, halkın mevcut değerlerin farkında olması önem arz etmektedir.

Peki Şırnak'ın mevcut turizm değerlerine rağmen, Şırnak'ta yaşayanlar, bu değerlerin farkında mıdır? Bu bağlamda, bu çalışmanın temel amacı, Şırnak özelinde, halkın yaşadıkları şehirdeki turizm değerlerinin farkında olup olmadığıdır. Böylece durum tespiti yapılacak ve bu konuda gerekli önlemlerin alınmasına zemin hazırlanacaktır. Ayrıca özellikle turizm yazını incelendiğinde, bu konunun göz ardı edildiği dikkati çekmektedir. Dolayısıyla, bu araştırmanın turizm yazınına da katkı sunması beklenmektedir. Bu katkılardan ötürü, bu çalışmanın önemli olduğu düşünülmektedir.

1. Kuramsal Çerçeve

Turizm sektörünün birçok şehir için önem kazanması, turizm değerlerinin korunmasına verilmesi gereken önemi artırmıştır. Turizm varlıklarının korunması, 1980'li yıllarda önem kazanmış ve gündem oluşturmuştur (Uslu ve Kiper, 2006: 306). Akabinde doğal kaynakların ve yerel kültürün gelecek nesillere miras bırakılacak biçimde korunması yaklaşımı giderek önem kazanmıştır (Akpınar, 2004: 208; Dinçer, 1996: 342). Nitekim kültürel değerlerin korunması, büyük önem arz etmektedir (Zeyrek, 2008: 453). Bunun için ise, değerlerin bulunduğu şehirdeki

insanların bu değerlere ilişkin farkındalığı önem kazanmaktadır. Zira değerlerin korunması için, öncelikle bu değerlerin farkında olunması gerekmektedir.

Farkındalık, Erden'e (1999: 212) göre, "nesne veya olgudan gelen uyarıcıya karşı kişinin davranış geliştirmesi"dir. Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar (2017: 139) ise farkındalığı, "kişilerin kendi tutum ve davranışlarının ne ölçüde farkında olduklarını belirtmek için kullanılan bir terim" olarak tanımlamaktadır. Öyle ki, birey bir nesne ya da olgunun farkında olmadığında, ona karşı davranış da geliştiremeyecektir. Kişi önce nesnenin/olgunun farkına varır, sonra uyarıcıya açık olabilir. Kişinin söz konusu nesneye ilişkin farkındalık düzeyinin yüksek olması, ona dönük davranışlarının da olumlu yönde gelişmesini sağlamaktadır (Keçe, 2015: 134). Başka bir şekilde ifade etmek gerekirse, bireyin farkındalık düzeyi, tutumunu göstermektedir ve tutumlar da davranışları şekillendiren temel etkenlerdir (Erden ve Akman, 2018).

Yapılan araştırmalar da, yüksek farkındalığın tutum-davranış ilişkisini güçlendirdiğini göstermektedir (Çetin ve Gürgil, 2014: 258). Sosyal psikoloji yazınına göre, bu durumun iki temel sebebi bulunmaktadır. İlk sebep, farkındalığın tutumlara ulaşmayı kolaylaştırması olarak belirtilmektedir. Daha açık bir şekilde ifade etmek gerekirse, farkındalık yüksek olduğunda, kişi herhangi bir konuya dönük tutumunun ne olduğunu daha iyi bilir ve tutumlar kişinin belleğine daha kolay bir şekilde yerleşir. Böylece tutumların davranışları yönlendirmesi kolaylaşır (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2017: 139). Farkındalığın tutum davranış ilişkisini etkilemesinin bir diğer sebebi ise, "kişinin, davranışta bulunmasını gerektiren bir durumda, o durumla ilgili tutuma odaklanması" olarak gösterilmektedir. Böylece kişi, söz konusu tutumunun davranışına rehberlik etmesine izin vermektedir (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2017: 139).

Son olarak, Froming, Walker ve Lopyan'ın (1982: 476-487) yapmış olduğu deney, farkındalığın tutum-davranış açısından önemi üzerine güzel bir örnektir. Söz konusu deneyde, öncelikle üniversitede okuyan bir grup öğrenciye "öğrencilerin fiziksel cezalandırılması"na dönük tutumları sorulmaktadır. Daha sonra, bu grup içerisinde "fiziksel cezalandırılmaya dönük tutumu olumsuz olan, ancak insanların önemli bir kısmının söz konusu cezalandırmaya dönük olumlu tutuma sahip olduğunu düşünen" öğrenciler seçilmektedir. Aradan geçen birkaç haftadan sonra, bu öğrencilerden bir öğrenciye ceza olarak elektrik şoku vermeleri istenmektedir. Öğrencilerin bir kısmı şok verirken karşılarında duran aynaya bakmaktadır. Diğer öğrencilerin bir kısmı, karşılarında duran izleyicilerin önünde; geri kalanlar ise karşılarında bir ayna ya da izleyici grubu olmadan şok vermektedirler. Bu deneyin sonucunda, aynaya bakan öğrenci grubunun farkındalıkları arttığı için, fiziksel cezalandırmaya dönük tutumlarına kıyasla, daha uygun hareket ettikleri tespit edilmektedir. Öte yandan, izleyiciler önünde şok verenlerin, fiziksel cezalandırmaya dönük tutumlarıyla karşılaştırıldığında, düşüncelerinde herhangi bir değişiklik olmadığı görülmektedir. Burada vurgulanmak istenen temel husus, bireyin farkındalığının tutum-davranış ilişkisi üzerindeki etkisidir. Örnek olarak verilen

deneyde de görüldüğü üzere, birey kendi düşüncesinin farkında olduğunda, yani kendi fikrine odaklandığında, tutumlar davranışları daha ciddi şekilde etkilerken; birey kendi düşüncesinden ziyade başkasının düşüncesine dikkat ettiğinde, onların beklentilerine uygun bir şekilde hareket edebilmektedir (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2017: 140).

2. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu araştırmanın temel amacı, Şırnak'ın barındırdığı turizm değerlerinin, şehirde yaşayanlar tarafından bilinip bilinmediğini ortaya koymak ve böylece insanların yaşadıkları şehirdeki değerlerin bilincinde olup olmadığına ilişkin durum tespiti yapmaktır. Dolayısıyla araştırma bu yönüyle durum çalışması olarak ifade edilebilir. Nitekim durum çalışmaları, belirli bir duruma ilişkin sonuçları ortaya koymak amacıyla yapılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 83).

Araştırmanın çalışma grubunu, Şırnak'ta yaşayan, Şırnaklı olmayan, lisans düzeyindeki bir yükseköğretim bölümünden mezun olmuş kamu çalışanları oluşturmaktadır. Kamu çalışanlarının seçilmesinin temel sebebi, bu kişilerin lisans mezunu olmasından dolayı, gezme bilinçlerinin daha yüksek olabileceği varsayımdır. Şırnaklı olmayan kişilerin seçilme sebebi ise, Şırnak'ın turizm alanında dışarıdan nasıl bilindiğine dönük bir bilgi edinmektir. Ayrıca bu kişilerin tanıdıklarına Şırnak'ın turizm değerlerinden bahsetmesi, şehre ilişkin dışarıdan bir merak da uyandırabilecektir.

Araştırmada yöntem olarak nitel verilerden yararlanılmıştır ve veri toplama tekniği olarak yapılandırılmış görüşme kullanılmıştır. Araştırmada nitel araştırma geleneği içinde gelişen amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme kullanılmıştır. Ölçüt örneklemede, araştırmacı önceden belirlediği ölçütler kapsamında örnekleme dâhil edilecek kişilere ulaşır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 140). Yapılandırılmış görüşme formunda birbiriyle ilişkili 4 soru bulunmaktadır. İlk olarak katılımcılara Şırnak'ın turizm alanında herhangi bir değere sahip olup olmadığı sorulmuştur. Bu soruyu “evet” şeklinde yanıtlayanlara “Şırnak'ın turizm alanında hangi değerlere sahip olduğu” sorulmuştur. Bir sonraki soru “Bahsedilen değerlerden hangisinin ya da hangilerinin, Şırnak'ı gelecekte bir turizm destinasyonu yapabileceği” ile ilgilidir. Son olarak bütün katılımcılara, “Şırnak'ı turizm alanında diğer şehirlerden farklı kılabilecek özellik ya da özelliklerinin ne/neler olduğu” sorulmuştur.

Araştırma verileri, 15.12.2017-15.01.2018 tarihleri arasında, yüzyüze görüşmelerle toplanmıştır. Araştırmaya Şırnak merkezden 27, Cizre ilçesinden 15, Silopi ilçesinden 10 ve İdil ilçesinden 5 olmak üzere, toplam 57 kişi katılmıştır.

Katılımcılarla yapılan görüşmeler katılımcıların işyerlerinde gerçekleştirilmiş ve her bir görüşme ortalama 15 dakika sürmüştür. İlk başta görüşmelerin ses kayıt cihazıyla kayıt altına alınması planlanmıştır. Ancak bu uygulamayı sadece 14 katılımcı kabul etmiş, diğer katılımcılar ise kabul etmemiştir. Dolayısıyla kabul etmeyen katılımcıların verdikleri yanıtlar, araştırmacı tarafından yazılı olarak kayıt

altına alınmıştır. Yapılan görüşmelerde, katılımcılar hiçbir şekilde yönlendirilmemiş, verdikleri yanıtlar olduğu gibi kayıt altına alınmıştır. Sorulan soruların geliştirilmesinde, Yavuz'un (2007) çalışmasından yararlanılmıştır. Söz konusu çalışmada Yavuz (2007) kent (marka) kimliği konusunu Adana üzerinden çalışarak, katılımcılara “Adana'nın günümüzde hangi değerleri ile ön plana çıktığı”, “Adana'nın gelecekte nasıl bir kent olacağı/olması gerektiği”, “Adana'yı farklı kılan ve farklı kılacak özelliklerinin neler olabileceği”ne dönük sorular sorulmuştur. Özellikle Yavuz'un (2007) bu sorularından esinlenilerek, bu sorular turizm açısından değerlendirilmiş ve turizme uyarlanarak bu araştırmanın katılımcılarına yönlendirilmiştir.

Araştırmada toplanan verilerin analizinde içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizinde sırasıyla dört aşama uygulanmaktadır: Verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi ve bulguların tanımlanması ve yorumlanması (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 260). Dolayısıyla ilk olarak veriler kodlanmıştır. Bu aşamada kodlama, verilerden çıkarılan kavramlara göre yapılmıştır. Bunun için yanıtlar satır satır okunmuş ve Şırnak'ın turizm değerlerine atıfta bulunan kavramlar saptanmaya çalışılmıştır. Bütün yanıtlar okunduktan sonra, kodlar oluşturulmuştur. Kodlar oluşturulduktan sonra, temalar belirlenmiştir. Bu amaçla, kodlar bir araya getirilerek, kodlar arasındaki ortak yönler bulunmaya çalışılmıştır. Ortak yönleri olan kodlar, aynı tema altında toplanmıştır. Böylece gerek temaların bulunması aşaması, gerekse verilerin kodlara ve temalara göre düzenlenerek tanımlanması aşaması tamamlanmıştır. İçerik analizinin son aşamasını oluşturan bulguların tanımlanması aşaması ise, sonraki bulgular başlığı altında verilmektedir. Veri analiz süreci, tamamen bu araştırmanın yazarı tarafından yürütülmüştür.

3. Araştırma Sahası

Bulgular kısmına geçmeden önce, araştırma sahası hakkında bazı bilgiler vermek faydalı olacaktır. Şırnak çok eski bir geçmişe sahiptir. Öyle ki Evliya Çelebi'nin 17. yy.da kaleme aldığı “Seyahatname” kitabındaki bilgilere göre, Şırnak'ın geçmişi Nuh Tufanı öncesine kadar dayanmaktadır. Şehir, “Nuh'un Gemisi”ne ait izlerin bulunduğu öne sürülen Cudi Dağı'nın kuzeyinde Şehr-i Nuh adıyla kurulmuştur. İlk olarak Şerneh, daha sonra ise Şırnak adını almıştır (Türkiye Cumhuriyeti Şırnak Valiliği, 2018).

Şırnak, turizm destinasyonu olabilecek önemli bir potansiyele sahiptir. Şehrin sahip olduğu turizm değerlerine bakıldığında, birçok önemli turizm çekim unsurunu barındırdığı görülmektedir. Örneğin Dicle Nehri, Cudi Dağı, Cehennem Deresi, Kasrik Boğazı, Feraşın Yaylası gibi unsurlar, Şırnak'ın önemli doğal değerleri arasındadır. Öte yandan Kırmızı Medrese, Abdaliye Medresesi, Hamidiye Alayları, Cizre Kalesi, Finik Kalesi, Kasrik Köprüsü, Yafes Köprüsü Şırnak'ta bulunan önemli tarihi değerlerden bazılarıdır. Bunun yanında Hz. Nuh Türbesi ve Camii, Tarihi Cizre Mezarlığı, Ahmed El-Cezeri, İsmail Ebul El-Cezeri ve Mem u Zin Türbesi şehrin önemli tarihi değerleridir. Ayrıca Şırnak'ın ilçesi olan İdil, inanç turizmi açısından

önemli sayılabilecek değerlere sahiptir. Yüzyıllar boyunca İdil’de genellikle Yezidi ve Süryani inancına sahip insanların yaşaması sonucu, geçmişten günümüze 17 tarihi kilise kalmıştır. Bu özelliği ile İdil, Hıristiyanlar için önemli bir çekim merkezi konumundadır. Şırnak gerek yemek kültürü, gerekse giyim ve el sanatları ile kültürel anlamda da özgün değerlere sahiptir. Şırnak’ın giyim kuşamı kendisine has özellikler taşımaktadır. Özellikle erkeklerin giydiği şal-şepik, şelema ve yelek, kadınların giydiği fistan giysileri yüzyıllardan beri süregelmektedir. El sanatlarında ise özellikle kilim dokumacılığı çok önemli bir ivme yakalamıştır. Şırnak kilimleri, hem Türkiye’den hem de yurtdışından talep görmektedir. Yine yöreye özgü halk oyunları, ilin kültürüne renk katmaktadır. Halkın oynadığı Guhşegi adlı oyun, Amerikan beysbolunun atası olarak bilinmektedir (Çelik, Coşkun ve Öztürk, 2013: 27-28). Şırnak ilinin somut kültürel miraslarının yanında soyut kültürel mirasları da kültürel değerler içerisinde önemli bir yer tutmaktadır (Yaşın, 2007). Ayrıca, şehir halkının misafirperverliği, turizmin en önemli faktörlerinden biri olan konukseverlik için önemli bir altyapı kaynağıdır (Çelik, Coşkun ve Öztürk, 2013: 23).

Şırnak’ın nüfusu 2017 yılı verisine göre, 503.236 kişidir (TUİK, 2018). Şırnak’ın turizm istatistiklerine bakıldığında, 2016 yılı sonunda yaklaşık 87 bin konaklama gerçekleştirilmiştir. Yıllık doluluk oranının ise %27 olduğu gözükmektedir. Otel işletmeleri de, bu verileri doğrulamıştır (Çelik ve Aydın, 2017: 88). Öte yandan Şırnak’ta toplamda 17 adet A grubu seyahat acentesi (TURSAB, 2018), sadece 3 adet turizm işletme belgeli konaklama işletmesi faaliyet göstermektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2018). Şırnak, Hz. Nuh’un şehri olarak birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Öte yandan Cudi Dağı, Nuh Tufanı’ndan sonra Nuh Peygamber’in gemisinin karaya oturduğu yerlerden biri olarak rivayet edilmektedir (Soydan ve Şarman, 2013: 596). Bu sebeplerle Şırnak, hem tarihi açıdan önemli bir yere sahiptir, hem de turizm açısından ciddi bir potansiyel barındırmaktadır.

4. Bulgular

Araştırma katılımcılarının %44’ü öğretmen, %34’ü doktor, %13’ü hemşir/hemşire, %9’u ise bir kamu kurumunda memur olarak çalıştığını belirtmiştir. Öte yandan, katılımcıların %49’u kadın, %51’i erkektir. Katılımcılar medeni durum ve yaş açısından değerlendirildiğinde, %57’si bekar, %43’ü evli; %79’u 25-35 yaş aralığında, %21’i ise 36-42 yaş aralığındadır.

Katılımcılara yöneltilen “Sizce, Şırnak turizm alanında herhangi bir değere sahip midir?” şeklindeki ilk soruda, 7 katılımcı Şırnak’ın herhangi bir turizm değerine sahip olmadığını, 3 katılımcı pek fazla bir değeri olmadığını, 47 katılımcı ise turizm alanında önemli değerlere sahip olduğunu belirtmiştir. Daha sonra, bu soruya olumlu yanıt verenlere yöneltilen “Şırnak’ın turizm alanında hangi değerlere sahip olduğu?” sorusuna verilmiş yanıtlar, Tablo 1’de verilmektedir.

Tablo 1.Şırnak'ın Turizm Alanında Sahip Olduğu Değerler

Kategori	Turizm Değerleri	f	% (yaklaşık)
Doğal Değerler	Doğa/Doğal güzellikler/Coğrafya	20	45,00
	Dağlar	6	
	Cudi Dağı	5	
	Kasrik Çayı	5	
	Akarsular/Nehirler	4	
	Yaylalar	2	
	Dicle Nehri	2	
	Hava	2	
	Kaplıcalar	1	
	Bazebde Ören Yeri	1	
Tarihi Değerler	Tarih/Tarihi yapılar	13	21,00
	Kırmızı Medrese	6	
	Finik Kalesi	2	
	Cizre Ulu Cami	1	
Kültürel Değerler	Misafirperverlik	12	18,00
	Kültür	2	
	Yerel müzikler	2	
	Yerel oyunlar	1	
	Yemekler	1	
	Çok kültürlülük	1	
Dini Değerler	Hz. Nuh'un gemisi	6	16,00
	Hz. Nuh'un türbesi	5	
	Dini yapılar/Medreseler	2	
	Mem uZin Türbesi	2	
	Hz. Nuh	1	
	Çok dinlilik	1	
Toplam		106	100,00

Tablo 1 incelendiğinde, katılımcıların Şırnak'ın doğal, tarihi, kültürel ve dini değerleriyle ilgili bir farkındalığa sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu kategorilerde en çok doğayla ilgili değerlerden bahsedildiği görülmektedir. Ancak doğal değerler arasında belirli bir yerden bahsedilmek yerine, “doğa/doğal güzellikler/coğrafya” ile ilgili farkındalığın daha çok olduğu dikkati çekmektedir. Tablo 1'e göre, katılımcıların farkındalık sahibi olduğu bir diğer değer, tarihi değerler kategorisine girmektedir. Bu kategoride de, belirli bir yerden bahsedilmek yerine, “tarih/tarihi yapılar” gibi genel bir kavramın en yüksek farkındalık oranına sahip olması, dikkat çekici bir bulgudur. Yine Tablo 1 değerlendirildiğinde, katılımcıların farkındalık konusunda en çok belirttiği bir diğer değer, kültürel değerlerdir. Bu kategoride misafirperverliğin en yüksek orana sahip çıkması, turizm açısından önemli bir bulgudur. Katılımcıların son farkındalık sahibi olduğu değer ise, dini değerlerdir.

Aşağıda verilen Tablo 2, katılımcıların “bahsedilen değerlerden hangisinin ya da hangilerinin Şırnak'ı gelecekte bir turizm destinasyonu yapabileceğine” dönük

yanıtlarını göstermektedir. Bu soruya, bazı katılımcılar yanıt vermiş olsa da, Şırnak'ın gelecekte bir turizm destinasyonu olmasının zor olduğunu ifade etmiştir.

Tablo 2.Şırnak'ı Gelecekte Bir Turizm Destinasyonu Yapabilecek Değerleri

Kategori	Turizm Değerleri	F	%(yaklaşık)
Doğal Değerler	Doğa/Doğal güzellikler/Coğrafya	12	35,00
	Dağlar	7	
	Cudi Dağı	4	
	Dicle Nehri	3	
	Yaylalar	2	
	Nehirler	2	
	Kasrik Çayı	1	
	Kaplıcalar	1	
Tarihi Değerler	Tarih/Tarihi yapılar-kalıntılar	19	26,00
	İnsanlığın ilk yaşam yeri olması	2	
	Kırmızı Medrese	2	
	Cizre Ulu Cami	1	
Kültürel Değerler	Misafirperverlik	12	24,00
	Kültür/ Kültürel değerler	6	
	Yemekler	2	
	İnsani değerler	1	
	Geleneksel kıyafetler	1	
Dini Değerler	Dini yapılar	5	15,00
	Hz. Nuh'un gemisi	5	
	Hz. Nuh'un Türbesi	3	
	Hz. Nuh'un şehri olması	1	
Toplam		92	100,00

Tablo 2 incelendiğinde, ilk soruyla karşılaştırıldığında, katılımcıların farkındalık sahibi olduğu değerlerin sıralamasının değişmediği görülmektedir. Daha başka bir şekilde ifade etmek gerekirse, ilk iki soruya verilen yanıtlar birlikte değerlendirildiğinde, en çok katılım gösterilen değerlerde bir değişiklik olmadığı anlaşılmaktadır. Ancak dikkat edilmesi gereken husus, ilk iki soruda da, belli bir yerden bahsedilmek yerine, genel kavramlara atıf yapılmış olmasıdır.

Katılımcılara son olarak yöneltilen “Şırnak'ı turizmde diğer şehirlerden farklı kılan özellikleri” sorusunda 5 katılımcı, “Anadolu'daki neredeyse her şehirde benzer özelliklerin mevcut olabileceği” gibi sebeplerden dolayı, “Şırnak'ın bu anlamda bir farklılığının olmadığını” belirtmiştir. Diğer yanıtlar ise, Tablo 3'te özetlenmiştir.

Tablo 3.Şırnak'ı Turizmde Farklı Kılan Değerleri

Kategori	Özellik	F	%(yaklaşık)
Doğal Değerler	Doğa/Doğal güzellikler/Coğrafya	16	59,00
	Dağlar	12	
	Kasrik Çayı	3	
	Cudi Dağı	3	
	Nehirler	2	
	Yaylalar	2	
	Hava	2	
	Gün batımı	1	
Kültürel Değerler	Misafirperverlik	8	21,00
	Kültür	3	
	Çok kültürlülük	3	
	Yemekler	1	
Tarihi Değerler	Tarih/ Tarihi yapılar-kalıntılar	9	13,00
Dini Değerler	Hz. Nuh	2	7,00
	Mem u Zin Türbesi	1	
	Hz. Nuh'un Gemisi	1	
	Hz. Nuh'un şehri olması	1	
Toplam		70	100,00

Tablo 3 incelendiğinde, ilk sırada yüksek bir katılımı doğal değerlerin bulunduğu anlaşılmaktadır. Bu kategoride doğa/doğal güzellikler/coğrafyanın bir önceki soruya göre daha çok belirtildiği, ilk 2 soruya verilen yanıtlarda daha düşük oran alan “dağların”, burada önemli bir destek gördüğü anlaşılmaktadır. Öte yandan ilk 2 soruda ikinci sırada bulunan tarihi değerler ile ilgili farkındalığın, son soruda üçüncü sıraya gerilediği görülmektedir. Bu kategoride yer alan tarih/tarihi yapılar ile ilgili değerlerin de, ilk iki soruya kıyasla, bu soruda daha düşük bir katılım gördüğü dikkati çekmektedir. Tablo 2'ye göre, Şırnak'ı turizmde diğer şehirlerden farklı kılacak değerlerde, kültürel değerler ilk iki soruya kıyasla, bu soruda daha yüksek katılım almıştır. Bu kategoride yer alan ve turizm için önemli bir unsur olan misafirperverliğin, oransal olarak ciddi bir düşüş olmasa da, geriye düştüğü dikkati çekmektedir. Ayrıca bu soruda da, son sırayı dini değerlerin aldığı görülmektedir. Bu soru önceki sorularla birlikte değerlendirilerek, katılımcıların verdikleri yanıtlardan örnekler vermek, araştırma bulgularının güvenilirliği ve geçerliliği açısından yerinde olacaktır. Söz konusu yanıtlardan bazıları aşağıda açıklanmaktadır.

Farkındalık açısından en büyük orana sahip doğal değerler kategorisindeki yanıtların önemsenmesi gerektiği düşünülmektedir. Örneğin bir katılımcı “Şırnak turizm alanında doğal güzelliklere, yaylalara, dağlara, akarsulara sahiptir” (Katılımcı 6, E, 28 Yaş) şeklinde bir yanıt vermiştir. Bir başka katılımcının “Şırnak'ın turizm alanında değerlendirilebilecek keşfedilmemiş dağları ve nehirleri var. Koşulların elverişli olması halinde, buraların turizm açısından değerlendirilmesi özellikle kampçılıkla uğraşan kişiler için farklı bir deneyim sunacağından eminim” (Katılımcı 12,

E, 34 Yaş) şeklindeki yanıtı, dikkate değerdir. Bir katılımcının yanıtı ise “Şırnak’ı çok bilmiyorum. Ancak Cizre’de bulunan Kasrik Çayı görülebilecek yerler arasındadır” (Katılımcı 14, K, 27 Yaş) şeklindedir. Bir başka katılımcı bu konuda “Şırnak’ta rafting yapılabilecek çok uygun nehirler bulunmaktadır. Yine doğa turizmi için çok elverişli dağlara sahiptir. Eşsiz güzellikteki bu dağlar, Şırnak’ı turizmde diğer şehirlerden farklı kılabilir.” (Katılımcı 24, E, 30 Yaş) şeklinde yanıt vermiştir. Şırnak’ta dağlara önem verilmesi gerektiğini belirten bir diğer katılımcının yanıtı “Bence Cudi Dağı turizm için başlı başına bir değerdir. Hatta Cudi Dağı turizme açılıp dağa ulaşım için teleferik gibi bir olanak yapılırsa, müthiş olur. Bu bile tek başına Şırnak’ı turizm alanında çok farklı yapar.” (Katılımcı 38, K, Yaş 25) şeklindedir. Başka bir katılımcı ise bu soruyu “Şırnak’ın sahip olduğu müthiş su kaynakları ve yaylaları turizm için büyük bir potansiyeldir.” (Katılımcı 51, K, Yaş 26) şeklinde yanıtlamıştır.

İkinci sırada yer alan kültürel değerler kategorisine giren yanıtlara bakıldığında, katılımcıların misafirperverliğin önemli bir değer olduğunu belirttiği görülmektedir. Örneğin bir katılımcı “İnsanlarının çok sıcakkanlı, misafirperver olması Şırnak’ın turizm açısından çok önemli bir artısıdır.” (Katılımcı 7, K, 27 Yaş) şeklinde bir yanıt vermiştir. Yine misafirperverlikle ilgili bir başka katılımcı bu soruyu “Turizmci değilim, ancak bildiğim ve gördüğüm kadarıyla turizmde misafirperverlik çok önemli bir unsurdur. Hatta o kadar önemli ki, tatil amacıyla gittiğim bazı şehirlerde otel çalışanlarının ya da oradaki halkın itici tavırları tatilimi erken sonlandırmama sebep olmuştur. Ancak Şırnak bu konuda müthiş bir avantaja sahiptir. Halkının sonsuz misafirperverliği turizm için çok farklı bir değerdir.” (Katılımcı 15, E, 36 Yaş) şeklinde yanıtlamıştır. Turizmde yiyecek-içecek de özellikle son yıllarda önemli bir bileşen olarak göze çarpmaktadır. Bu konuda bir katılımcının “Şırnak’ın kendine özgü yemekleri şehri turizmde farklı bir yere konumlandırabilir.” (Katılımcı 41, K, 27 Yaş) şeklindeki yanıtı, turizmde yiyecek-içeceğin halkın gözünde nasıl bir yere sahip olduğuna dönük ipucu verebilmektedir. Şırnak’ın kültürel dokusunun turizm için bir farklılık olduğuna dikkat çeken katılımcılar da bulunmaktadır. Örneğin bir katılımcıya göre “Şırnak’ta kendine özgü bir kültürel yapı bulunmaktadır. Diğer şehirlerle kıyaslandığında bu kültürel doku, şehri turizmde farklı kılabilen bir yere sahiptir. Yani insanlarda şehrin kültürüne yönelik bir merak uyandırabilir.” (Katılımcı 8, E, 31 Yaş). Bu konuda bir başka katılımcı ise “Şırnak gördüğüm kadarıyla çok kültürlü bir yapıya sahip. Bu özelliği turizm için bir farklılık arz edebilir.” (Katılımcı 42, K, 28 Yaş) şeklinde yanıt vermiştir.

Çalışmanın giriş kısmında belirtildiği üzere, Şırnak köklü bir geçmişe sahiptir. Katılımcıların yanıtları ise, tarihi değerler konusunda bir farkındalık olduğunu göstermektedir. Örneğin bir katılımcı “Özellikle Cizre’de bulunan eski tarihi yapılar, Şırnak’ı turizmde çok farklı bir yere getirebilir. Ancak Şırnak’ın bu potansiyeline rağmen gerekli tanıtım faaliyetleri yapılmıyor.” (Katılımcı 13, K, 25 Yaş) şeklinde yanıt verirken; bir başka katılımcının yanıtı “Şırnak’ı turizmde diğer şehirlerden farklı kılan tarihi yapılar mevcut, ancak bunlar göz ardı edilmekte. Bu yapıların belki de gün yüzüne çıkarılması gerekmektedir.” (Katılımcı 13, E, 39 Yaş) şeklindedir. Yine bu konuda “Cizre Ulu Camii, Kırmızı Medrese Şırnak için önemli tarihi değerler

arasındadır. Hatta sadece bu iki değeri bile, şehri turizmde diğer şehirlerden farklı bir yere getirebilir.” (Katılımcı 17, E, 32 Yaş); “Tarihin ilk izlerine sahip kentte eski uygarlıklardan kalan tarihi kalıntılar, Şırnak şehrini bir tarih şehri merkezi haline getirebilir.” (Katılımcı 31, K, 30 Yaş) şeklinde yanıtlar verilmiştir.

Aldığı oran açısından son sırada yer alan dini değerler kategorisinde Hz. Nuh’a dikkat çeken yanıtlar göze çarpmaktadır. “Şırnak’ın Hz. Nuh’un ismiyle anılması, inanç turizmi açısından değerlendirilmesi gereken bir durumdur.” (Katılımcı 16, K, 28 Yaş), “Rivayete göre Hz. Nuh’un Gemisi’nin Cudi Dağı’na oturmuş olması, Şırnak için bir avantaj olabilir.” (Katılımcı 26, K, 32 Yaş), “Şırnak denilince akla Hz. Nuh gelmekte. En azından 3 yıllık süre için bende oluşan izlenim bu. Dolayısıyla bence Hz. Nuh’un şehri olması çok önemli bir farklılıktır.” (Katılımcı 43, E, 35 Yaş) şeklindeki yanıtlar, buna örnek olarak gösterilebilir. Öte yandan Şırnak Bölgesi’nde Mem u Zin önemli bir aşk efsanesi olarak kabul edilmektedir. Bu konuda özellikle bir katılımcının “Ben yaklaşık 5 yıldır Cizre’de görev yapıyorum. Bu 5 yıl içinde Mem u Zin aşkıyla ilgili çok hikâye dinledim. Bu müthiş aşktan doğrusu çok da etkilendim. Bu nedenle Mem u Zin’in Türbesi turizm için bir farklılık sayılabilir.” (Katılımcı 17, E, 33 Yaş) şeklindeki yanıtı, dikkate değerdir.

Son olarak, araştırmaya katılanlar, verilen sorulara cevap vermenin yanı sıra, bazı öneriler de geliştirmişlerdir. Örneğin Şırnak’ın turizm değerleri arasında coğrafyasına, doğasına, dağlarına önem verilmesi gerektiğini belirten katılımcılar, Şırnak’ın bu unsurlarının kış turizmi, yayla turizmi ve dağcılık için çok uygun olduğunu ve değerlendirilmesi gerektiğini önermişlerdir. Öte yandan, Şırnak’ın nehirlerine/akarsularına öncelik verilmesi gerektiğini belirten katılımcılar, şehrin bu değerlerinin rafting sporu için potansiyel olduğu yönünde görüş bildirmişlerdir. Bir katılımcının “Cudi Dağı’nda izlenebilecek müthiş gün batımı, Şırnak’ı diğer şehirlerden farklı kılan bir özelliktir. Hatta Şırnak bu özelliğiyle Nemrut Dağı’na alternatif bile olabilir” (Katılımcı 41, K, 27 Yaş) şeklindeki görüşü önemsenmelidir. Ayrıca bazı katılımcılar, Şırnak’ın doğasının ve özellikle dağlarının henüz keşfedilmemiş olmasının, özelde bölge, genelde Türkiye turizmi açısından büyük bir potansiyel olduğunu ifade etmişlerdir.

5. Sonuç ve Tartışma

Dünya tarihi boyunca birçok uygarlığın hüküm sürdüğü Anadolu, zengin bir turistik değerler ağına sahiptir (Barutçugil, 1986: 68). Söz konusu değerlerin gelecek kuşaklara aktarılması, bu değerlere önem verilmesini gerektirmektedir (Uygur ve Baykan, 2007: 46). Bunun yolu ise, öncelikle bu değerlerin farkında olunmasından geçmektedir. Buradan yola çıkılarak tasarlanan bu araştırmanın temel amacı da, kamu çalışanları örnekleminde Şırnak’ta yaşayanların, Şırnak’ın barındırdığı turizm değerlerinin farkında olup olmadığına dönük bir durum tespiti yapmaktır.

Bu araştırmaya göre, Şırnak’ta yaşayan kamu görevlileri Şırnak’ın “doğal”, “kültürel”, “tarihi” ve “dini” değerlerine dönük birtakım farkındalığa sahiptir. Ancak katılımcıların bu değerlere dönük farkındalıklarında yetersizlik olduğu dikkati

çekmiştir. Başka bir şekilde ifade etmek gerekirse, bu çalışmanın “araştırma sahası” kısmında verilen bilgilerden hatırlanacağı üzere, Şırnak zengin sayılabilecek düzeyde turizm değerine sahiptir. Ancak bu zenginliğe rağmen, katılımcıların söz konusu değerler arasında sadece birkaçını dile getirdiği görülmektedir. Örneğin katılımcılar doğal değerler arasında “Cudi Dağı”, “Dicle Nehri”, “Bazebde Ören Yeri”, “Kasrik Çayı”; kültürel değerler arasında “yerel oyunlar”, “yemekler”; tarihi değerler arasında “Kırmızı Medrese”, “Cizre Ulu Cami”, “Finik Kalesi” ve dini değerler arasında ise daha çok “Hz. Nuh” ile ilgili bir farkındalığa sahiptir. Oysa Şırnak’ın turizm değerleri bunlardan ibaret değildir. Şırnak, araştırma katılımcılarının belirttiği değerlerin dışında, başka değerlere de sahiptir. Örneğin Cehennem Vadisi, görülmeye değer önemli bir doğa güzelliğidir. Öte yandan Şırnak’ın Beytüşşebap ilçesinde bulunan Feraşın Yaylası, görülmeye değer bir yerdir. Ayrıca Beytüşşebap’ta yetişen ters lale, farklılığıyla önemli bir turizmi çekim değeridir. Yine Şırnak’ın doğal değerleri arasında sayılabilecek Kızılsu Çayı bulunmaktadır. Katılımcılar her ne kadar genel olarak “kaplıcalar” ifadesini kullanmış olsa da, Şırnak’ta hangi kaplıcaların bulunduğuna dönük bir bilgi sahibi olup olmadığı öğrenilememiştir. Oysa Şırnak’ta, pek bilinmese de, önemli kaplıcalar bulunmaktadır. Örneğin Şırnak’ın Güçlükonak ilçesi Düğünurdu Köyü yakınında bulunan ve günümüzde aktif durumda olan Hesta Kaplıcası, Dicle Nehri kıyısındadır. Bu kaplıca, 67 derece sıcaklığı ile bölgenin en yüksek ısılı sıcak su kaynağına sahiptir. Kaplıca suyu, aynı zamanda kalsiyum ve sülfür içermektedir. Şehrin diğer önemli kaplıcası, Zümrüt Dağı Kaplıcası’dır. Görüldüğü üzere, araştırma katılımcılarının belirttiği doğal değerlerin dışında, Şırnak’ta başka doğal değerler de bulunmaktadır.

Bu araştırma sonuçlarını konuyla ilgili yapılmış sınırlı sayıdaki benzer araştırma sonuçlarıyla karşılaştırmak, yerinde olacaktır. Dinç, Erdil ve Keçe (2011) üniversite öğrencilerinin tarihi ve kültürel değerlere dönük farkındalıklarını inceledikleri araştırmalarında, öğrencilerin tarihi ve kültürel değerlere dönük ilgilerinin ortalamasının üzerinde olmasına rağmen, bu değerlere dönük farkındalıklarının düşük düzeyde olduğunu tespit etmiştir. Üniversite öğrencilerini örneklem olarak alan benzer bir araştırmada Akkuş, Karaca ve Polat (2015), turizm bölümünde okuyan öğrencilerin diğer bölümlerde okuyan öğrencilere nazaran, Sivas’ın doğal ve kültürel değerlerine dönük daha bilgili olduklarını, ancak şehrin bu değerleri hakkında pek farkındalığa sahip olmadıklarını bulgulamışlardır. Yine öğrenci örnekleminde ve Keçe (2015) tarafından yapılmış bir araştırma sonucunda, öğrencilerin tarihi ve kültürel turizm değerlerine dönük tutumlarının olumlu olduğu, ancak tarihi ve kültürel değerler hakkında pek bilgi sahibi olmadıkları görülmüştür. Buluk (2017) tarafından yapılmış bir araştırmada da, üniversite öğrencilerinin kültürel mirasa dönük farkındalıklarının genel olarak düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde Bayazit (2017), yerel halkın kurvaziyer turizmüne dönük farkındalığını incelediği araştırması sonucunda, yerel halkın kurvaziyer turizmüne dönük farkındalığının zayıf olduğunu belirtmiştir. Örnek olarak verilmiş araştırmalara bakıldığında, genel olarak halkın turizm değerlerine dönük

farkındalık düzeyinin düşük olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim bu araştırma sonucunda da, kamu çalışanlarının Şırnak'ın turizm değerlerine dönük farkındalık düzeyinin yeterli olmadığı görülmüştür. Dolayısıyla bu araştırma, yazındaki benzer araştırma sonuçlarını desteklemektedir.

Şehirlerin turizm alanında sahip olduğu miras, yerel değerlerin korunması hususunda önemli bir role sahiptir. Bu mirasın gelecek kuşaklara aktarılması, bu değerlere gerekli önemin verilmesi ile olacaktır (Uygur ve Baykan, 2007: 46). Bunun temel yolu ise, eğitimden geçmektedir (Daştan 1999: 44). Örneğin şehirlerin sahip olduğu turizm potansiyeline dönük verilecek bilgilendirme amaçlı eğitimle, bireylerin yaşadığı kentin değerlerine bilinçli bir şekilde bakması sağlanabilir. Bu nedenle, Şırnak'ın tüm turizm değerlerinin halka öğretilmesi, insanların bu konuda bilinçlendirilmesi, Şırnak'ın değerlerinin sadece bilinenlerden ibaret olmadığını anlatılması, önem arz etmektedir. Bu konuda, kamu kurumlarında turizmle ilgili çeşitli eğitimler verilebilir. Yine halkın geneline bu konuda bilgilendirme konferansları verilebilir. Öte yandan, hem bu araştırma sonucu hem de yazındaki benzer araştırma sonuçları birlikte değerlendirildiğinde, en azından turizm bölümlerinin ilk döneminde öğrencilerin okudukları şehrin değerlerine dönük bir dersin verilmesi yerinde olacaktır. Hatta diğer bölümlerin müfredatlarına da turizm ile ilgili dersler konulması, faydalı olacaktır. Öyle ki Çoban, Durmuş ve Karaca'nın (2015: 615) yapmış oldukları çalışmada, lisans öğrenimleri sürecinde turizmle ilgili ders almış öğretmen adaylarının tarihi, kültürel ve doğal turizm değerlerine dönük farkındalıklarının yüksek olduğu tespiti, bunun güzel bir örneğidir. Şırnak özelinde düşünüldüğünde, Şırnak'ta her düzeyde okuyan öğrencilere ve halka, mülki idare desteğiyle Şırnak gezileri düzenlenerek, Şırnak'ın turizm değerlerine dönük farkındalık artırılabilir.

Her araştırma gibi, bu araştırma da birtakım sınırlılık çerçevesinde yapılmıştır. Bu araştırmanın ilk sınırlılığı, çalışma grubu ile ilgilidir. Nitekim bu araştırma, Şırnaklı olmayan kişiler üzerinde yapılmıştır. Benzer araştırmanın Şırnaklı kamu çalışanları üzerinde yapılması da önem arz etmektedir. Öte yandan, benzer bir araştırmanın halkın farkındalığını incelemek ve bu anlamda gerekli önlemleri almak adına, yerel halk örneğinde yapılması önem arz etmektedir. Yine gelecekte Şırnak Üniversitesi'nde okuyan öğrenciler üzerinde aynı araştırma yapılabilir. Ayrıca bu araştırma, genel bir kavram çerçevesinde, yani tüm turizm değerlerine dönük olarak gerçekleştirilmiştir. Bu durum da, katılımcıların düşünce sınırlarını zorlamalarına sebep olmuş olabilir. Dolayısıyla benzer bir araştırmanın çerçevesi daraltılarak (örneğin sadece doğal değerlerle ilgili farkındalığın incelenmesi) yapılması, daha detaylı sonuçların çıkmasını sağlayabilir. Ayrıca bu çalışmadaki görüşmeler, katılımcıların işyerlerinde yapılmıştır. Bu sebeple katılımcıların işlerinin aksamaması için, görüşmelerde detaylı bilgi edinilecek bir zaman olmamıştır. İleride yapılması muhtemel benzer bir çalışmada, görüşmelerin katılımcıların işyerleri/mesai saatleri dışında yapılması, daha detaylı bilgi edinilmesinde faydalı olacaktır. Tüm bunlar sonucunda, hem bu çalışmayla hem de yazındaki benzer çalışmalarla karşılaştırmalar yapıp benzerlikler ve farklılıklar görülebilecektir.

Kaynakça

- Akkuş, G., Karaca, Ş. ve Polat G. (2015). Miras Farkındalığı ve Deneyimi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Keşifsel Bir Çalışma. *Akademik Bakış Dergisi*, 50, 71-81.
- Akpınar, E. (2004). Doğu Anadolu Bölgesi'nde Alternatif Turizm Merkezi Olmaya Aday Bir İlçe: Kemaliye. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (2), ss. 207-236.
- Barutçugil, İ. (1986). *Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Bayazıt, Ş. (2017). Yerel Halkın Kruvaziyer Turizmi Farkındalığına Yönelik Uygulamalı Bir Çalışma: Bodrum Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (2), 151-169.
- Buluk, B. (2017). "Turizm Lisans Öğrencilerinin Kültürel Miras Farkındalıkları: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Örneği". *Uluslararası Turizm ve Kültürel Miras Kongresi*. Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.
- Çelik, S. ve Aydın, H. (2017). "Şırnak'ta Kültür ve Turizm Sorunları ile Çözüm Önerileri". *Şırnak 2023 Vizyon Çalıştayı*. Şırnak: Şırnak Üniversitesi.
- Çelik, S., Coşkun, E. ve Öztürk, E. (2013). Şehri Nuh'un (Şırnak) Kırsal Turizm Açısından Değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3 (2), ss. 21-28.
- Çetin, T. ve Gürgil, F. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Bartın'ın Doğal ve Kültürel Turizm Değerlerine Yönelik Farkındalıkları. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (4), ss. 255-274.
- Çoban, A., Durmuş, G. ve Karaca, S. (2015). "Üniversite Öğrencilerinin Amasya'nın Doğal ve Kültürel Turizm Değerlerine Yönelik Farkındalıkları." *III. Uluslararası Geçmişten Günümüze Merzifon ve Amasya Yöresi Sempozyumu*. Amasya: Amasya Üniversitesi.
- Daştan, H. (1999). *Çevre Koruma Bilinci ve Duyarlılığın Oluşmasında Eğitimin Yeri ve Önemi (Türkiye Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Dinç, E., Erdil, M. ve Keçe, M. (2011). Uşak Üniversitesi Öğrencilerinin Tarihi ve Kültürel Eserler Hakkındaki İlgi ve Farkındalıklarının İncelenmesi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (2), ss. 267-285.
- Dinçer, İ. (1996). "Sürdürülebilir Turizmin Hayata Geçirilmesi İçin Aktive Olması Gereken Dinamikler ve İşlevleri-Model Çalışması, Sürdürülebilir Turizm; Turizm Plânlamasına Ekolojik Yaklaşım". 19. *Dünya Şehircilik Günü Kollokyumu*. İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi.
- Emekli, G. (2005). Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları ve Türkiye'de Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 14, ss. 99-107.
- Erden, M. (1999). *Gelişim-Öğrenme-Öğretme*. Ankara: Pegem A Yayınları.
- Erden, M. ve Akman, Y. (2018). *Eğitim Psikolojisi (Gelişim-Öğrenme-Öğretme)*. Ankara: Arkadaş Yayınevi.
- Froming, W. J., Walker, G. R. ve Lopyan, K. J. (1982). Public and Private Self-Awareness: When Personal Attitudes Conflict With Societal Expectations. *Journal of Experimental Social Psychology*, 18, 476-487.

- Kağıtçıbaşı, Ç. ve Cemalçılar, Z. (2017). *Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar (Sosyal Psikolojiye Giriş)*. İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Keçe, M. (2015). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Ankara'nın Tarihi ve Kültürel Turizm Değerlerine Yönelik İlgi ve Farkındalıkları. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16 (1), 131-149.
- Kızılırmak, İ. ve Kurtuldu, H. (2005). Kültürel Turizmin Önemi ve Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, ss. 100-120.
- Kiper, T. (2006). Safranbolu Yörükköyü Peyzaj Potansiyelinin Kırsal Turizm Açısından Değerlendirilmesi. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Nuryanti, W. (1996). HeritageandPostmodernTourism. *Annals of TourismResearch*, 23 (2), ss. 249-260.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, ss. 183-195.
- Soydan, E. ve Şarman, N. (2013). Mardin ve Şırnak İllerindeki Süryanilere Ait Dini Yapıların Kültür (ve İnanç) Turizmi Potansiyeli. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 6 (8), 589-607.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Turizm İşletme Belgeli Tesisler. 24 Mayıs 2018 tarihinde <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9579/turizm-tesisleri.html> adresinden alınmıştır.
- TÜİK, Yıllara Göre İl Nüfusları. 24 Mayıs 2018 tarihinde <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist> adresinden alınmıştır.
- TURSAB, Seyahat Acentaları. 24 Mayıs 2018 tarihinde <https://www.tursab.org.tr/tr/seyahat-acentalari/seyahat-acentasi-arama?search=1> adresinden alınmıştır.
- Türkiye Cumhuriyeti Şırnak Valiliği, Şırnak'ın Tarih ve Coğrafyası. 24 Mayıs 2018 tarihinde <http://www.sirnak.gov.tr/tarih-ve-cografya> adresinden alınmıştır.
- Uslu, A. ve Kiper, T. (2006). Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 3 (3), ss. 305-314.
- Uygur, S. ve Baykan, E. (2007). Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, ss. 30-49.
- Yaşın, A. (2007). *Tarih, Kültür ve Cizre*. Ankara: Kudoğlu Matbaacılık.
- Yavuz, M. C. (2007). Uluslararası Destinasyon Markası Oluşturulmasında Kimlik Geliştirme Süreci: Adana Örneği. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zeyrek, A. N. (2008). Besni'de Alternatif Turizm Potansiyeli. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (2), ss. 451-468.