

DOĞU VE GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGELERİNDE TURİZM ALGISI VE TURİZMİN GELİŞTİRİLMESİ STRATEJİLERİ*

Hamza ATEŞ†

Özet

Türkiye'nin Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri, tarihi eserlerinin çokluğu ve doğal güzellikleri nedeniyle özellikle kültür turizmi açısından büyük potansiyel taşımaya rağmen bu bölgeler çeşitli nedenlerle bu potansiyelden yararlanamamaktadır. Bu durumun başlıca nedenlerinden birisi bölgede süregelen terör olayları nedeniyle güvenlik konusundaki kaygıların devam etmesidir. Bu makale, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde yer alan 22 ilde gerçekleştirilen ve bölge halkının turizm algısı ile turizmin geliştirilmesine ilişkin görüş ve önerilerini öğrenmek amacıyla gerçekleştirilen bir araştırmanın bazı önemli verilerini paylaşmaktadır. Makalede ulaşılan en önemli sonuçlardan birisi, her ne kadar terör tamamen yok edilinceye kadar bu bölgelerde turizm kapasitesi tam olarak kullanılamasa da, üretilecek akılcı stratejilerle özellikle kültür turizminin önemli ölçülerde geliştirilme potansiyelinin bulunduğuudur.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri, Geliştirme Stratejileri

PERCEPTION OF TOURISM IN EAST AND SOUTHEASTERN ANATOLIA REGIONS AND STRATEGIES OF DEVELOPING TOURISM

Abstract

Although Turkey's Eastern and Southeastern Anatolia Regions have a great potential, particularly in terms of cultural tourism opportunities, thanks to their abundance of their historical sites and monuments as well as their natural beauties, these regions cannot benefit from this potential for various reasons. One of the main reasons for this is the continuing concern over security due to ongoing terrorist incidents in the region. This article shares some of the important findings of a research carried out in 22 provinces in the Eastern and Southeastern Anatolian Regions and aimed to learn about the tourism perceptions of the people of the region and their opinions and suggestions on the development of tourism in these regions. One of the most important conclusions reached in this article is that although the capacity of tourism could not be fully utilized in these regions until terrorism is totally destroyed, there is potential of developing tourism, especially cultural tourism, with innovative and rational strategies.

Keywords: Tourism, Eastern and Southeastern Anatolia Regions, Strategies of Developing Tourism

Giriş

Günümüzde turizmin yarattığı ekonomik, sosyal, kültürel ve politik etkiler, özellikle uluslararası ekonomik ve politik ilişkilerde oynadığı rol giderek önem kazanmaktadır. Bu durum, yalnız uluslararası turizm hareketinden büyük pay alan gelişmiş ülkelerde değil, aynı zamanda gelişmekte olan ülkelerde de turizme verilen önemi artırmaktadır. Turizm, uluslararası ölçekte geniş istihdam olanakları yaratan bir sektördür ve dünyada yaklaşık 300 milyon insanı istihdam etmektedir. Başka bir ifadeyle; dünyada her 16 çalışandan biri turizm sektöründedir ve tüm uluslararası sermaye yatırımlarının yaklaşık %7'si turizm alanına yapılmaktadır. Bu bağlamda dünyada ve ülkemizde turizme verilen önem artmakta, turizm eğilimleri çeşitlilik kazanmakta, yeni yerler yeni turizm türleri insanların ilgisini çekmektedir (Emekli, 2005).

* Bu makale, İstanbul Medeniyet Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen ve Kültür ve Turizm Bakanlığı Telif Hakları Genel Müdürlüğü tarafından desteklenen "Kültür Faaliyet Algısı Araştırması" nda elde edilen verilerden bir kısmını paylaşmaktadır. İlgili araştırmaya desteklerinden dolayı Kültür ve Turizm Bakanlığı Telif Hakları Genel Müdürlüğü'ne teşekkürü borç bilirim.

† Prof. Dr., İstanbul Medeniyet Üniversitesi, E-posta: ates.hamza@gmail.com

Deniz-kum-güneşe dayanan kıyı turizmi önemini devam ettirmekle birlikte son yıllarda turistik talepteki değişimler dikkat çekici bir boyut kazanmaktadır. Tatil-turizm kavramına ilişkin çekiciliklere ya da turistik ürünlere her geçen gün yenisi eklenmekte ve uluslararası turizm pazarındaki rekabet hızlanmaktadır. Bu nedenle egzotik, doğal ve kültürel çekiciliklere sahip mekânlar, termal merkezler, yaylalar, korunan alanlar ilgi çekerken, eko-turizm, termal turizm, *kültürel turizm*, kırsal, turizm türleri ön plana çıkmaktadır (Emekli, 2005).

Öte yandan, turizm ile kültür karşılıklı etkileşime sahiptir ve turizmde kültür, ‘kültür turizmi’ başlığında önemli bir konu olarak ele alınmaktadır. Kültür turizmi, ‘çağdaş ve geçmiş kültürlerle ait somut ve somut olmayan değerlerle ilgili olarak, onları görme, haklarında bilgi ve deneyim edinme amacıyla gerçekleşen ve bununla ilgili ürün ve hizmetlerin satın alınmasına bağlı olarak doğrudan ve dolaylı faaliyetlerden oluşan bir turizm olgusu’ olarak tanımlanabilir. Tanımdan da anlaşılacağı gibi kültürel varlıklar bir destinasyon tercihinde temel etken olabildiği gibi, aynı zamanda hemen tüm farklı turizm türleri için de ürünün zenginleştirici elemanı da olabilmektedir. Bu bağlamda kültür turistleri amaçlı kültür turistleri ve tesadüfi kültür turistleri olarak genel bir sınıflamaya tabi tutulmaktadır. Kültür turizmi için her iki gruptaki turistler de önemlidir. Kültür turizmi ekonomik getirisinin yanında, bir bölgedeki kültürel değerlerin korunmasını ve canlanmasını da sağlayabilmektedir. Ancak plansız bir kültür turizmi ters bir etki potansiyeline de sahiptir. Böylece hükümetler, farklı etkilere sahip kültür turizmi üzerinde hassas biçimde durmakta ve buna bağlı olarak kültürel varlıkların korunmasına ve ürün haline getirilmesine çalışmaktadırlar (Gülcan, 2010: 122).

Kültür turizmi çeşitli yazarlar tarafından çeşitli biçimde tanımlanmaktadır. Hughes ve Allen’e göre (2005: 176) kültür turizmi “geçmişin mirası ve müzik, dans ve tiyatro gibi gösterileri kapsayan geniş bir alandaki etkinliklerden oluşmaktadır”. Bu noktada geçmişin mirasının neyi ifade ettiğinin de bilinmesi gerekmektedir. Kültür turizmi bakış açısından Xavier’e göre (2004: 301-302) miras, “bütün anıtlar, sanat koleksiyonları, arşiv ve kütüphaneler ve bunların çeşitli kombinasyonları”dır. Buradan mirasın kültür turizminin çoğunlukla somut kültür varlıklarını kapsadığı anlaşılmaktadır. Bu nedenle literatürde kültür turizmi, bazen miras turizmi olarak aynı anlamda kullanılmaktadır. Bu cepheyi de hesaba katarak kültür turizmi şu şekilde tanımlanabilir:

‘Çağdaş ve geçmiş kültürlerle ait somut ve somut olmayan değerlerle ilgili olarak, onları görme, haklarında bilgi ve deneyim edinme amacıyla gerçekleşen ve bununla ilgili ürün ve hizmetlerin satın alınmasına bağlı olarak doğrudan ve dolaylı faaliyetlerden oluşan bir turizm olgusudur’.

Tüm kentsel, kırsal, doğal öğeler, arkeolojik, tarihsel kültür varlıkları, müzeler, ören yerleri, anıtsal yapılar, sivil mimari örnekleri ve her türlü güncel sanat eseri ve etkinliği (resim, heykel, film, fotoğraf güncel sanat, festivaller, konserler, sergiler) etnografya, botanik, flora ve fauna, folklor, mutfak, içki, bazı sosyo-ekonomik olgular (gecekondu, sivil toplum kuruluşları, dinsel motifler), her türlü kültür ürünü bu tanımın içindedir (Tok, 2002).

Türkiye genelinde olduğu gibi Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgeleri de, turizm imkanları geniş olmasına rağmen bu imkanların yeterince gelişmemiş olduğu bölgelerdir. Özellikle bu bölgenin binlerce yıla dayanan tarihi geçmişi, birçok eski uygarlığa ev sahipliği yapmış olması ve doğal güzellikleri, denize ulaşımı olmayan bu bölgelerde kültür turizminin oldukça önemli hale gelmesine yol açmaktadır. Ayrıca, bu bölgeler Türkiye genelinden farklı olarak terör olaylarından birincil derecede etkilenmiş bir coğrafyada yer almalarından dolayı, turizm imkanlarının geliştirilmesi konusunda güvenlik faktörünün olumsuz etkileri de söz konusu olan bölgelerdir. Çünkü, Abraham Maslow’un (1970) İhtiyaçlar Hiyerarşisi teorisine göre temel güvenlik ihtiyacı karşılanmadan turizm gibi etkinliklere sıra gelmemektedir.

Bu çalışmanın ana hedefi, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerimizde bulunan 22 ilde başta kültür turizmi olmak üzere genel turizm algısı ve turizme yönelik beklentileri ortaya koyarak bu bölgelere yönelik turizm stratejileri konusunda öneriler geliştirmektir.

1. TÜRKİYE'NİN TURİZM STRATEJİSİ VE DOĞU VE GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGELERİ

Türkiye, turizm sektörünü geliştirmeye yönelik stratejiler geliştirmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan "Türkiye Turizm Stratejisi (2023)" ile turizm sektöründe gerçekleştirilmek istenen hedefler belirlenmiştir. Bununla turizm sektöründe kamu ve özel sektör iş birliğinin sağlanması, üretim, yönetim ve uygulama süreçleri açısından bir yol haritasının oluşturulması amaçlanmıştır.

Türkiye Turizm Stratejisi (2023), 9. Kalkınma Planı (2007-2013) hedefleri ile uyumludur. Buna göre ülkemizin doğal, kültürel, tarihî ve coğrafi değerlerinin korunması ve bu denge içerisinde kalkınması hedeflenmiştir. Bununla beraber ülkemizde yaygın olan kıyı turizminin yanı sıra alternatif turizm imkânlarının geliştirilmesiyle uluslararası turizm gelirlerinden alacağı payın artırılması hedeflenmektedir.

2.1. Türkiye'nin 2023 Turizm Stratejisi

- * Sürdürülebilir turizm yaklaşımı benimsenerek, istihdamın artırılmasında ve bölgesel gelişmede turizmin öncü bir sektör konumuna ulaştırılması,
- * Türkiye'nin 2023 yılına kadar, uluslararası pazarda turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasında uluslararası bir marka hâline getirilmesinin sağlanması,
- * Ekonomik gelişimi destekleyen; fiziksel düzeyde uygulanabilir, toplum yönelimli ve sürdürülebilir turizm ilkesini içeren bir planlama yaklaşımının ortaya konması,
- * Ulusal, bölgesel ve yerel ölçekte markalaşmanın hedeflenmesi, ulusal tanıtım ve pazarlamaya ek olarak varış noktası bazında tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine başlanması,
- * Zengin kültürel ve doğal değerlere sahip kentlerimizin markalaştırılarak turistler için bir çekim noktası hâline getirilmesi,
- * Alternatif turizm türlerinden öncelikli olarak sağlık turizmi, termal turizm, kış turizmi, golf turizmi, deniz turizmi, ekoturizmi, yayla turizmi, kongre ve fuar turizminin geliştirilmesi hedeflenmiştir.

2.2. Türkiye’de Kültür Turizmi

Türkiye’de kültür varlıklarını korumak için çıkarılan 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu ile kültür varlıkları “tarih öncesi ve tarihi devirlere ait bilim, kültür, din ve güzel sanatlarla ilgili bulunan veya tarih öncesi ya da tarihi devirlerde sosyal yaşama konu olmuş bilimsel ve kültürel açıdan özgün değer taşıyan yer üstünde, yer altında veya su altındaki bütün taşınır ve taşınmaz varlıklar” olarak tanımlanmıştır (23/07/1983 Tarihli 18113 sayılı Resmi Gazete). Bu varlıkların kimisi, insanlığın ortak mirası kabul edilerek Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Organizasyonu olan UNESCO tarafından da tescillenmektedir. UNESCO’nun 16.11.1972 tarihinde yürürlüğe giren Dünya Doğal ve Kültürel Mirası Koruma Sözleşmesi gereği bazı somut doğal ve kültürel varlıklar, belirli kriterlere göre tescillenerek Dünya Miras Listesi’ne alınmakta (Akpınar, 2007) ve bu mirasa sahip olan ülkelerin de bu mirası korunması için belirli koşullar getirilmektedir (Gülcan, 2010: 103).

Gerek 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu ve gerekse UNESCO’nun başlangıçtaki bakış açısı, özellikle somut kültürel değerlere odaklı durumdadır. UNESCO her

ne kadar 2001 yılında somut olmayan kültürel mirası da hesaba katmışsa da, kültür turizminde başlangıçtan beri ağırlıklı olarak somut kültürel değerler üzerinde ürün geliştirilmiştir. Bu durum Türkiye için de geçerlidir. Böylece taşınamaz nitelikteki bir somut kültür varlığının kendisi, taşınabilir eserlerin sergilendiği müzeler, ören yerleri veya bu her ikisini de barındırabilen kültürel destinasyonlar, kültür turizminde başlıca cazibe noktalarını oluşturmaktadır.

Kültür turizmindeki ürünün temel bileşenlerini, kültürler arasındaki benzerlik ve farklılıkları yansıtan, kimi zaman sınırlı bir coğrafyaya ve kimi zaman da coğrafi sınırlardan bağımsız şekilde tüm insanlığa ait olan somut ve somut olmayan varlıklar/değerler oluşturmaktadır. Ancak miras olarak tanımlanan ve kültürün somut varlıklarını kapsayan elemanlar, kültür turizminde temel ürünler durumundadır. Diğer taraftan ister somut ve isterse somut olmayan karakterdeki geçmiş ve çağdaş kültürel varlıkların bir destinasyon tercihi ve seyahat nedenini oluşturmada temel etken olmadığı durumlarda bile, söz konusu varlıklar turizmin diğer türlerindeki ürünler için de zenginleştirici bir eleman olarak yer almaktadır. Kültürel varlıkların bu niteliği, yani farklı türdeki hemen tüm turizm ürünleri içinde bir şekilde yer bulması, turizm ve kültür ilişkisini daha da güçlendirmektedir. Turizmin hemen her türünde kültürün bir şekilde yer almasına uygun olarak da kültür turisti, genel olarak asıl amacı kültürel ürünler ve hizmetler olan ‘amaçlı kültür turisti’ ve asıl amacı kültürel ürün ve hizmetler olmayıp ta bir şekilde bunları kullanan ‘tesadüfi kültür turisti’ gibi sınıflamalara tabi tutulmaktadır (Gülcan, 2010: 104).

2.3. Doğu ve Güneydoğu Anadolu’da Kültür ve Turizm

Bilindiği üzere, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde turizmin hemen her çeşidinin gelişmesi için uygun potansiyel bulunmaktadır. Bu bölgeler,

- ✓ Tarihin ilk dönemlerinden beri yerleşim yeri olarak kullanılmış olup, medeniyetlerin ilk oluştuğu ve insan yerleşimlerinin ilk başladığı nadir coğrafya parçalarından birisidir. Bu nedenle, tarih turizmine uygundur.
- ✓ Bu bölgeler, bakir bir doğaya ve değerli flora ve faunaya sahiptir. Biyolojik çeşitlilik yönünden oldukça zengindir. Bu durum, kış ve kayak turizminden dağcılığa, yayla turizminden kuş gözlemciliğine kadar doğa turizminin hemen her çeşidi için zengin bir potansiyeli olduğunu göstermektedir.
- ✓ Orta ve Ön Asya ile Avrupa arasında kavimlerin ve kültürlerin karşılaşma noktası konumunda olduğu için, kültür turizminin gelişmesi için zengin bir potansiyeli barındırmaktadır. Bir kısmı uzun süredir bilinen ve bir kısmı ise yeni keşfedilen pek çok doğal güzelliklere sahip bir bölgedir.
- ✓ Bu bölgeler, ulaşım zorluklarına rağmen yüzyıllar boyunca başta termal kaynaklar olmak üzere sağlık turizmi için uygun bir coğrafya olarak kabul edilegelmiştir. Bu potansiyel iyi değerlendirilirse, bu bölge ülkemizin sağlık turizminde önemli destinasyonlardan birisi olabilir.

2. YÖNTEM

Bu makalede paylaşılan veriler, Doğu ve Güneydoğu Bölgesini temsil gücüne sahip, önceden belirlenen illerdeki örnekleme, yüz yüze görüşme yoluyla uygulanan soru formunu (*anket*) içeren *Nicel (Kantitatif)* ve yüz yüze görüşme yoluyla uygulanan *yapılandırılmış mülakat* sorularını içeren *Nitel (Kalitatif)* bir araştırma yoluyla elde edilmiştir. Araştırma, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerimizde bulunan 22 il ile bu illere ait ilçe ve köylerde uygulanmıştır.

Araştırmanın niceliksel ayağını oluşturan anketler, yukarıda belirtilen iller ile daha küçük yerleşim birimlerinde seçilmiş örneklem üzerinden tamamen bilimsel esaslara uygun olarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın niteliksel ayağını oluşturan mülakat ise, başta Sivil Toplum Kuruluşları, kamu görevlileri, muhtarlar, belediye yöneticileri ve bakanlık ile ortaklaşa belirlenecek diğer kesimlerin temsilcileri ile gerçekleştirilmiştir.

Araştırma kapsamında yapılan tüm görüşmelere ilişkin örneklem, Doğu ve Güneydoğu Bölgesini temsil edecek şekilde belirlenmiştir. *Nicel Araştırma* 3000 kişiyle; *Nitel Araştırma* 80 kişiyle gerçekleştirilmiştir. *Nicel Araştırma*, 18-75 yaş arasında kadın ve erkek vatandaşlarla görüşülerek gerçekleştirilmiştir. Seçilen örneklem, çok aşamalı tabakalı olasılıklı Rassal örneklem metoduyla el edilmiştir. *Nicel Araştırmada*, 2013 TÜİK verileri temel alınarak yaş, cinsiyet ve eğitim kotaları uygulanmıştır. Ayrıca *coğrafi bölgeler* temel alınarak bölge kotası uygulanmıştır. Aynı zamanda da *2014 Yerel Seçim* sonuçları temel alınarak *siyasi kota* uygulanmıştır. Araştırmanın tamamı için olan bulguları %98 güvenle ± 2 hata payı düzeyinde güvenilirliğe sahiptir.

Nicel araştırma tekniği olarak, Yüz yüze görüşme yoluyla önceden hazırlanmış soru formuna bağlı *Alan Taraması (Survey)* ve Nitel araştırma tekniği olarak, yine yüz yüze görüşme yoluyla yapılandırılmış mülakat formuna bağlı *Derinlemesine Görüşme* araştırmamızın veri toplama araçlarıdır. Araştırmada kullanılan anket formu önce pilot uygulama ile test edilerek sonuçlara göre gerçekleştirilen değişiklikler yoluyla nihai haline getirilmiştir.

Veriler üzerinde gerekli istatistiksel testlerin uygulanmasının ardından, verilerin birebir dağılımları (frekans), ortalama değerler (mod-medyan-aritmetik ortalama) ve karşılaştırmalı yığılımlar (cross) elde edilmiştir.

Bölgesel farklılıkların ve siyasal düşünce farklılıklarının; kültürel faaliyet algıları, beklenti kriterleri ve memnuniyet üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla Varyans analizine, Faktör analizine, Korelasyon analizine ve çok boyutlu ölçkleme tekniklerinden Regresyon analizine yer verilmiştir.

Tablo 1: Araştırma Örneklemi

BÖLGE	İL	NÜFUS	%	ÖRNEKLEM
DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	MALATYA	766.538	5,5	165
	ELAZIĞ	570.133	4,1	123
	TUNCELİ	85.428	0,6	18
	ERZİNCAN	220.729	1,6	48
	ERZURUM	765.451	5,5	165
	BİNGÖL	267.284	1,9	58
	MUŞ	413.553	3,0	89
	BİTLİS	338.280	2,4	73
	ARDAHAN	102.787	0,7	22
	KARS	299.871	2,2	65
	AĞRI	553.933	4,0	119
	VAN	1.080.113	7,8	233
	HAKKÂRİ	273.041	2,0	59
GÜNEYDOĞU BÖLGESİ	GAZİANTEP	1.844.000	13,3	398
	KİLİS	128.586	0,9	28
	ADIYAMAN	597.184	4,3	129
	ŞANLIURFA	1.847.000	13,3	398
	DİYARBAKIR	1.623.000	11,7	350
	BATMAN	547.581	3,9	118
	MARDİN	782.337	5,6	169
	SİİRT	317.818	2,3	69
	ŞIRNAK	483.968	3,5	104
	TOPLAM	13.908.615	100,0	3000

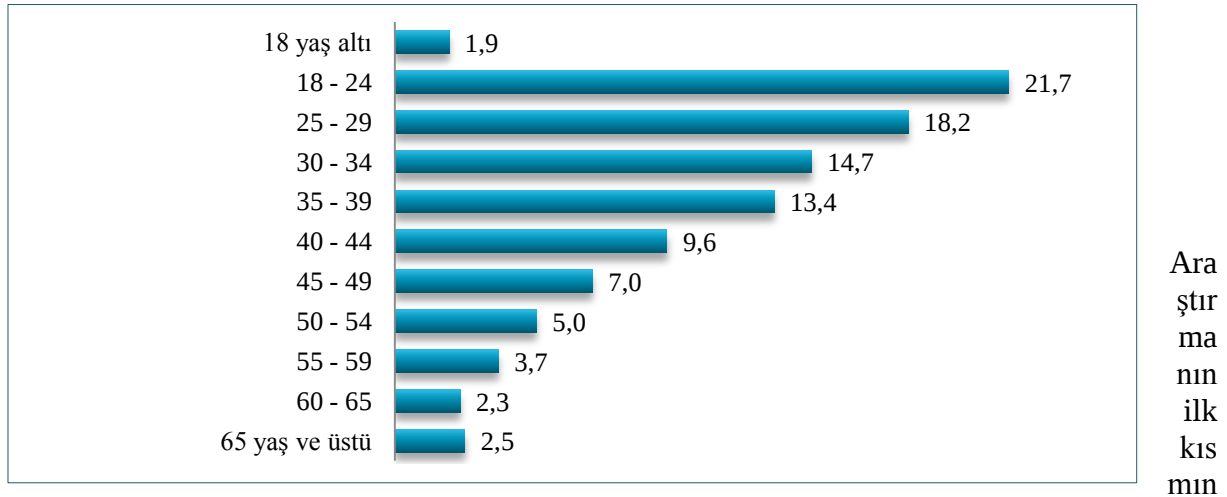
3. ARAŞTIRMAYA KATILANLARIN PROFİLİ

Bu bölümde, nicel (anket) ve nitel (mülakat) araştırmalara katılanların özet profili tanıtılmaktadır.

3.1. Nicel Araştırmaya Katılanların Profili

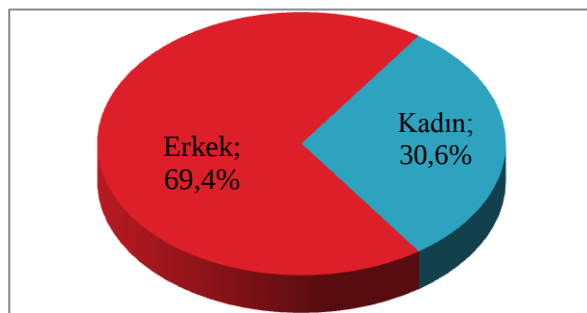
Gerçekleştirilen anket çalışmasına katılanların yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, ana dil, gelir ve meslek durumlarına ilişkin profil, aşağıdaki grafiklerde görülmektedir

Grafik 1: Yaş Dağılımı



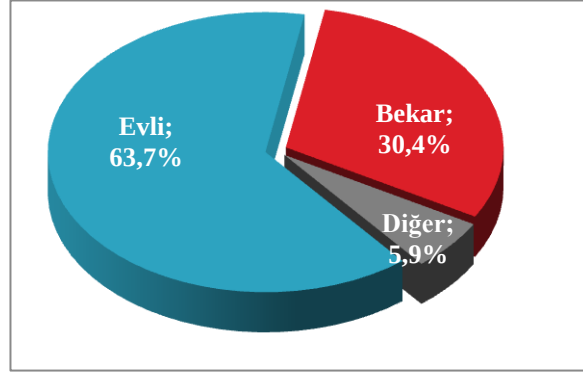
1 oluşturan anket uygulamasında, ankete cevap verenlerin yaş dağılımı, araştırmanın gerçekleştirildiği bölgenin yaş dağılımı ile büyük ölçüde benzerdir. Buna göre, anketi cevaplayanların % 21,7'sini 18-24 yaş arası gençler oluştururken, daha sonra sırasıyla % 18.2 ile 25-29 arası, %14,7 ile 30-34 yaş arası, % 13.4 ile 35-39 yaş arası grup gelmektedir. Genç ve orta yaşlı grup olarak kabul edilebilecek 50 yaşın altındakilerin oranı, ankete cevap verenlerin %86.5 gibi büyük bir çoğunluğunu oluşturmaktadır. Görüldüğü gibi, anket çalışması, araştırma yapılan evrenin yaş profili ile uyum içerisindedir.

Grafik 2: Cinsiyet Dağılımı



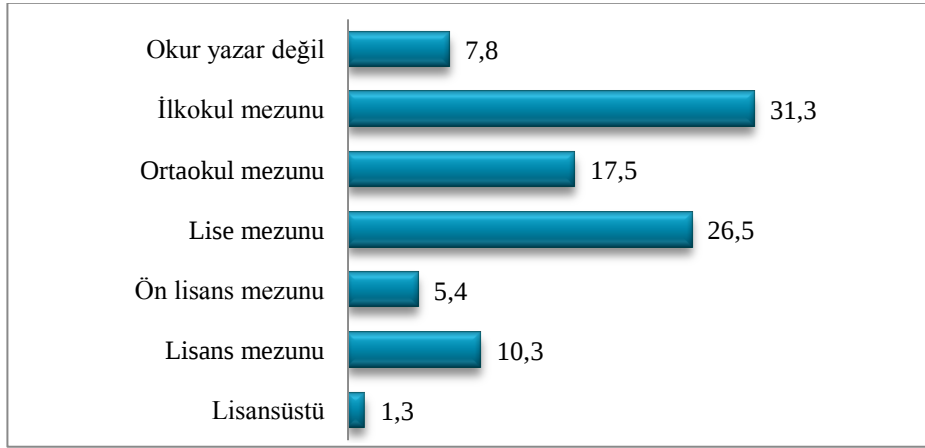
Anketi cevaplayanların % 69.4'ü erkek ve % 30.6'sı kadınlardan oluşmaktadır.

Grafik 3: Medeni Durum



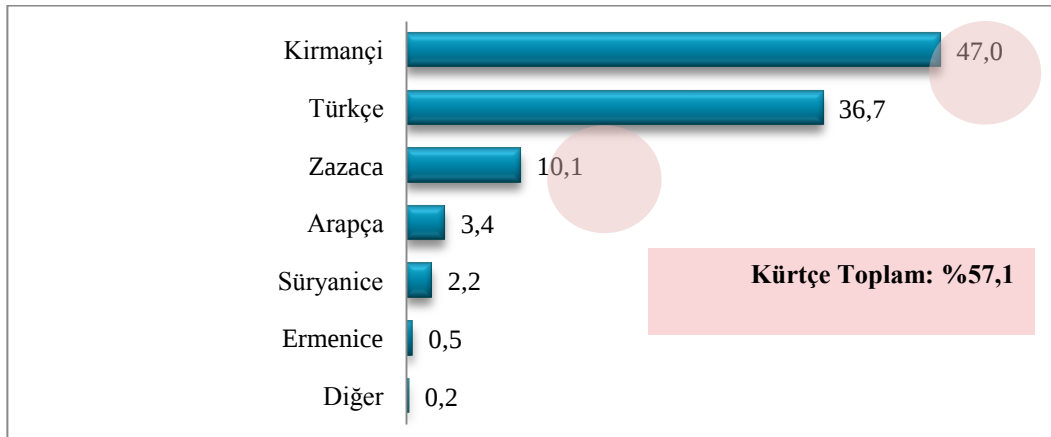
Anketi cevaplayanların % 63.7'si evli, %30,4'ü bekar ve %5.9'u diğer (dul veya boşanmış) şikkını işaretlemişlerdir.

Grafik 4: Eğitim Durumu



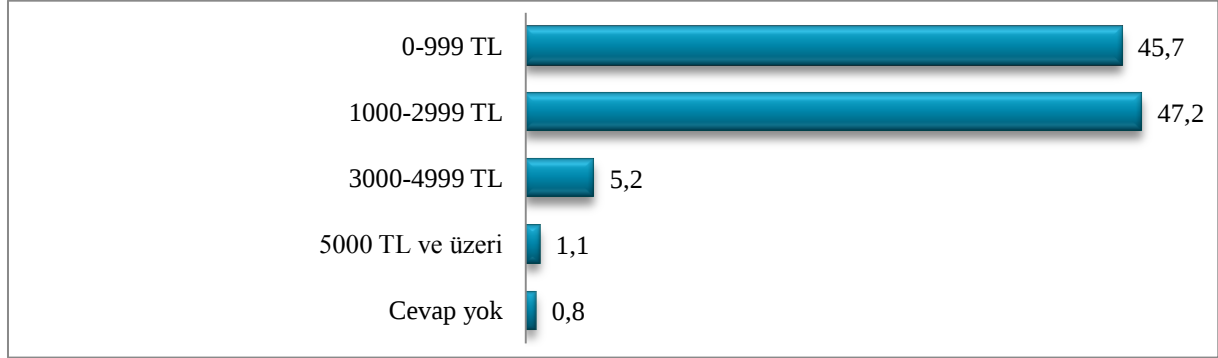
Ankete katılanların eğitim seviyesi, anketin yapıldığı illerin genel eğitim durumu ile uyumludur. Buna göre, ankete katılanlar arasında ilkököl mezunları % 31,ile ilk sırayı alırken, ikinci sırada % 26,5 ile lise mezunları, % 17,5 ile ortaokul mezunları gelmektedir. Lisans seviyesinde üniversite mezunlarının oranı % 10,3, okuryazar olmayanların oranı % 7,8 ve lisansüstü eğitim almış katılımcıların oranı ise, sadece % 1,3'dür. Bu eğitim seviyesi profili, araştırma yapılan alandaki eğitim seviyesi profiline büyük oranda benzemektedir.

Grafik 5: Anadil



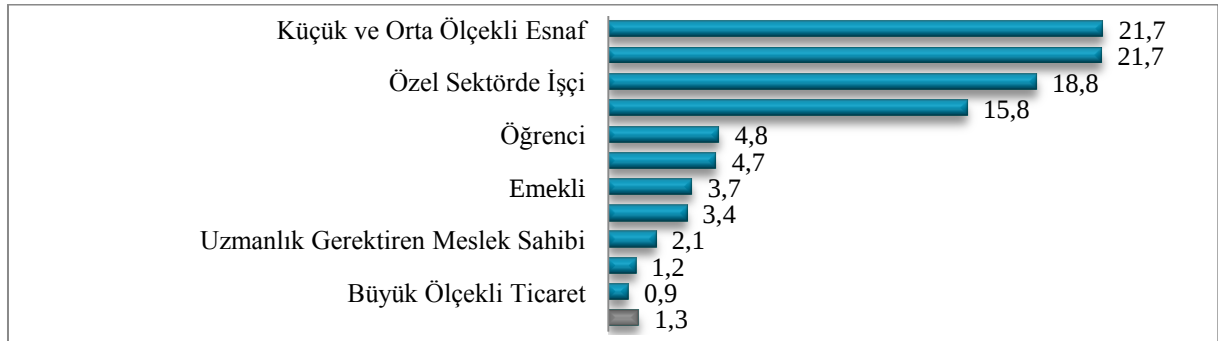
Ankete katılanlar arasında en büyük grubu, % 57,1 ile anadili kürtçe olanlar oluşturmaktadır (%47 Kırmancı ve % 10,1 Zazaca). Ardından % 36,7 ile ana dili Türkçe olanlar gelmektedir. Ayrıca, küçük oranlarda anadilleri Arapça (%3,4), Süryanice (% 2,2) ve Ermenice (%0,5) olanlar da bulunmaktadır. Ankete katılanların ana dil profili, anket uygulanan alandaki ana dil profili ile uyum içerisinde bulunmaktadır.

Grafik 6: Gelir Dağılımı



Ankete katılanların büyük çoğunluğu (% 92,9), 3.000 TL'nin altında aylık gelire sahip kişilerden oluşmaktadır. Aylık geliri 1.000 -2000 TL arasında olanların oranı % 47,2, aylık geliri 1.000 TL'nin altında olanlar ise, katılımcıların % 45,7'sini oluşturmaktadır. Daha sonra ise, sırasıyla aylık geliri 3.000-5.000 TL arasında olanlar (%5,2) ve 5.000 TL'nin üzerinde olanlar (%1,1) gelmektedir. Bu soruya katılımcıların%0,8'i cevap vermemiştir.

Grafik 7: Meslek Dağılımı



Anket katılımcıları arasında, küçük ve orta ölçekli esnaf ve ev hanımları % 21,7'lik oranları ile en büyük meslek grubunu oluşturmaktadırlar. Onları, küçük farklarla (%18,8) özel sektör işçileri ve işsizler (%15,8) takip etmektedir. Diğer meslek gruplarının büyüklük sırasına göre dağılımı ise şöyledir: Öğrenci (% 4,8), devlet memuru / kamu işçisi (%4,7), emekli (%3,7), çiftçi (%3,7), uzmanlık gerektiren meslek sahihi (%2,1), üst düzey yönetici (%1,2), büyük ölçekli tüccar (%0,9) ve diğer (%1,3). Bu profil, araştırma yapılan illerdeki genel meslek profili ile uyum içerisinde bulunmaktadır.

3.2. Nitel Araştırmaya Katılanların Profili

Nitel araştırma, değişik meslek kategorileri ve kurumlardan, önceden belirlenen kotalar dikkate alınarak toplam 80 kişiyle gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırmada ayrıca bu bölgelerde yer alan toplam 22 ilin de temsil edilmesine büyük önem verilmiştir. Katılımcıların temsil ettikleri kesim/kurumlar ile bunların temsilde dikkat edilen alt kategoriler Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo: 2 Nitel Araştırmaya Katılanların Profili

BİRİMLER	ALT KATEGORİLER	ÖRNEKLEM
KAMU KURUMLARI	YEREL YÖNETİMLER	10
	KAYMAKAMLIKLAR	10
	MUHTARLAR	10
STK	İNSAN HAKLARI, KADIN ÖRGÜTLERİ VB.	10
	İŞ DERNEKLERİ	10
KANAAT ÖNDERLERİ	AŞİRET LİDERİ, MELLE VB.	10
PARTİ TEŞKİLATLARI	AK PARTİ, HDP VE HÜDAPAR	10
AKADEMİSYENLER	ÜNİVERSİTE ÖĞRETİM GÖREVLİSİ	10
	TOPLAM	80

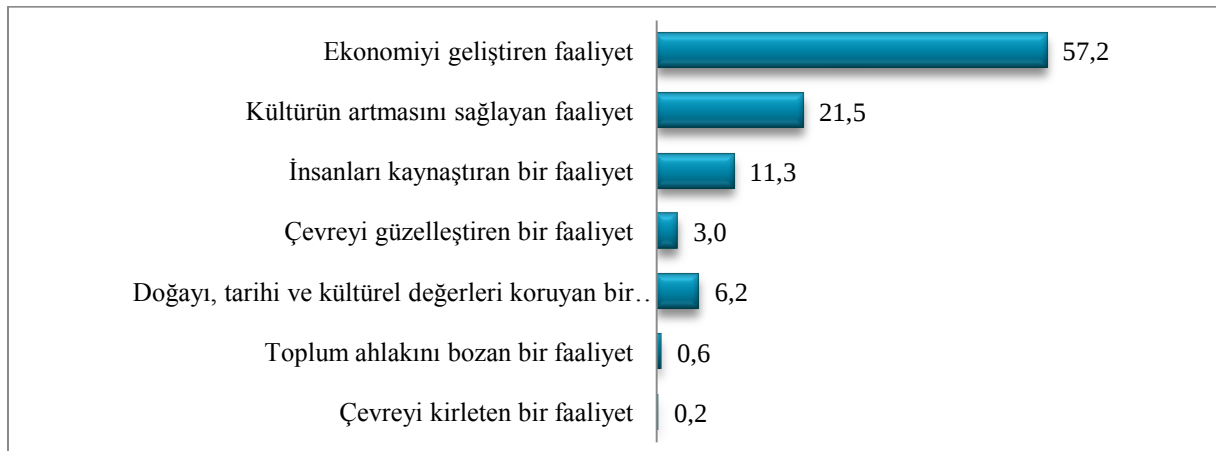
4. TURİZM ALGISI

Bu bölümde, turizm algısı; turizmden ne anlaşıldığı, turizm çalışmalarının yeterliliği, turizmin gelişmesinde etkin göreve sahip kurum algısı, turizmin yeterince gelişmemesinin nedenleri, ilin turizm olanakları algısı, turizmin gelişmesi için yapılması gereken en önemli faaliyetler, baraj ve hidro-elektrik santrallerin bölgeye ve özellikle turizm potansiyeline zarar verip vermediği çerçevesinde irdelenmektedir.

4.1. Turizm Nedir?

Turizm kavramından ne anlaşıldığını ölçmeyi amaçlayan soruya en fazla (% 57,2) “ekonomiyi geliştiren faaliyet” cevabı verilmiştir. Bu durum, turizmin genel olarak ekonomik getirisi yönüyle ele alındığını göstermektedir. Hemen ardından da, turizmin kültür üzerindeki olumlu etkisi (%21,5), kültürün insanları kaynaştırıcı özelliği (%11,3) ve doğayı, tarihi değerleri ve kültürel varlıkları koruma (%6,2) gelmektedir.

Grafik 8: Turizm Nedir?



Bu soruya verilen cevapların büyük çoğunluğunun yukarıda verilen olumlu cevaplar olması, araştırmanın uygulandığı illerde turizme bakışın çok olumlu olduğunu göstermektedir.

Nitekim turizmi “toplumun ahlakını bozan bir faaliyet” (%0,6) ve “çevreyi kirleten bir faaliyet” (%0,2) olarak görme eğilimi, toplamda % 1in altında bir desteğe sahip bulunmaktadır.

Mülakata tabi tutulan çeşitli toplum kesimlerinin temsilcilerinin turizme bakışları aşağıda kısaca özetlenmektedir:

Aşiret liderleri, turizmi en fazla ekonomik getiri, tarihi ve turistik alanların gelişmesi ve gezmek-görmek olarak görme eğilimindedirler. Ancak, az da olsa, turizmin ahlak üzerinde olumsuz etkisi olacağını düşünenler de bulunmaktadır.

Belediye yöneticiler ve muhtarları, turizmin gelişmesinin “insanların başka yerleri görmeleri ve kültürlerini artırmaları”, “halkın kaynaşması”, ve “ticaretin gelişmesi ve esnafın satışlarının artması” sonuçlarını sağlayacağını düşünmektedirler.

Siyasi parti temsilcilerinin, kendi partilerinin görüşleri doğrultusunda turizm anlayışları ve illerinde turizmin gelişmesine ve yöntemlerine bakışı değişmektedir. Büyük kısmı hem ekonomik hem de kültürel yönünü dikkate alarak turizmin gelişmesini olumlu bulurken, bir kısmı daha küçük bir kısmı ise, turizmin ahlaki değerler çerçevesinde gerçekleştirilmesi konusunda ısrarcı olmuşlardır.

STK yöneticilerinde ise, turizmin insanların kaynaşması ve kültürel zenginliklerin değerlendirilmesine katkısını vurgulama eğilimi ağır basmaktadır.

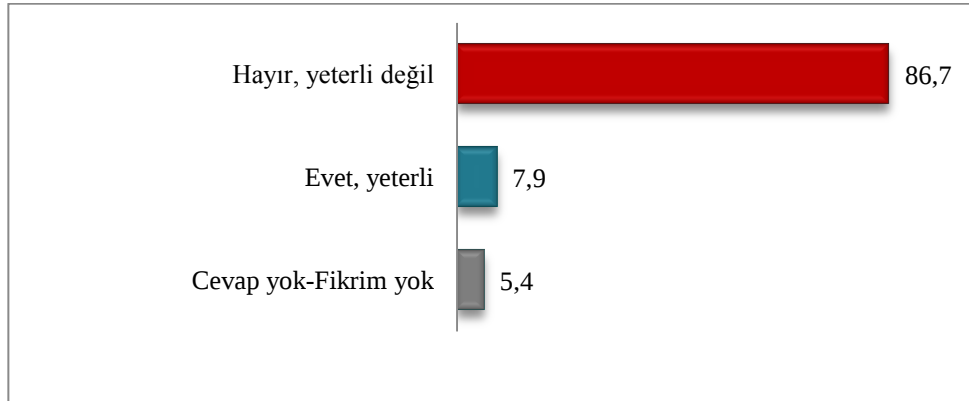
Memurlarda genellikle batı ve güney Anadolu bölgelerindeki turistik etkinlik ve imkanların kendi illerine getirilmesi beklentisi öne çıkarken, iş adamlarında da “gezme-dinlenme”, “doğal ve tarihi varlıkların değerlendirilmesi” ve “bulundukları illerde sıcak para girişi ve para kazanma” dürtüleri daha belirgin hale gelmektedir.

Akademisyenler ise, daha çok ”gezme-görmeye”, “doğal ve tarihi alanların değerlendirilmesine” ve “kültürün artmasına” katkılarından dolayı turizmin geliştirilmesine yönelik faaliyetleri desteklemektedirler.

4.2. Bölgede Turizm Çalışmalarının Yeterliliği

Araştırmanın konusunu oluşturan illerde turizm faaliyetlerinin yeterli olup olmadığına ilişkin soruya çok büyük oranda (% 86,7) “hayır, yeterli değil” cevabı verilmiştir. Gerçekleştirilen mülakatlarda da benzer sonuçlar alınmıştır. Buna göre, araştırmaya konu olan illerde turizmin geliştirilmesi büyük ölçüde desteklenmekte, ancak turizm sektörünün mevcut gelişmişlik seviyesinin yetersizliğinden kaynaklanan bir hayal kırıklığı bulunmaktadır.

Grafik 9: Turizm Çalışmalarının Yeterliliği



Çeşitli toplumsal kesimlerin temsilcilerinin aşağıdaki ifadeleri, bu durumun birer yansıması olarak görünmektedir:

Tablo 3: İllere Göre Turizm Çalışmalarının Yeterliliği

İL	Evet, yeterli	Hayır, yetersiz	Cevap yok Fikrim yok	Toplam
Adıyaman	0,8	93,1	6,1	100,0
Ağrı	1,7	92,5	5,8	100,0
Bingöl	3,4	96,6	-	100,0
Bitlis	1,4	97,3	1,4	100,0
Diyarbakır	15,4	71,8	12,8	100,0
Elazığ	4,9	94,3	0,8	100,0
Erzincan	7,1	89,3	3,6	100,0
Erzurum	47,3	43,2	9,5	100,0
Gaziantep	6,0	91,8	2,2	100,0
Hakkari	1,7	98,3	-	100,0
Kars	-	100,0	-	100,0
Malatya	5,5	87,2	7,3	100,0
Mardin	15,5	79,2	5,4	100,0
Muş	4,4	81,3	14,3	100,0
Siirt	2,9	95,6	1,5	100,0
Tunceli	-	100,0	-	100,0
Şanlıurfa	2,2	88,5	9,2	100,0
Van	1,7	97,9	0,4	100,0
Batman	4,2	95,8	-	100,0
Şırnak	4,8	92,3	2,9	100,0
Ardahan	4,0	96,0	-	100,0
Kilis	-	100,0	-	100,0

“Allah ilimize ne vermişse o kadar turizm var. Sadece yüzen ada var” (Aşiret lideri).

“Diyarbakır’da belediye çok ciddi anlamda çalışıyor. Fakat ildeki güvenlik sorunu olduğu müddetçe ilerleme sağlanmaz” (Belediye yöneticisi).

“Belediye olarak ne yaparsak yapalım Van gibi büyük bir ilin turizm potansiyelini karşılayamıyoruz” (Belediye yöneticisi).

“Potansiyel var ama kullanılmıyor. Yeterli olduğunu zannetmiyorum”. (Belediye yöneticisi).

“Turizm geçmişten bugüne kadar hep ihmal edildi fakat artık devlet turizme yatırım yapıyor” (Siyasi parti temsilcisi).

“Hayır, yeterli bulmuyorum. Fazla turizm alanı olmasa da yine de yapılacak çok şey var” (STK yöneticisi).

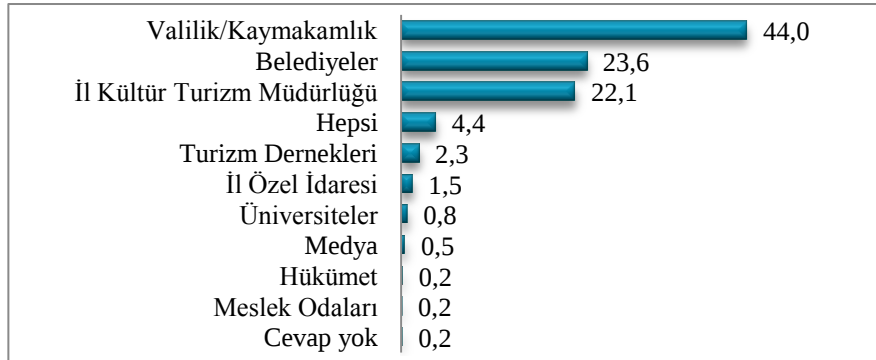
“En önemlisi iç savaştır. Millet bölgeden kaçıyor. Kaçılan yere gidilir mi ?” (İş adamı)

Turizm çalışmalarının yeterliliği konusunda sadece Erzurum (% 47,3), Mardin (% 15,5) ve Diyarbakır (%15,4)da %10’un üzerinde memnuniyet bulunmakta olup, diğer 19 ilde ise turizm çalışmalarından memnuniyet %10un altında seyretmektedir.

4.3. Turizmin Gelişmesinde Etkin Göreve Sahip Kurum

Turizmin geliştirilmesinde temel sorumluluk ve görevin hangi kurum ve kuruluşlarda olduğuna ilişkin soruya verilen cevaplar, bu konunun devletin kurumsal sorumluluğuna işaret etmektedir. Nitekim, ilgili soruya % 44 oranında “valilik ve kaymakamlık”, % 23,6 oranında “belediyeler”, % 22,1 oranında İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, % 4,4 oranında “hepsi”, % 1,5 oranında il özel idaresi ve % 0,2 oranında “hükümet” cevabı verilmiş bulunmaktadır. Sivil toplum kuruluşlarını temsil eden turizm derneklerinin görevli olduğunu düşünenlerin oranı % 2,3, üniversiteleri bu konuda görevli görenlerin oranı ise sadece 0,8’dir.

Grafik 10: Turizmin Gelişmesinde Etkin Göreve Sahip Kurum



Öte yandan, turizm faaliyetlerinin geliştirilmesinde belediyeler, il özel idaresi ve turizm dernekleri, meslek odaları ve üniversiteler gibi “yerel aktörler”i görevli görenlerin toplam oranı % 26,9’da kalmakta, büyük çoğunluk turizmin geliştirilmesini merkezi yönetimin bir görevi olarak algılamaktadır.

Çeşitli toplum kesimleri ile yapılan mülakatlardan elde edilen sonuçlar ise şöyle özetlenebilir:

- ✓ Aşiret liderleri, siyasi parti temsilcileri, muhtarlar ve memurlar turizmin geliştirilmesinde merkezi yönetimin birincil derecede sorumlu olmasını, ancak uygulama konusunda yerel yönetimlerin de destekleyici hizmetler yürütmesini,
- ✓ Belediye yöneticileri, turizmin planlaması ve geliştirilmesinin öncelikle yerel yönetimlerin görevi olması gerektiğini, ancak merkezi yönetimin de yerel yönetimleri başta mali kaynak aktarmak olmak üzere çeşitli şekillerde desteklemesini,
- ✓ STK Yöneticileri, işadamları ve akademisyenler ise, turizmi esas olarak merkezi yönetimin bir fonksiyonu olarak görmekle birlikte, turizmin geliştirilmesinde yerel yönetimlerin kolaylaştırıcı rol oynayabileceğini ve bu nedenle merkezi yönetim-yerel yönetim işbirliğinin sağlanmasını, ayrıca tüm halkın kendi il ve ilçelerinde turizmin

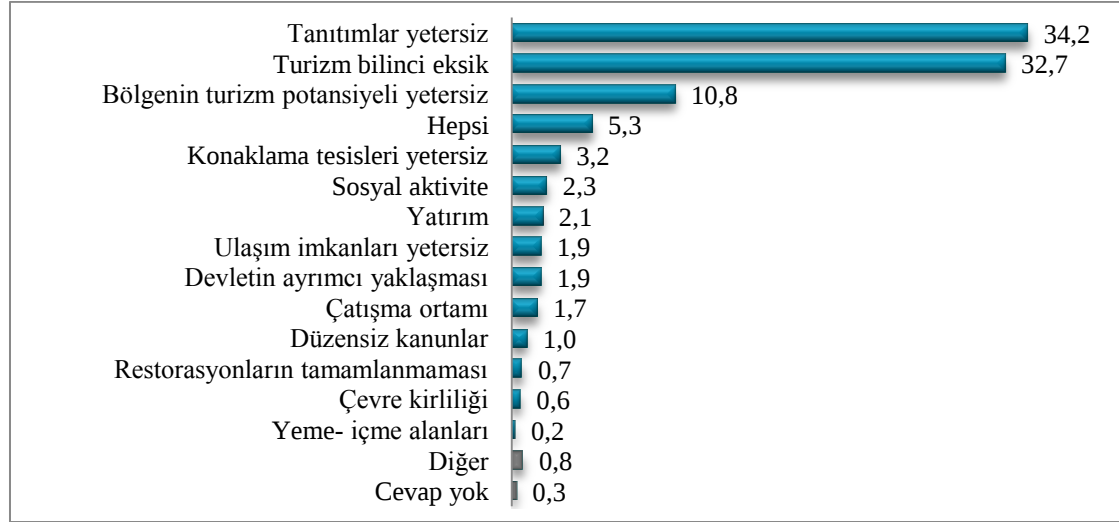
geliştirilmesinde sorumluluğunun olduğu bilincini taşıması gerektiğini savunmaktadırlar.

Tablo 4: İllere Göre Turizmin Gelişmesinde Etkin Göreve Sahip Kurum

İL	Valilik/ Kaymakamı	Belediyeler	İl Kültür Tı Müdürlüğü	İl Özel İdar	Turizm Demekleri	Üniversitele	Meslek Oda	Medya	Hükümet	Hepsi	Cevap yok	Toplam
Adıyaman	65,6	2,3	23,7	2,3	3,1	1,5	-	1,5	-	-	-	100,0
Ağrı	19,2	48,3	15,0	-	0,8	-	-	-	-	16,7	-	100,0
Bingöl	53,4	25,9	12,1	-	-	-	-	1,7	-	6,9	-	100,0
Bitlis	18,9	29,7	23,0	1,4	-	-	-	2,7	-	24,3	-	100,0
Diyarbakır	36,8	33,6	23,6	1,1	2,3	0,3	-	0,6	0,9	0,3	0,6	100,0
Elazığ	27,9	67,2	1,6	-	-	-	-	3,3	-	-	-	100,0
Erzincan	41,1	37,5	17,9	-	3,6	-	-	-	-	-	-	100,0
Erzurum	37,3	20,1	26,0	4,7	8,9	3,0	-	-	-	-	-	100,0
Gaziantep	84,8	7,2	8,0	-	-	-	-	-	-	-	-	100,0
Hakkari	16,9	40,7	6,8	-	-	-	-	1,7	-	32,2	1,7	100,0
Kars	26,6	23,4	23,4	-	-	-	-	-	1,6	25,0	-	100,0
Malatya	18,9	27,4	35,4	2,4	11,0	2,4	1,8	0,6	-	-	-	100,0
Mardin	50,6	9,5	33,9	0,6	2,4	3,0	-	-	-	-	-	100,0
Muş	34,1	41,8	19,8	-	1,1	-	2,2	-	-	1,1	-	100,0
Siirt	25,0	27,9	13,2	-	-	-	-	-	-	33,8	-	100,0
Tunceli	17,4	65,2	-	-	4,3	-	-	8,7	-	-	4,3	100,0
Şanlıurfa	61,8	6,7	28,9	1,7	0,7	-	-	-	-	-	-	100,0
Van	22,6	40,4	19,1	0,4	0,4	0,4	-	0,4	1,3	14,0	0,9	100,0
Batman	13,3	20,0	52,5	8,3	4,2	1,7	-	-	-	-	-	100,0
Şırnak	73,1	6,7	13,5	-	2,9	3,8	-	-	-	-	-	100,0
Ardahan	8,0	16,0	68,0	-	8,0	-	-	-	-	-	-	100,0
Kilis	6,7	20,0	40,0	20,0	10,0	3,3	-	-	-	-	-	100,0

Araştırma uygulanan illerin çoğunluğunda valilik/kaymakamlık ve il Kültür ve Turizm Müdürlüğü gibi merkezi yönetim kurumlarının rolü önemsenirken, Ağrı, Diyarbakır, Elazığ, Erzincan, Hakkari, Muş, Tunceli ve Van İllerinde belediyenin turizmin geliştirilmesindeki rolünü önemseyenlerin oranı % 30'u aşmaktadır.

Grafik 11: Turizmin Yeterince Gelişmemesinin Nedenleri



Anket sonuçlarına göre, araştırmanın evrenini oluşturan illerde turizmin gelişmemesinin nedenleri arasında “tanıtımların yetersizliği” (% 34,2) ve “turizm bilincinin eksik olması” (%32,7) en büyük payı oluşturmaktadır. Diğer nedenler de, önem sırasına göre “bölgenin turizm potansiyelinin yetersizliği” (% 10,8), “bu nedenlerin hepsi” (% 5,3), “konaklama tesislerinin yetersizliği” (% 3,2), “sosyal aktivitelerin yetersizliği” (%2,3), “turizm yatırımlarının yetersizliği” (%2,1), “ulaşım imkanlarının yetersizliği” (% 1,9), “devletin ayrımcı yaklaşması (% 1,9), “çatışma ortamının bulunması” (% 1,7), “kanuni altyapının yetersizliği” (%1), “tarihi eserlerin restorasyonlarının yetersizliği” (%0,7), “çevre kirliliği” (%0,6), “yeme-içme alanlarının yetersizliği” (%0,2) ve “diğer nedenler” (%0,8)dir.

Bu konuda aşiret liderleri ve belediye yöneticileri, “Devletin turizm yatırımı yapmaması”, “Kürtler üzerindeki baskıcı tutum ve devletin dışlayıcı tavrı”, “altyapının yetersizliği” ve “eğitim yetersizliği” nedenlerini ön plana çıkarmaktadırlar. Siyasi parti temsilcileri en fazla “turizm yatırımlarının yetersizliği”, “devletin taraflı ve ayrımcı davranması”, “siyasi olaylar ve çatışma ortamı” ve “tanıtımların yetersizliği” konularına vurgu yaparken; muhtarlar “yerel halkta ve bölgedeki yetkililerde bilinç eksikliği”, “tanıtım yetersizliği” ve “turizm potansiyelinin yetersizliği”ni temel nedenler olarak görmektedirler. STK yöneticilerinin turizmin yeterince gelişmemesini “bölgenin potansiyelinin ve turistik değerlerinin yeterince tanıtılmaması”, “halkın ve yerel yöneticilerin turizmin getirileri konusunda bilinçlerinin yetersiz olması” ve “turizm yatırımlarının yetersizliği”ne bağlama eğiliminde oldukları görülmektedir. Bölgede görev yapan memurlara göre, bu sorunun en başat nedenleri, “bölgenin sahihsizliği olgusu”, “yerel yönetimlerin yetersizliği ve bilinçsizliği” ve “siyasi ortam ve çatışmalar”dır.

İş adamlarına göre, turizmin yeterince gelişmeme nedenleri olarak “barış ortamının olmaması”, “doğru yatırımların yetersizliği”, ve “bilinçsizlik” öne çıkmakta iken; akademisyenler ise “siyasi çekişmeler ve silahlı çatışmalar” ve “hem yerel yöneticilerin hem de yerel turizm konusunda halkın yeterince bilinçli olmaması”, bu illerde turizmin yeterince gelişmiş olmamasının ve bölgenin turistik potansiyelinden yeterince yararlanamamanın nedenleridir.

Tablo 5: İllere Göre Turizmin Gelişmemesinin Nedenleri

İL	Bölgenin turizm ptn. yetersiz	Turizm bilinci eksik	Tanımlar yetersiz	Konaklama tesisleri yetersiz	Ulaşım imkanları	Sosyal aktivite	Yeme- içme alanları	Çevre kirliliği	Rest. tamamlanmaması	Düzensiz kanunlar	Çatışma ortamı	Devletin ayrımcı yaklaşması	Yatırım	Hepsi	Diğer	Cevap yok	Toplam
Adıyaman	3,1	13,0	70,2	5,3	3,1	1,5			1,5	0,8	0,8				0,8		100,0
Ağrı	8,3	17,5	27,5	0,8	0,8					5,0	0,8	5,8	5,8	25,8	0,8	0,8	100,0
Bingöl		15,5	56,9							1,7		5,2	20,7				100,0
Bitlis		21,6	29,7							4,1	1,4	9,5	13,5	14,9	5,4		100,0
Diyarbakır	16,8	27,9	32,5	2,8	0,9	4,0	0,6	1,7	4,3	0,9	2,8	1,7			1,1	2,0	100,0
Elazığ	5,7	89,3	0,8												4,1		100,0
Erzincan	21,4	55,4	8,9	3,6		7,1			1,8						1,8		100,0
Erzurum	12,4	46,7	24,3	4,1	3,6	5,3	0,6	1,8	1,2								100,0
Gaziantep	2,5	60,6	31,7			3,5					1,2				0,5		100,0
Hakkari			1,7				1,7			5,1	28,8	27,1	32,2	3,4			100,0
Kars		21,9	45,3	1,6						17,2	3,1	4,7	1,6	4,7			100,0
Malatya	36,0	32,3	20,1	4,3	4,3	2,4	0,6										100,0
Mardin	22,0	14,9	33,9	5,4	17,3	3,0		1,2		0,6	1,2				0,6		100,0
Muş	44,0	27,5	17,6	1,1		3,3					2,2	2,2		1,1		1,1	100,0
Siirt		16,2	29,4							2,9	8,8	20,6	19,1	2,9			100,0
Tunceli		82,6	4,3												8,7	4,3	100,0
Şanlıurfa	2,7	22,7	68,1	5,2	0,2	0,5					0,5						100,0
Van	3,4	28,5	16,6	0,9		0,9					1,3	0,4	0,4	47,7			100,0
Batman	13,3	18,3	45,0	15,0	1,7		0,8	5,0							0,8		100,0
Şırnak	30,8	33,7	20,2	5,8	3,8	4,8									1,0		100,0
Ardahan	8,0	16,0	52,0			20,0			4,0								100,0

Kilis	3,3	13,3	43,3	20,0	6,7	6,7	3,3	3,3									100,0
-------	-----	------	------	------	-----	-----	-----	-----	--	--	--	--	--	--	--	--	-------

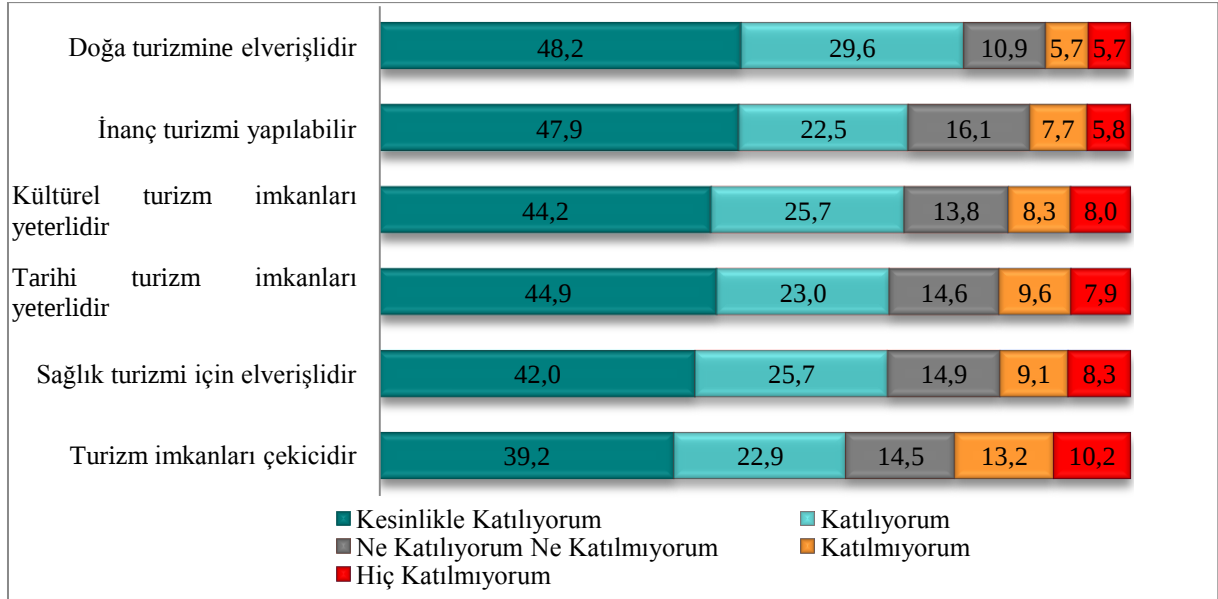
İller bazında turizmin gelişmemesinin en önemli nedenlerine ilişkin algı ise şöyle özetlenebilir:

- ✓ Adıyaman’da “tanıtımların yetersizliği” (%70,2)
- ✓ Ağrı’da “tanıtımların yetersizliği” (%27,5), “turizm bilincinin eksikliği” (%17,5) ve “yukarıdaki nedenlerin hepsi” (% 25,8)
- ✓ Bingöl’de “tanıtımların yetersizliği” (%56,9) ve “turizm bilincinin eksikliği” (%15,5)
- ✓ Bitlis’de “tanıtımların yetersizliği” (%29,7), “turizm bilincinin eksikliği” (%21,6), “yukarıdaki nedenlerin hepsi” (% 14,9) ve “turizm yatırımlarının yetersizliği” (%13,5)
- ✓ Diyarbakır’da “tanıtımların yetersizliği” (%32,5), “turizm bilincinin eksikliği” (%27,9) ve “bölgenin turizm potansiyelinin yetersizliği” (% 16,8)
- ✓ Elazığ’da “turizm bilincinin eksikliği” (%89,3)
- ✓ Erzincan’da), “turizm bilincinin eksikliği” (%55,4) ve “bölgenin turizm potansiyelinin yetersizliği” (% 21,4)
- ✓ Erzurum’da “turizm bilincinin eksikliği” (%46,7), “tanıtımların yetersizliği” (%24,3) ve “bölgenin turizm potansiyelinin yetersizliği” (% 12,4)
- ✓ Gaziantep’te “turizm bilincinin eksikliği” (%60,6) ve “tanıtımların yetersizliği” (%31,7)
- ✓ Hakkari’de turizm yatırımlarının yetersizliği” (%32,2), “çatışma ortamı” (%)28,8) ve “devletin ayrımcı yaklaşması” (% 27,1)
- ✓ Kars’ta “tanıtımların yetersizliği” (%45,3), “turizm bilincinin eksikliği” (%21,9) ve “kanuni alt yapının yetersizliği” (% 17,2)
- ✓ Malatya’da “bölgenin turizm potansiyelinin yetersizliği” (% 36), “turizm bilincinin eksikliği” (%32,3) ve “tanıtımların yetersizliği” (%20,1)
- ✓ Mardin’de “tanıtımların yetersizliği” (%33,9), “bölgenin turizm potansiyelinin yetersizliği” (% 22), “ulaşım imkanlarının yetersizliği” (%17,3) ve “turizm bilincinin eksikliği” (%14,9)
- ✓ Muş’ta “bölgenin turizm potansiyelinin yetersizliği” (% 44), “turizm bilincinin eksikliği” (%27,5) ve “tanıtımların yetersizliği” (%17,6)
- ✓ Siirt’te “tanıtımların yetersizliği” (%29,64), “devletin ayrımcı yaklaşması” (% 20,6) ve “turizm bilincinin eksikliği” (%16,2)
- ✓ Tunceli’de “turizm bilincinin eksikliği” (%82,6)
- ✓ Şanlıurfa’da “tanıtımların yetersizliği” (%68,1), “turizm bilincinin eksikliği” (%22,7)
- ✓ Van’da “bu nedenlerin hepsi” (% 47,7), “turizm bilincinin eksikliği” (%28,5) ve “tanıtımların yetersizliği” (%16,6)
- ✓ Batman’da “tanıtımların yetersizliği” (%45), “turizm bilincinin eksikliği” (%18,3) ve “bölgenin turizm potansiyelinin yetersizliği” (% 13,3)
- ✓ Şırnak’ta, “turizm bilincinin eksikliği” (%33,7), “bölgenin turizm potansiyelinin yetersizliği” (% 30,8) ve “tanıtımların yetersizliği” (%20,2)
- ✓ Ardahan’da “tanıtımların yetersizliği” (%52), “sosyal aktivitelerin yetersizliği” (%20) ve “turizm bilincinin eksikliği” (%16)
- ✓ Kilis’te “tanıtımların yetersizliği” (%43,3), “konaklama tesislerinin yetersizliği” (% 20) ve “turizm bilincinin eksikliği” (%13,3).

4.4. İlin Turizm İmkânları Algısı

İlin turizm olanakları ile ilgili ifadelerle ilişkin sorunun cevapları, araştırma konusu illerdeki turizm çeşitliliğini ortaya koymaktadır. Bu illerde birbirine yakın oranlarla farklı turizm çeşitlerine uygunluk yönünde kanaatler serdedilmektedir. Şöyle ki; doğa turizmine elverişlilik (% 77,8), inanç turizmine elverişlilik (% 70,4), kültürel turizme elverişlilik (% 69,9), tarih turizmine elverişlilik (% 67,9), sağlık turizmine elverişlilik (% 67,7) ve turizm imkanlarının çekiciliği (% 62,1) oranlarında anket katılımcılarının onayını almış bulunmaktadır.

Grafik 12: İlin Turizm İmkânları Algısı



Bilindiği üzere, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde turizmin hemen her çeşidinin gelişmesi için uygun potansiyel bulunmaktadır. Bu bölgeler,

- ✓ tarihin ilk dönemlerinden beri yerleşim yeri olarak kullanılmış olup, medeniyetlerin ilk oluştuğu ve insan yerleşimlerinin ilk başladığı nadir coğrafya parçalarından birisidir. Bu nedenle, tarih turizmine uygundur.
- ✓ Bu bölgeler, bakir bir doğaya ve değerli flora ve faunaya sahiptir. Biyolojik çeşitlilik yönünden oldukça zengindir. Bu durum, kış ve kayak turizminden dağcılığa, yayla turizminden kuş gözlemciliğine kadar doğa turizminin hemen her çeşidi için zengin bir potansiyeli olduğunu göstermektedir.
- ✓ Orta ve Ön Asya ile Avrupa arasında kavimlerin ve kültürlerin karşılaşma noktası konumunda olduğu için, kültür turizminin gelişmesi için zengin bir potansiyeli barındırmaktadır. Bir kısmı uzun süredir bilinen ve bir kısmı ise yeni keşfedilen pek çok doğal güzelliklere sahip bir bölgedir
- ✓ Bu bölgeler, ulaşım zorluklarına rağmen yüzyıllar boyunca başta termal kaynaklar olmak üzere sağlık turizmi için uygun bir coğrafya olarak kabul edilegelmiştir. Bu potansiyel iyi değerlendirilirse, bu bölge ülkemizin sağlık turizminde önemli destinasyonlardan birisi olabilir.

Tablo 6: İlin Turizm Olanakları İle İlgili İfadelere Katılma Durumu

İL	Turizm imkanları çekicidir	Tarihi turizm imkanları yeterlidir	Kültürel turizm imkanları yeterlidir	Doğa turizmine elverişlidir	Sağlık turizmi için elverişlidir	İnanç turizmi yapılabilir
Adıyaman	4,66	4,83	4,80	4,78	4,67	4,85
Ağrı	1,95	3,33	3,36	4,12	2,95	2,85
Bingöl	3,26	3,40	3,76	4,22	4,26	3,14
Bitlis	2,35	4,11	4,23	4,20	2,80	2,78
Diyarbakır	3,48	3,74	3,68	3,60	2,93	3,83
Elazığ	4,21	4,31	4,03	4,41	4,26	4,47
Erzincan	3,07	2,46	3,05	4,04	3,98	4,38
Erzurum	3,80	3,90	3,57	3,85	4,12	4,15
Gaziantep	4,60	4,73	4,64	4,66	4,70	4,68
Hakkari	4,37	4,71	4,81	4,90	4,32	3,86
Kars	4,61	4,84	4,73	4,73	3,95	3,42
Malatya	1,85	1,93	1,90	2,20	1,99	2,41
Mardin	3,75	3,62	3,54	3,30	3,05	3,74
Muş	1,75	2,10	2,22	2,97	2,36	2,37
Siirt	2,91	3,84	3,93	4,04	3,54	4,99
Tunceli	4,13	3,91	3,65	4,17	4,22	4,30
Şanlıurfa	4,93	4,90	4,92	4,95	4,95	4,95
Van	3,13	3,20	3,80	4,26	4,22	4,12
Batman	3,53	3,55	3,58	3,74	3,73	3,58
Şırnak	2,83	2,82	2,86	3,75	3,28	2,95
Ardahan	3,92	3,92	3,88	4,04	4,08	4,04
Kilis	3,20	3,23	3,43	3,57	3,73	3,57

*Tabloda yer alan değerler her bir kriter için 1 ile 5 arasında verilen puanların ortalamasını ifade etmektedir.

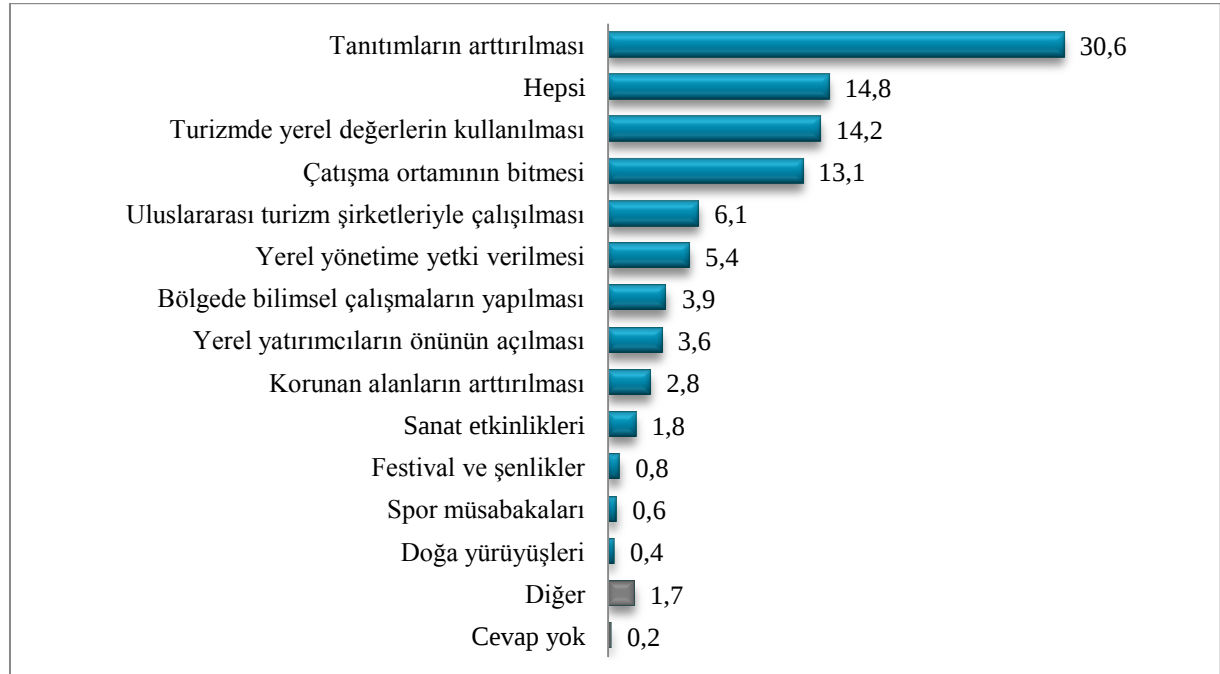
Bu illerde gerçekleştirilen mülakatlarda da, turizm çeşitlerinin her birine yönelik potansiyelin vurgulandığı ve araştırma konusu illerin değerlendirilmesi gereken turistik değerlerinin çeşitliliği ve farklı turizm çeşitlerinden her birinin gelişmeye müsait olduğu görülmektedir.

Doğal olarak, araştırmaya konu olan 22 ilin turizm imkanlarının çekiciliğinin aynı olması düşünülemez. Bazı illerin turistik potansiyelleri ve çekicilikleri, diğerlerine göre daha fazladır. Anket sonuçlarına göre, 5 üzerinden 4ün üzerinde fazla puan alarak turistik potansiyeli ve turizm imkanlarının çekiciliği görece daha fazla olduğu kabul edilen iller, sırasıyla Şanlıurfa (4,93), Adıyaman (4,66), Gaziantep (4,60), Hakkari (4,37), Elazığ (4,21) ve Tunceli (4,13)dir. Onları da, 5 üzerinden 3 ile 4 arasında puan alan şu iller izlemektedir: Ardahan (3,92), Erzurum (3,80), Mardin (3,75), Batman (3,53), Diyarbakır (3,48), Bingöl(3,26), Kilis (3,20), Van (3,13) ve Erzincan (3,07). Ancak, bu puanlama ve sıralamanın, gerçekleştirilen anket sonuçlarına göre yapılmış olduğu ve başka araştırmalarla desteklenmesi gerektiği hatırlanmalıdır.

4.5. Turizmin Gelişmesi İçin Yapılması Gereken En Önemli Faaliyet

Bu illerde turizmin gelişmesi için yapılması gereken en önemli faaliyetlerin sorulduğu anket sorusuna en fazla yanıtların artırılması (% 30,6) cevabı verilmiştir. Diğer cevaplar ise, en fazla taraftar bulan şıktan başlayarak “hepsi” (%14,8), turizmde yerel değerlerin kullanılması (% 14,2), “çatışma ortamının bitirilmesi” (% 13,1), “uluslararası turizm şirketleriyle çalışılması” (% 6,1), “yerel yönetime yetki verilmesi”(%5,4), “bölgede bilimsel çalışmaların yapılması” (% 3,9), “yerel yatırımcıların önünün açılması” (% 3,6), “korunan alanların artırılması” (% 2,8), “ sanat etkinlikleri” (% 1,8), “festival ve şenlikler” (% 0,8), “spor müsabakaları” (% 0,6), “doğa yürüyüşleri” (% 0,4) ve diğer faaliyetler” (% 1,7) olarak sıralanmaktadır.

Grafik 13: Turizmin Gelişmesi İçin Yapılması Gereken En Önemli Faaliyet



Mülakatlarda elde edilen diğer özgün öneriler arasında

- ✓ Van Gölü’ne vapur getirilerek düzenli ve ucuz seferler düzenlenmesi,
- ✓ Uluslararası dini etkinlikler (hafızlık yarışmaları vb) düzenlenmesi
- ✓ Devletin bütün kurumlarının koordineli çalışması

- ✓ Devlet, halk ve yerel yönetimlerin birlikte çalışması ve özel sektörün desteklenmesi
- ✓ Turizm planlaması yapılması ve vizyon geliştirilmesi
- ✓ Şehirlerin alt ve üst yapısının belediyeler tarafından yenilenmesi bulunmaktadır.

İller bazında, turizmin gelişmesi için yapılması gereken en önemli faaliyetler olarak şunlar öne çıkmaktadır:

- ✓ Adıyaman’da “tanıtımların arttırılması”
- ✓ Ağrı’da “hepsi”
- ✓ Bingöl’de “tanıtımların arttırılması”
- ✓ Bitlis’de “hepsi”
- ✓ Diyarbakır’da “turizmde yerel değerlerin kullanılması”, “tanıtımların arttırılması”, “uluslararası turizm şirketleriyle çalışılması”, “yerel yönetime yetki devredilmesi” ve “çatışma ortamının bitmesi”
- ✓ Elazığ’da “turizmde yerel değerlerin kullanılması”
- ✓ Erzincan’da “turizmde yerel değerlerin kullanılması” “diğer faaliyetler” ve yerel yönetimlere yetki devredilmesi”
- ✓ Erzurum’da “uluslararası turizm şirketleriyle çalışılması”, “tanıtımların arttırılması”, “korunan alanların artırılması” ve “bölgede bilimsel çalışmaların yapılması”
- ✓ Gaziantep’te “tanıtımların arttırılması”
- ✓ Hakkari’de “çatışma ortamının bitmesi”
- ✓ Kars’ta “hepsi”
- ✓ Malatya’da “turizmde yerel değerlerin kullanılması”, “tanıtımların arttırılması”, “uluslararası turizm şirketleriyle çalışılması” ve “sanat etkinlikleri”
- ✓ Mardin’de “turizmde yerel değerlerin kullanılması”, “tanıtımların arttırılması”, “uluslararası turizm şirketleriyle çalışılması” ve “bölgede bilimsel çalışmaların yapılması”
- ✓ Muş’ta “turizmde yerel değerlerin kullanılması” ve “hepsi”
- ✓ Siirt’te “çatışma ortamının bitmesi” ve “hepsi”
- ✓ Tunceli’de “turizmde yerel değerlerin kullanılması” ve “hepsi”
- ✓ Şanlıurfa’da “tanıtımların arttırılması” ve “çatışma ortamının bitmesi”
- ✓ Van’da “hepsi”, ve “yerel yönetime yetki devredilmesi”
- ✓ Batman’da “çatışma ortamının bitmesi”, “yerel yönetime yetki devredilmesi” ve “Yerel yatırımcıların önünün açılması”
- ✓ Şırnak’ta “bölgede bilimsel çalışmaların yapılması”, “çatışma ortamının bitmesi”, “turizmde yerel değerlerin kullanılması” ve “tanıtımların arttırılması”
- ✓ Ardahan’da “tanıtımların arttırılması”, “bölgede bilimsel çalışmaların yapılması” ve “hepsi”
- ✓ Kilis’te “korunan alanların artırılması”, “bölgede bilimsel çalışmaların yapılması”, “çatışma ortamının bitmesi” “Yerel yatırımcıların önünün açılması” ve “tanıtımların arttırılması”.

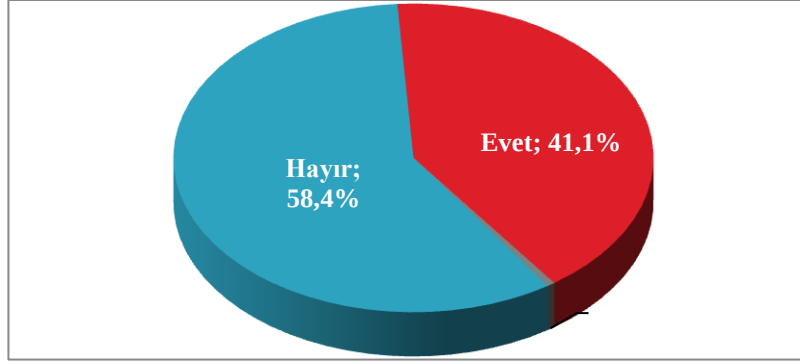
Tablo 7: İllere Göre Turizmin Gelişmesi İçin Yapılması Gereken En Önemli Faaliyetler

İl	Turizmde yerel lerin kullanılması	Uluslararası turizm şirketleriyle işılması	Yerel yönetime etki verilir	Yerel yatırımcıların önünü açılması	Korunan alanların artırılması	Bölgede bilimsel çalışmalara yapılması	Tanıtların artırılması	Çalışma ortamının bitmesi	Sanat etkinlikleri	Doğa yürüyüşleri	Spor müsabakaları	Festival ve şenlikler	Hepsi	Diğer	Cevap yok	Toplam
Adıyaman	6,1	3,8	3,8	0,8	-	-	70,2	13,0	-	-	-	-	0,8	1,5	-	100,0
Ağrı	1,7	1,7	-	-	-	-	2,5	17,5	-	-	0,8	0,8	75,0	-	-	100,0
Bingöl	6,9	-	-	-	-	6,9	65,5	15,5	-	-	-	-	1,7	3,4	-	100,0
Bitlis	2,7	-	-	-	-	-	1,4	25,7	-	-	2,7	2,7	59,5	5,4	-	100,0
Diyarbakır	17,1	13,4	13,4	9,1	7,4	3,1	16,5	12,8	2,6	-	2,0	1,7	0,6	-	0,3	100,0
Elazığ	72,1	4,1	9,0	0,8	1,6	-	0,8	-	-	-	-	-	1,6	9,8	-	100,0
Erzincan	44,6	-	10,7	7,1	-	-	3,6	-	-	-	-	-	-	33,9	-	100,0
Erzurum	9,5	21,9	6,5	5,9	14,8	10,1	18,9	2,4	6,5	1,8	-	1,8	-	-	-	100,0
Gaziantep	1,2	1,0	1,2	3,5	-	-	81,3	8,5	-	-	-	-	-	2,2	1,0	100,0
Hakkari	-	-	-	-	1,7	-	-	35,6	-	-	-	1,7	-	3,4	-	100,0
Kars	-	-	-	-	-	1,6	9,4	-	-	-	-	1,6	87,5	-	-	100,0
Malatya	26,2	18,9	5,5	2,4	5,5	2,4	21,3	3,0	11,0	0,6	1,2	1,2	0,6	-	-	100,0
Mardin	39,3	12,5	8,3	4,8	3,0	10,1	16,7	0,6	1,8	1,2	0,6	1,2	-	-	-	100,0
Muş	28,6	5,5	4,4	6,6	1,1	5,5	8,8	9,9	2,2	-	-	-	26,4	1,1	-	100,0
Siirt	1,5	-	-	-	-	-	1,5	52,9	-	-	-	-	44,1	-	-	100,0
Tunceli	56,5	-	8,7	4,3	-	-	-	-	-	-	-	-	17,4	8,7	4,3	100,0
Şanlıurfa	1,7	0,5	-	0,2	0,2	1,2	62,6	29,2	1,5	0,5	0,7	0,5	1,0	-	-	100,0
Van	14,0	7,7	10,6	2,1	-	-	-	0,4	-	-	-	-	65,1	-	-	100,0
Batman	9,2	3,3	17,5	13,3	6,7	7,5	15,0	24,2	1,7	-	0,8	0,8	-	-	-	100,0
Şırnak	18,3	2,9	1,9	1,0	-	34,6	16,3	20,2	1,0	2,9	-	1,0	-	-	-	100,0
Ardahan	4,0	-	8,0	4,0	4,0	12,0	32,0	4,0	12,0	4,0	-	4,0	12,0	-	-	100,0
Kilis	6,7	-	3,3	13,3	23,3	20,0	10,0	20,0	3,3	-	-	-	-	-	-	100,0

4.6. Baraj ve HES'lerin Bölge Turizmine Zarar Vermesi Durumu

Baraj ve hidro-elektrik santrallerinin bölgeye zarar vermesi durumuna ilişkin soruya % 58,4 oranında “hayır” ve % 41,1 oranında da “evet” cevabı verilmiştir. Bu durum, araştırma gerçekleştirilen illerde halkın çoğunluğunun hidro elektrik santrallerinin zararlı olmadığını düşündüğünü göstermektedir. Ancak, yine de %41,1 gibi yüksek sayılabilecek bir oranda vatandaşın da hidro elektrik santrallerinin faydaları konusunda ikna edilmesi ve bu santrallerin çevreye vereceği zararın minimize edilmesi için tedbir alınması gerektiği ortadadır.

Grafik 14: Baraj Ve HES'lerin Bölgeye Zarar Vermesi Durumu



Bu konuya ilişkin olarak,, mülakatlarda aşiret liderleri ve muhtarların genellikle HESlerin zararlı olmadığını belediye yöneticilerinin ise HESlerin zararlarının daha fazla olduğunu düşündükleri; siyasi parti temsilcileri, STK yöneticileri, akademisyenler, memurlar ve iş adamlarının arasında HESlerin faydalı en azından zararsız veya az zararlı olduğunu düşünenler olduğu gibi onları tehlike olarak görenlerin de bulunduğu anlaşılmaktadır. HESlere karşı çıkanların genellikle Hasankeyf gibi barajların tarihi ve doğal güzelliklere zarar verdiği kabul edilen birkaç örnek üzerinden düşüncelerini temellendirdikleri ve devletin alternatif enerji kaynaklarına yatırım yapması gerektiğine inandıkları görülmektedir.

Adıyaman, Diyarbakır, Elazığ, Erzurum, Hakkari, Siirt, Tunceli, Batman ve Ardahan illerinde halkın yarıdan fazlasının hidro-elektrik santralleri ve barajların bölgeye özellikle turizm ve çevre bağlamında zarar verip verdiği kanaatinde olmasına karşın, araştırma konusu diğer illerde HES'lerin çevreye ve turizme zarar vermediğini düşünenlerin oran olarak daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 8: İllere Göre Baraj Ve HES'lerin Bölgeye Zarar Vermesi Durumu

İL	Evet, zarar veriyor	Hayır, zarar vermiyor	Cevap yok Fikrim yok	Toplam
Adıyaman	61,1	38,9	-	100,0
Ağrı	35,0	65,0	-	100,0
Bingöl	37,9	58,6	3,4	100,0
Bitlis	37,8	62,2	-	100,0
Diyarbakır	51,3	48,7	-	100,0
Elazığ	95,1	4,9	-	100,0
Erzincan	46,4	53,6	-	100,0
Erzurum	75,1	24,9	-	100,0
Gaziantep	4,7	95,3	-	100,0
Hakkari	69,5	30,5	-	100,0
Kars	32,8	64,1	3,1	100,0
Malatya	38,4	61,0	0,6	100,0
Mardin	37,5	62,5	-	100,0
Muş	27,5	72,5	-	100,0
Siirt	80,9	19,1	-	100,0
Tunceli	91,3	8,7	-	100,0
Şanlıurfa	16,5	83,3	0,2	100,0
Van	47,7	48,5	3,8	100,0
Batman	69,2	30,8	-	100,0
Şırnak	31,7	68,3	-	100,0
Ardahan	64,0	36,0	-	100,0
Kilis	26,7	70,0	3,3	100,0

4.7. İllere Göre Turistlik Değerler

Görüldüğü gibi; Adıyaman tarih turizmi, Ağrı tarih ve doğa turizmi, Bingöl doğa turizmi, Bitlis tarih turizmi, Diyarbakır tarih turizmi, Elazığ doğa ve tarih turizmi, Erzincan kültür ve doğa turizmi, Erzurum tarih ve doğa turizmi, Gaziantep tarih turizmi, Hakkari doğa turizmi, Kars tarih turizmi, Malatya tarih turizmi, Mardin tarih turizmi, Muş tarih ve doğa turizmi, Siirt tarih ve inanç turizmi, Tunceli doğa ve kültür turizmi, Şanlıurfa doğa turizmi, Van doğa ve tarih turizmi, Batman tarih turizmi, Şırnak inanç ve doğa turizmi, Ardahan tarih turizmi ve Kilis kültür ve tarih turizmi potansiyeline sahip olarak algılanmaktadır.

Araştırma gerçekleştirilen illerin hangi turizm çeşidi konusunda potansiyeli olduğu konusundaki anket sorusuna verilen cevaplar, illerin potansiyeli olan turizm çeşitlerine göre şöyle gruplandırılabilmelerine imkan tanımaktadır:

1. Tarih Turizmi: Adıyaman, Ağrı, Bitlis, Diyarbakır, Elazığ, Erzurum, Gaziantep, Kars, Malatya, Mardin, Muş, Siirt, Van, Batman, Ardahan ve Kilis.
2. Kültür Turizmi: Erzincan, Tunceli ve Kilis.
3. Doğa Turizmi: Ağrı, Bingöl, Elazığ, Erzincan, Erzurum, Hakkari, Muş, Tunceli, Şanlıurfa, Van ve Şırnak.
4. Sağlık Turizmi: -
5. İnanç Turizmi: Siirt ve Şırnak
6. Sahip olduğu önemli bir değer olmayan il: -

Mülakatlarda, her ilde o ilin önemli kültürel, dini, toplumsal, tarihi veya doğal değerleri veya eserlerinin zikredildiği görülmektedir. Bunlar arasında en fazla telaffuz edilenler olarak Van Gölü, Van Kalesi, Diyarbakır surları, Bölge halkının dini inancı, Diyarbakır Ulu Camii, Bingöl'deki yüzen ada, Muş Ovası, Murat Köprüsü, çeşitli türbeler, Akdamar adası, Malabadi köprüsü, müzeler, kültür evleri, hanlar, hamamlar, karpuz festivali, ters lale, Malazgirt Arak kilisesi, kaplıcalar, kahvaltı, yiyecek kültürü, Hevsel Bahçeleri, peygamber kabirleri, kış - doğa turizmi, çeşitli yayla ve göller, Van kedisi dikkati çekmektedir.

Tablo 9: İllere Göre Turistik Değerler

İl	Tarihi Turizm İmkanları	Kültürel Turizm İmkanları	Doğa Turizmi	Sağlık Turizmi	İnanç Turizmi	Sahip olduğu önemli bir değer yok	Cevap yok- Fikrim yok	Toplam
Adıyaman	90,1	-	2,3	-	3,8	-	3,8	100,0
Ağrı	59,2	-	32,5	-	-	-	8,3	100,0
Bingöl	-	-	79,3	13,8	-	-	6,9	100,0
Bitlis	63,5	4,1	28,4	-	1,4	-	2,7	100,0
Diyarbakır	72,9	5,4	10,0	-	9,1	-	2,6	100,0
Elazığ	26,2	19,7	30,3	18,0	1,6	0,8	3,3	100,0
Erzincan	14,3	42,9	25,0	1,8	-	-	16,1	100,0
Erzurum	39,6	13,6	25,4	6,5	10,7	-	4,1	100,0
Gaziantep	94,3	1,0	3,5	-	-	-	1,2	100,0
Hakkari	1,7	-	93,2	-	-	-	5,1	100,0
Kars	82,8	6,3	7,8	-	-	-	3,1	100,0
Malatya	70,7	4,3	20,1	-	-	-	4,9	100,0
Mardin	72,0	8,3	1,2	-	3,6	-	14,9	100,0
Muş	45,1	2,2	24,2	1,1	-	-	27,5	100,0
Siirt	44,1	-	2,9	-	47,1	-	5,9	100,0
Tunceli	13,0	26,1	47,8	8,7	-	-	4,3	100,0
Şanlıurfa	16,7	,2	80,8	-	2,2	-	-	100,0
Van	28,9	11,5	40,4	-	12,3	-	6,8	100,0
Batman	80,0	-	1,7	-	,8	-	17,5	100,0
Şırnak	7,7	10,6	35,6	-	39,4	2,9	3,8	100,0
Ardahan	76,0	12,0	4,0	8,0	-	-	-	100,0
Kilis	33,3	50,0	3,3	-	3,3	-	10,0	100,0

SONUÇ

Doğu ve Güneydoğu Bölge halkı, genelde olumlu çağrışımlarla andıkları turizmi en çok “ekonomiyi geliştiren bir faaliyet” olarak algılamaktadırlar. Ayrıca turizm, tarihi ve turistik alanların gelişmesi; halkın kaynaşması için bir fırsat, doğal ve tarihi alanların değerlendirilmesi olarak algılanmaktadır. Halk, genelde turizm faaliyetlerini oldukça yüksek oranda yetersiz bulmaktadır. Bölgedeki turizmin gelişmemesinin nedenleri arasında “tanıtımların yetersizliği” ve “turizm bilincinin eksik olması” en büyük payı oluşturmaktadır. Ayrıca, “Devletin turizm yatırımı yapmaması”, “altyapının yetersizliği”, “eğitim yetersizliği”, “devletin taraflı ve ayrımcı davranması”, “siyasi olaylar ve çatışma ortamı”, “yerel halkta ve bölgedeki yetkililerde bilinç eksikliği”, “doğru yatırımların yetersizliği” gibi nedenler de bölgedeki turizmin gelişmemesinde en önemli faktörlerdir. Turistik potansiyeli ve turizm imkânlarının çekiciliği görece daha fazla olduğu kabul edilen iller sırasıyla, Şanlıurfa, Adıyaman, Gaziantep, Hakkâri, Elazığ ve Tunceli’dir.

Bölgede turizmin gelişmesi için yapılması gerekenler, “tanıtımların artırılması”, “turizmin pazarlanmasında yerel değerlerin kullanılması”, “çatışma ortamının bitirilmesi”, “uluslararası turizm şirketleriyle çalışılması”, “Devlet, halk ve yerel yönetimlerin birlikte çalışması ve özel sektörün desteklenmesi”, “Devletin bütün kurumlarının koordineli çalışması”, “Kentlerin alt ve üst yapısının belediyeler tarafından yenilenmesi” en önemlisi de “Turizm planlaması yapılması ve vizyon geliştirilmesi” olarak sıralanmıştır.

Bölgedeki halkın yarısından biraz fazlası, Hidro-Elektrik Santrallerini zararlı bulmamaktadır. Ancak bölgenin önde gelen kanaat önderleri, HES’ler konusunda farklı toplumsal katmanlara ayrılmaktadırlar. Aşiret liderleri ve muhtarlar, genellikle HES’lerin zararlı olmadığını; belediye yöneticileri, HES’lerin zararlarının daha fazla olduğunu düşündükleri; siyasi parti temsilcileri, STK yöneticileri, akademisyenler, memurlar ve işadamlarının arasında HES’lerin faydalı, en azından zararsız veya az zararlı olduğunu düşünenler olduğu gibi onları tehlike olarak görenlerin de bulunduğu anlaşılmaktadır. Adıyaman, Diyarbakır, Elazığ, Erzurum, Hakkâri, Siirt, Tunceli, Batman ve Ardahan illerinde halkın yarısından fazlasının hidro-elektrik santralleri ve barajların bölgeye özellikle turizm ve çevre bağlamında zarar verdiği kanaatinde olmasına karşın; araştırma konusu diğer illerde ise HES’lerin çevreye ve turizme zarar vermediğini düşünenlerin oran olarak daha fazla olduğu görülmektedir.

Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesinde Tarih Turizmi, Adıyaman, Ağrı, Bitlis, Diyarbakır, Elazığ, Erzurum, Gaziantep, Kars, Malatya, Mardin, Muş, Siirt, Van, Batman, Ardahan ve Kilis; Kültür Turizmi, Erzincan, Tunceli ve Kilis; Doğa Turizmi, Ağrı, Bingöl, Elazığ, Erzincan, Erzurum, Hakkâri, Muş, Tunceli, Şanlıurfa, Van ve Şırnak; İnanç Turizmi, Siirt ve Şırnak illerinde ön plana çıkmaktadır. Bölgenin en önemli turizm değerleri ise, Van Gölü, Van Kalesi, Diyarbakır surları, Bölge halkının dini inancı, Diyarbakır Ulu Camii, Bingöl’deki yüzen ada, Muş Ovası, Murat Köprüsü, çeşitli türbeler, Akdamar adası, Malabadi köprüsü, müzeler, kültür evleri, hanlar, hamamlar, karpuz festivali, ters lale, Malazgirt Arak kilisesi, kaplıcalar, kahvaltı, yiyecek kültürü, Hevsel Bahçeleri, Peygamber kabirleri, kış - doğa turizmi, çeşitli yayla ve göller, Van kedisi dikkati çekmektedir.

Öneriler

Turizm faaliyetlerinin geliştirilmesinde başta merkezi yönetim olmak üzere belediyelerin, il özel idarelerinin, turizm derneklerinin, meslek odalarının ve üniversitelerin koordinasyon içerisinde ve belirli bir strateji çerçevesinde çalışmasına ihtiyaç bulunmaktadır. Turizmin geliştirilmesinde merkezi yönetimin birincil derecede sorumlu olması, ancak uygulama

konusunda yerel yönetimlerin de destekleyici hizmetler yürütmesi, turizmin planlaması ve geliştirilmesinin öncelikle yerel yönetimlerin görevi olması gerektiği ancak merkezi yönetimin de yerel yönetimlere başta mali kaynak aktarmak olmak üzere çeşitli şekillerde desteklemesi gerekmektedir. Turizmi esas olarak merkezi yönetimin bir fonksiyonu olarak görmekle birlikte, turizmin geliştirilmesinde yerel yönetimlerin kolaylaştırıcı rol oynayabileceği ve bu nedenle merkezi yönetim-yerel yönetim işbirliğinin sağlanması gereklidir.

Turizmin gelişmesi için, “tanıtımların artırılması”, “yerel değerlerin kullanılması”, “çatışma ortamının bitirilmesi”, “uluslararası turizm şirketleriyle çalışılması”, “yerel yönetime yetki verilmesi”, “bölgede bilimsel çalışmaların yapılması”, “yerel yatırımcıların önünün açılması”, “korunan alanların artırılması”, “sanat etkinlikleri, festival ve şenlikler düzenlenmesi”, “spor müsabakaları ve doğa yürüyüşleri düzenlenmesi” yapılması gereken en önemli faaliyetlerdendir.

Bölgenin önemli değerlerinden olan “Van Gölü’ne vapur getirilerek düzenli ve ucuz seferler düzenlenmesi”; “uluslararası dini etkinlikler (hafızlık yarışmaları vb.) düzenlenmesi”; “devletin bütün kurumlarının koordineli çalışması”; “devlet, halk ve yerel yönetimlerin birlikte çalışması ve özel sektörün desteklenmesi”; “turizm planlaması yapılması ve vizyon geliştirilmesi”; “şehirlerin alt ve üst yapısının belediyeler tarafından yenilenmesi” de Bölgedeki turizmin geliştirilmesi için diğer gerekli öncelikler arasında yer almaktadır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın, bölgede turizmin geliştirilmesi için aşağıdaki faaliyetlere yoğunlaşması gerekmektedir:

- Her ildeki kültür ve doğa varlıklarının envanterinin çıkarılması
- Bölgede ana turistik çekim merkezleri oluşturularak buraların marka haline getirilmesi, Örneğin Van Gölü, Muş Ovası, Diyarbakır Surları, vb.
- Bölgedeki kültürel - turistik bütün yerlerin eksiklerinin tamamlanması ve altyapının iyileştirilmesi
- Cami, tekke, kilise, türbe, zaviye vb. dini yapıların restore edilmesi ve çevre düzenlemeleriyle yollarının iyileştirilerek inanç turizmine açılmaya devam etmesi
- Unutulmuş tarihi yerlerin restorasyonu ve buralardaki kültürel unsurların geleceğe aktarılması konusunda yazılı ve görsel tanıtım çalışmaları
- Bakanlığın diğer merkezi ve yerel yönetim kuruluşları, uluslararası kuruluşlar, STK’lar ve özel sektör ile koordinasyon sağlaması, ortak projelerin geliştirilmesi
- Başta belediyeler, özel sektör ve STK’lar olmak üzere, turizmi geliştirmek amacıyla çalışan kurumlara bakanlığın teknik bilgi ve uzmanlık desteği sunması,
- Belediyelerin turizmi geliştirme faaliyetlerinin maddi olarak desteklenmesi
- Doğu ve Güneydoğudaki illerdeki değişik turizm çeşitlerine ilişkin potansiyelin uluslararası düzeyde çok yönlü olarak tanıtılması
- Uluslararası şirketlerin bu illere yatırım yapması ve turist getirmesinin sağlanması
- İç turizmin geliştirilmesi amacıyla, her ildeki turistik bölge ve tesislere düzenli ziyaret ve ulaşım seferleri ile tanıtıcı etkinliklerin düzenlenmesi
- Doğu ve Güneydoğu Bölgelerinin imajını olumsuz etkileyen, insanların güvenli bir şekilde seyahat etmelerini engelleyen ve turizm yatırımcılarının da önlerini görmelerine engel olan çatışmaların bitirilerek çözümün sağlanması

- Turistler için yabancı dil bilen rehberler yetiştirilmesi, otel görevlileri ve turistik mekân çalışanlarının turizm uzmanlarınca eğitilmeleri.
- Yerel halkın turizm ve getirileri ile turistlere davranış konularında eğitilmesi için başta Milli Eğitim Bakanlığı, yerel yönetimler ve yerel STK'lar olmak üzere, ilgili kişi ve kurumlarla ortak projeler geliştirilmesi ve turistlere olumsuz davranışların engellenmesi
- Sadece tarih ve doğa turizmi değil, başta kaplıca ve sağlık turizmi olmak üzere, diğer turizm türlerine de yatırım yapılması
- Çevre illerdeki insanları bir araya getiren şenlik, festival, fuar vb. etkinlikleri büyük boyutlarda ve profesyonel olarak Bakanlığın düzenlemesi

Bu makalede sonuçları paylaşılan araştırmanın yapıldığı tarihlerden hemen sonrasına denk gelen tarihlerde, Çözüm Süreci olarak nitelenen dönem sona ermiş gözükmemekte; bölge terör hadiselerinin cereyan ettiği bir dönemece girmiş bulunmaktadır. Böylesine bir dönemde, turizm faaliyetleri neredeyse hiç yok denecek seviyeye gerilemiş durumda olup turistler can güvenliği endişesiyle bölgeden ayrılmakta ya da bölgeyi ziyaretlerini ertelemektedirler. Buradaki temel önerimiz, bir an evvel bölgenin eski huzurlu günlerine dönmesi; toplumsal kaynaşmayı sağlayacak turizmin yeniden canlanmasının sağlanmasıdır. Ancak şunu da ilave etmek gerekmektedir: doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesinde 22 il mevcuttur ve her bir ildeki olayların yoğunluğu ya da şiddeti, birbirinden oldukça farklıdır. Aslında çok az ilde hatta aynı ilin sadece birkaç ilçesinde yoğun terör hadiseleri mevcuttur. Bu nedenle, merkezi yönetim ve yerel yönetimler ile turizm sektörünün diğer paydaşları inisiyatif alıp Doğu ve Güneydoğu Anadolu'nun en azından bazı büyük kültür ve turizm kentlerinin güvenliğine dair olumlu mesajlar da verebilecek yeni turizm hamleleri ve toplumsal ve kültürel "ortaklaşılığı" artıracak yeni projeler sunmaları faydalı olacaktır.

Kaynaklar:

- Akpınar, E. (2007). "Türkiye'nin Dünya Mirası Listesi'ndeki Yeri ve Yeni Bir Aday Önerisi", *Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt-Sayı: 9-1, s:81-106.
- Aydın, S. ve Erdal, S. Y. (2007), *Antropoloji*, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, Eskişehir.
- Cabrini, L., (2003) "Cultural Tourism: Opportunities and Challenges", *Regional Representative for Europe, WTO*, Luxembourg, accessible at www.worldtourism.org/regional/europe.
- Cengiz, H., Eryılmaz, S. S., Eryılmaz, Y., The Importance of Cultural Tourism in the EU Integration Process, 42nd ISOCaRP Congress 2006
- Dönmezer, S. (1994), *Toplumbilim*, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- Emekli, G. (2005), "Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları ve Türkiye'de Kültürel Turizm", *Ege Coğrafya Dergisi*, Sayı: 14, 99-107.
- Emekli, G. (2006), "Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm", *Ege Coğrafya Dergisi*, Sayı: 15, 51-59.
- Gülcan, B. (2010), "Türkiye'de Kültür Turizminin Ürün Yapısı ve Somut Kültür Varlıklarına Dayalı Ürün Farklılaştırma İhtiyacı", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2/1, 99-120.
- <http://www.millisaraylar.gov.tr>
- <http://www.unesco.org/en/list>
- Hughes, H. and Allen, D., (2005) "Cultural Tourism in Central and Eastern Europe: The Views of Induced Image Formation Agents", *Tourism Management*, Vol. 26, pp. 173-183.
- Kottak, C. P. (2003), *Antropoloji: İnsan Çeşitliliği Üzerine Bir Bakış*, Ütopya Yayınevi, İstanbul.

- Landry, C., (2003) “Imagination and Regeneration: Cultural Policy and The Future of Cities”, Council of Europe, Cultural Policy and Action Department, Strasbourg, accessible at http://www.coe.int/T/E/Cultural_Co-operation/Culture/Completed_projects/
- Maslow, A. H., (1970), *Motivation and Personality* (2nd Ed.). New York: Harper and Row.
- Xavier, G. (2004), “Is Heritage an Asset or a Liability?”, *Journal of Cultural Heritage*, 5, 301-309.
- Tok, C., (2002) “ Kültür Turizmi”, *II. Turizm Ŗurası Bildirileri* III. Cilt, : Ankara: Turizm Bakanlığı.