



Tourism and Recreation

<https://dergipark.org.tr/tourismandrecreation>

E-ISSN: 2687-1971

Turizm paydaşlarının Şırnak inanç turizmine yönelik algıları

Perceptions of tourism stakeholders towards religious tourism in Şırnak

Zeki ŞENEL^{1*}, Sedat ÇELİK²

¹Şırnak Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ekoturizm Rehberliği Anabilim Dalı, zeki5093@gmail.com, 0000-0002-7803-0651

²Şırnak Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği Bölümü, sedattcelik@gmail.com, 0000-0002-4541-6355

MAKALE BİLGİSİ/ARTICLE INFO

Araştırma / Research Article

Anahtar Kelimeler:

İnanç Turizmi, Şırnak, Turizm, Kültür, Din Turizmi, Turizm Paydaşları

Key Words:

Faith Tourism, Şırnak, Tourism, Culture, Religious Tourism, Tourism Stakeholders

Gönderme Tarihi/Received Date:

06.08.2023

Kabul Tarihi/Accepted Date:

30.09.2023

Yayımlanma Tarihi/Published Online:

31.12.2023

DOI:

[10.53601/tourismandrecreation.1338519](https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1338519)

ÖZET

Geçmiş MÖ 6 binli yıllara dayanan Şırnak ili farklı inançlara sahip toplumların bir arada yaşamaya devam ettiği ender yerlerden biridir. Bundan dolayı Şırnak ilinde farklı inançlara sahip toplumlara ait inançsal değerler varlığını devam ettirmektedir. Ancak bu değerlerin neler olduğu henüz pek bilinmemektedir ve bu değerler yeteri kadar araştırılmamıştır. Bu kapsamda, çalışmanın temel amacı, turizm paydaşlarının Şırnak inanç turizmi potansiyeline yönelik algılarını ve inanç turizmi değerlerini ortaya koymaktır. Bu amaç çerçevesinde, nitel araştırma yöntemlerinden durum desenin kullanılması uygun görülmüştür. Çalışma grubu maksimum çeşitlilik ve ölçüt örnekleme teknikleri kullanılarak oluşturulmuştur. Çalışma grubundan (n:17) veri toplamak için derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Toplanan veriler içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Araştırma bulgularına göre katılımcılar; Hz. Nuh Tufanı, önemli kişiler, dini yapılar ve inanç mozaiği kategorileri çerçevesinde Şırnak'ın önemli bir inanç turizmi potansiyelini barındırdığını belirtmişlerdir. Ancak katılımcılar bu potansiyelin etkin bir şekilde kullanılmadığını ifade etmişlerdir. Bunun nedenleri ise; olumsuz şehir algısı, halkın bilinçsiz olması, ekono-mik sorunlar, altyapı-üstyapı sorunları ve bürokrasi engeli olarak ifade edilmiştir. Araştırma sonunda Şırnak ilinin sahip olduğu inanç turizmi potansiyelinin daha etkin bir şekilde kullanılması için birtakım önerilerde bulunulmuştur.

ABSTRACT

The province of Şırnak, which dates back to 6 thousand BC, is one of the unique places where societies with different beliefs continue to live together. Therefore, religious values belonging to societies with different beliefs continue to exist in Şırnak. However, it is not yet known what these values are and these values have not been sufficiently researched. In this context, the main purpose of the study is to reveal the perceptions of tourism stakeholders towards the faith tourism potential of Şırnak and the values of faith tourism. Within the framework of this purpose, it was decided to use the case study design, which is one of the qualitative research methods. The study group was formed using maximum diversity and criterion sampling techniques. In-depth interview technique was used to collect data from the study group (n: 17). The collected data were evaluated by content analysis. According to the findings of the research, the participants stated that Şırnak has an important religious tourism potential within the framework of the categories of Noah's Flood, famous persons, religious buildings and mosaic of beliefs. However, the participants stated that this potential could not be utilized effectively. The reasons for this are; negative perception of the city, lack of awareness of the people, economic problems, infrastructure-superstructure problems and bureaucracy obstacles. At the end of the research, some suggestions were made for a more effective use of the faith tourism potential of Şırnak province

1. Giriş

İnsanlar, geçmişte de günümüzde de inanç değerlerini ziyaret etmektedirler. Özellikle son dönemlerde ulaşım teknolojisinin gelişmesi seyahatlerin daha rahat yapılmasını sağlamıştır. Artık dünyanın bir ucundan diğer ucuna gitmek eskiye göre çok daha kolay hale gelmiştir. İnsanlar yılın belirli dönemlerinde veya herhangi bir zamanda, inandıkları değerlere çeşitli etkinlikler altında (dini festivaller, dini etkinlikler, dini ayinler ve hac yolculukları vb.) ziyaret gerçekleştirmektedirler

(Yüksel, 2019). Bu durum inanç turizmini geliştirmektedir. Usta (2005: 1)'ya göre inanç turizmi: "İnsanların, sürekli yaşam alanları dışında, ticari kazanç amacına dayanmayan, çıkış noktası inançları gereği dini vecibelerini yerine getirmek dini açıdan önemli gördükleri kutsal yerlerde en az bir gece konaklamadan oluşan geçici seyahatlerin ortaya çıkardığı ekonomik ve sosyal nitelikli ilişkiler bütünüdür" (Usta, 2005: 1).

İnsanların inandıkları dine ait birtakım özellikler ve kurallar vardır. İnsanları manevi yönden rahatlatan

* Sorumlu yazar /Corresponding author.

Ekoturizm Rehberliği Uzmanı, zeki5093@gmail.com, 0000-0002-7803-0651

önemli unsurlardan ikisi dua ve ibadettir. Bu iki kavramı gerçekleştirmek için yapılan yolculuklara, hac seyahatleri denilmektedir. Varlığını kabullendiren dinler, kutsal mekânlar ve eserler bırakmışlardır (Alparlan, 2016). Örneğin; Müslümanlarda hac ve umre ibadetleri için Mekke-Medine, Musevilerde Ağlama Duvarı, Hristiyanlarda Vatikan. Burada insanlar yılın belirli zamanlarında manevi duygularını rahatlatmak amacıyla ziyaretler gerçekleştirmektedirler. İnsanlar sadece dini duygularını pekiştirmek için seyahat yapmamaktadırlar. Merak ve farklı dinlerin inancını görmek isteyen turistler de inanç turizmi faaliyetinde bulunmaktadırlar (Yılmaz vd., 2013).

Ülkeler, içinde barındırdığı farklı toplumlara ait inanç merkezlerini koruma altına almaktadır. Çünkü bu inanç merkezleri milyonlarca turist tarafından ziyaret edilmekte (Cànoves vd., 2012: 285) ve ülke ekonomisine önemli katkılar sunmaktadır. Örneğin; İslamiyet için Arabistan'daki Mekke-Medine şehirleri, Hristiyanlarda Roma, Budistlerde ise Tibet'te yapılan hac ziyareti ülke ekonomisine çok ciddi katkı sağlamaktadır. Türkiye'de de birçok inanç yeri (St. Nicola Kilisesi, St. Pierre Anıt Müzesi, Pisidia Antik Kenti, Konya Mevlana Türbesi, Siirt Veysel Karani Türbesi vs.) bulunmakta ve ziyaret edilmektedir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Tarsus, Hatay, Gaziantep, Şanlıurfa ve Mardin'i kapsayan bir İnanç Turizmi Koridoru oluşturularak kalkınmaya katkı sunulması hedeflenmiştir (Çavuş ve Kadirhan, 2022). Türkiye'de var olan bu koridor ve ziyaret edilen inanç merkezleri dışında, henüz özel-kamu kurumlarının pek bilmediği ancak görülmeye değer önemli inanç değerleri mevcuttur. Araştırmanın yapıldığı Şırnak; inanç değerleri açısından oldukça zengin ancak bilimsel olarak ortaya konulmayan ve pek bilinmeyen yerlerden biridir. Bundan dolayı araştırmada turizm paydaşlarının Şırnak inanç turizmi potansiyeline yönelik algılarını ve inanç turizmi değerlerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Şırnak inanç turizmi açısından hangi değerlere sahiptir? Var olan potansiyel yeterince değerlendirilebiliyor mu?, İnanç turizminin geliştirilmesine yönelik görüşler nelerdir?, İnanç turizmi gelişirse halkın tutumu nasıl olur?, İnanç turizmine yönelik sorunlar ve çözüm önerileri nelerdir? gibi araştırma problemlerine bu çalışmada cevap aranmıştır. Çalışmada inanç turizmi kavramına değinilmiş, yapılan çalışmalar ele alınmış daha sonra yöntem ve bulgu kısımları ortaya konularak, sonuç ve öneriler ile çalışma tamamlanmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

İnanç turizmi, turizmin en eski çeşitlerinden biri olup giderek gelişmektedir (Iliev, 2020: 131). Blackwell'e (2007) göre inanç turizmi, "dini faaliyetleri ve yerleri veya sanat, kültür ve gelenek ile ilgili cazibe merkezlerini deneyimlemek için belirli turistik yerlere yapılan seyahatlerdir." İnsanların, inanç turizmine katılma nedenleri çeşitlilik arz etmektedir. Wright (2007: 14)'a göre hac yolculuğu, misyonerlik, gemi yolculukları, boş zaman/kaçamak, konferanslar, destinasyonlar/çekicilikler, inzivaya çekilme, Hristiyan kampları, macera/aktivite, gönüllü seyahat ve öğrenci/gençler inanç turizmine katılma şekilleridir. İnanç turizmine katılımda maneviyat oldukça önemli olup, bazı amaçları söz konusu olabilmektedir. Bu amaçlar (Wright, 2007);

- Aynı din ve amaç için bir araya gelmek
- Dini toplantı/konferanslar düzenlemek
- İnanılan dinin değerlerini yaymak
- Din için kurban vermek, şükranlarını sunmak,
- Toplum tarafından değer görmek,
- Hac görevini yerine getirmek.

İnanç turizmine katılanların asıl amaçları gerçekten ibadet midir? Yoksa gezerken uğramak mıdır? Bu soruların cevaplarını Smith (1992) inanç turizmini hac turizmi, inanç turizmi ve genel turizm şeklinde sınıflandırarak cevaplamıştır. Bu çerçevede hacca gidenlerin daha çok dinsel motivasyon ile gittiği, inanç turizmine katılanların ise kutsallık ve dünyevi unsurlardan dolayı gittiği, diğer turist tiplerinin ise turizme katılmak ve turistik deneyim yaşamak için seyahat ettikleri (Smith, 1992) ifade edilmiştir. Bu durumda hac için giden dindar turist ile seküler turist tipolojileri ortaya çıkmaktadır.

İnanç turizmi, sektörel olarak gelişme göstermekle birlikte, inanç turizmine yönelik bilimsel çalışmalar da giderek artmaktadır. Rivas (2021) makalesinde, Filipinlilerin inancını oluşturan Şamanizm inancının halkın geçim kaynağı olduğunu ifade etmiştir. Covid-19 salgının dünyaya yayılması ile, insanların bir yerden başka bir yere gitmesini engellemiştir. Rivas çalışmasında bu durumun Filipin halkının ekonomik sıkıntılar çekmesine neden olduğu sonucuna varmıştır. Abad ve Alonsozana (2020) çalışmalarında, Tagaytay şehrinde yer alan sekiz tur operatörünün inanç turizmi hakkındaki algılarını ortaya koymayı amaçlamışlardır. Çalışmada, odak grup görüşmesi, doküman inceleme ve anket yöntemi kullanılmıştır. Katılımcılardan elde edilen verilere dayanarak, Tagaytay şehrinin inanç turizmi yönünden bir potansiyeli olduğu, şehrin inanç yönünden güçlü bir konumda olduğu tespit edilmiştir. Turan (2020) araştırmasında Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki, inanç turizmi potansiyelinin var olup olmadığını ortaya koymayı amaçlamıştır. Ayrıca bölgede var olan inanç turizminin geliştirilmesi için yapılması gerekenleri irdelemiştir. Çalışmada elde edilen veriler neticesinde, insanların kitle iletişim araçlarını daha etkin kullanması gerektiğini vurgulamıştır. Ayrıca Turan (2020), bölgenin tanıtımı için yurtiçi ve yurtdışında bulunan turist rehberlerine ve turist acentelerine büyük sorumluluklar düştüğünü ifade etmiştir. Turizm paydaşlarının desteği ile Doğu Karadeniz Bölgesi'nde var olan inanç turizmi potansiyelinin açığa çıkarılabileceğini belirtmiştir. Diğer bir çalışmada Giusca (2020), Romanya'yı ziyaret eden turistlerin hangi amaçla seyahat ettiklerini ortaya çıkarmıştır. Giusca (2020) bu araştırmada gözlem ve bölgeyi ziyaret eden turistler ile görüşme yaparak, onların algılarını ortaya koymaya çalışmıştır. Çalışmanın sonucunda Romanya'da çok sayıda kilise, manastır ve çeşitli dinlere ait dini destinasyonlar olduğunu tespit etmiştir. Ezenağu ve Okpoko (2020) ise makalelerinde inanç turizmi yönünden son yıllarda giderek popüler hale gelen Nijerya'daki, Osun Osogbo festivaline katılanların, festivale katılma nedenlerini araştırmıştır. Araştırma sonucunda birçok turistin geliş amacının hastalık, işsizlik, yoksulluk duygusal çöküntü gibi nedenlerden dolayı burayı ziyarette bulunduğunu bulgulamışlardır. Yukarıda açıklanan bazı çalışmalar ve literatür dikkate alındığında; inanç turizmi potansiyelinin (Bingöl, 2004; 2011; Arınc, Eykay vd., 2015; Başçı, 2018), inanç turizmi için gelen kişilerin motivasyonlarının/geliş nedenlerinin (Turan, 2020), memnuniyet düzeylerinin

(Hassan vd., 2022), inanç turisti tipolojisinin (Smith, 1992), inanç turizmi çekim yerlerinin (Sargın, 2006; Stamenković vd., 2009; Simone-Charteris ve Boyd, 2011; Alsarayreh ve Dalaene, 2012; Kaya vd., 2013), inanç turizminin ekonomik (Egresi vd., 2012) ve sosyo-kültürel etkilerinin (Gupta ve Raina, 2009) belirlenmesine ve literatür araştırmasına (Iliev, 2020; Das vd., 2023) yönelik çalışmaların yapıldığı görülmektedir.

3. Yöntem

3.1. Araştırma Alanı/Sahası

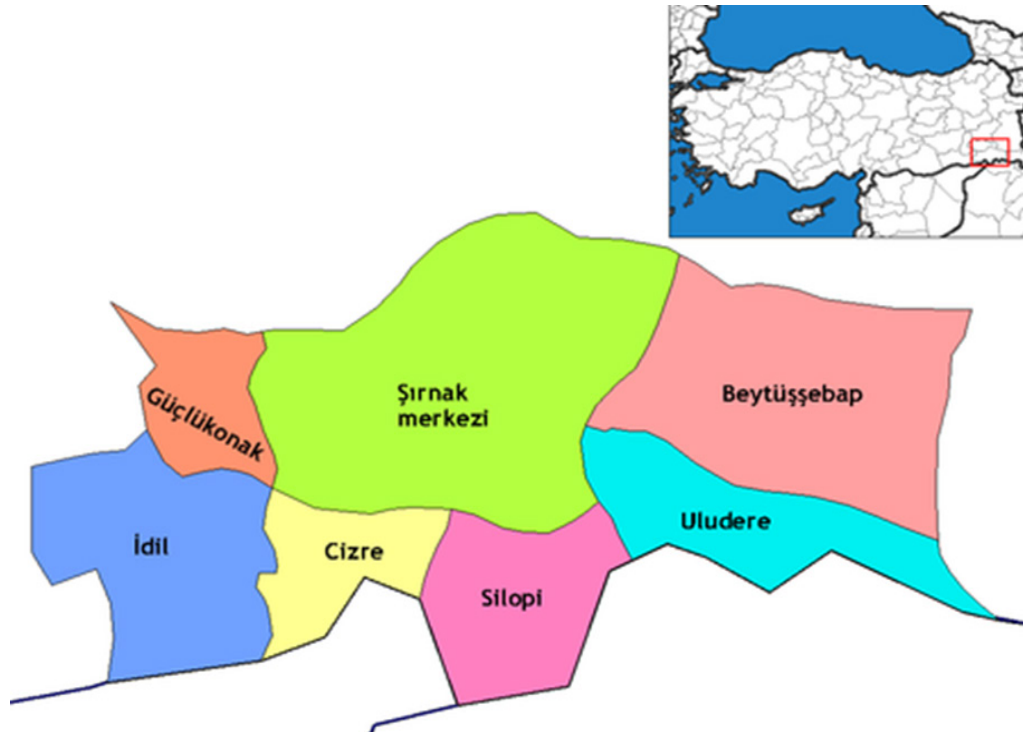
Araştırma Şırnak'ta gerçekleştirilmiştir. Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK] (2022) güncel 2021 verilerine göre; ilin nüfusu 546.589 kişiden oluşmaktadır (TÜİK, 2022). İlin bir kısmı (4/3) Güneydoğu Anadolu, diğer kısmı ise (1/4) Doğu Anadolu bölgesinde, 37.31' kuzey enlemleri ile 42.28' doğu boylamları arasında yer almaktadır. İlin toplam yüz ölçümü 7.172 km yaklaşık 1300-1400 metre arası rakım ile deniz seviyesine yüksekliği bulunmaktadır. Bu kadar yüksek olmasına karşın, deniz seviyesine 400 metre yükseklikte düz ovalara rastlamak mümkündür. Ülke içinde, batıda Mardin, kuzeyde, Siirt, kuzeydoğuda Hakkâri ili ve güneyinde, Suriye ve Irak ülkeleri ile sınırı vardır. Şırnak, 16 Mayıs 1990 tarihinde, 3647 sayılı kanunla Siirt ilinden ayrılarak, Türkiye'nin 73 plakalı ili olarak kabul edilmiştir. Merkez'i ilçe ile Cizre, İdil, Silopi, Beytüşşebap, Güçlükonak, Uludere olmak üzere, 7 ilçeye sahiptir. Ulaşım yönünden karayolu ve hava yolu kullanılabilir (Tuncel, 2010; İşçen, 2020: 112; T.C. Şırnak İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2020).

Şırnak, tarih boyunca farklı etnik, kültürel, sosyal ve dini toplumlara ev sahipliği yapmıştır (İşçen 2020: 75). İlde Müslüman, Ezidi, Keldani ve Süryani inançlarına sahip bireyler

uzun yıllar birlikte yaşamışlardır ve bu durum günümüzde de devam etmektedir. Şırnak adı konusunda çeşitli rivayetler vardır. Bu rivayetlerden birincisi: Şırnak ili, Kâtip Çelebi'nin XVII. yüzyılda kaleme aldığı "Seyahatname" adlı eserde, Şırnak tarihi Nuh Tufan'ından öncesine dayandırılmaktadır. Tufandan sonra, Hz. Nuh ve oğullarının Şırnak'ı, yaz aylarının sıcak geçmesinden dolayı, yayla olarak kullandığı ve burada, "Şehri Nuh" adında bir şehir kurdukları rivayet edilmektedir (T.C. Şırnak İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2020). Bu kapsamda Şırnak şehrinin, ilk adının, Nuh'un şehri anlamına gelen, "Şehri Nuh" olduğu rivayet edilmiştir. Osmanlı arşiv belgelerinde Şırnak isminin: "Şerneh", "Şırnak", "Şırnah", "Şirnah", "Şırnak" olarak ifade edildiği görülmüştür. Bazı mahalli rivayetlere göre; Şırnak'ın "Gemi" anlamına geldiği söylenmektedir (Gülenç 2021: 9-10). Daha sonra "Şerneh" ismi verilmiş; ancak zamanla dilde farklı telaffuz edilerek günümüzdeki "Şırnak" ismini almıştır. İkinci rivayete göre; adının "şer" kavga sözcüğünden geldiğidir. Şırnak'ın dağlık ve engebeli bir yer olması, savaşılmaması zor yer anlamındaki "şer-nexeş" kelimesinden geldiği söylenmektedir. Üçüncü rivayete göre; Şırnak'ın barışçıl kavga, savaş sevmeyen anlamındaki "şer-nexest" kelimesinden geldiği söylenir. Dördüncü rivayete göre ise; M.Ö. 4000 yıllarında yaşam süren Guti Kralı "Şerlek" adından geldiğidir (Balta 2003: 44).

3.2. Araştırma Metodolojisi

Bu çalışmada nitel araştırma desenlerinden durum deseni kullanılmıştır. "Durum deseni; güncel bir olguyu kendi yaşam çerçevesi (içeriği) içinde çalışan, olgu ve içinde bulunduğu içerik arasındaki sınırların kesin hatlarıyla belirgin olmadığı ve birden fazla kanıt veya kaynağının mevcut olduğu durumlarda kullanılan görgül bir araştırma yöntemidir" (Yıldırım ve Şimşek, 2021: 301). Durum



Görsel 1. Şırnak Merkez ve İlçelerinin Haritası.

Kaynak: (Türkiye Rehberi, 2022).

çalışması, durumun sınırlanması, yorumların yapılması ve sonuçların yazılması aşamalarını içerir (Bostanoğlu, 2015: 76). Verilerin elde edilmesinde derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Ayrıca görüşmelerde literatür taramasında belirlenen inanç turizmi değerleri ziyaret edilmiştir.

3.2.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın temel amacı; turizm paydaşlarının bakış açısı ile Şırnak inanç turizmi potansiyeline ve inanç turizmi değerlerini ortaya koymaktır. Bunun yanında alt amaçlarımız; daha önce üzerinde durulmayan Şırnak inanç turizmi değerlerinin belirlenmesi ve bunlara yönelik bilgilerin derlenmesi, inanç turizmi ile ilgili farkındalık oluşturulması, sektörel ve akademik düzeyde inanç turizminin Şırnak ilinde gelişmesine yönelik öneriler sunulması şeklindedir (Mızrak vd., 2022).

3.2.2. Çalışma Grubu

Nitel araştırmalarda örneklem belirlenirken evreni genelleme kaygısı güdülmemektedir. Önemli olan ele alınan konunun veri doygunluğuna ulaşana dek derinlemesine araştırılmasıdır. Bu çalışmada, amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu örnekleme yöntemi, çeşitli veri toplama tekniklerine sahiptir” (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Bu çalışmada, bu tekniklerden ölçüt ve maksimum çeşitlilik örnekleme teknikleri (Koç-Başaran, 2017: 491; Baltacı, 2019: 254) tercih edilmiştir. Buradaki ölçüt, katılımcıların inanç turizmi hakkında bilgi sahibi olmaları ve Şırnak il ilçelerinde ikamet ediyor olmalarıdır. Turizm paydaşlarının her kurum ve kesimden olmasını sağlayarak maksimum çeşitliliğe ulaşılmaya çalışılmıştır. Nitekim çalışma grubu; 7 akademisyen, 3 imam, 1 papaz, 2 turizm acentesi müdürü, 2 araştırmacı yazar, 1 İl Kültür ve Turizm Müdürü, 1 Valilik çalışanı olmak üzere toplamda 17 kişi belirlenmiştir. Toplamda, 13 kişi ile yüz yüze görüşme ve 4 katılımcıdan ise

Tablo 1. Katılımcı Bilgileri

Katılımcı	Katılımcının İşi	Katılımcının Unvanı	Cinsiyeti	Görüşme Süresi	Görüşme Tarihi
K1	Kaymakamlık	Araştırmacı	Erkek	28 Dk.	07.05.2021
K2	Üniversite	Akademisyen (Turizm İşletmeciliği)	Erkek	23 Dk.	09.04.2021
K3	Üniversite	Akademisyen (Turizm İşletmeciliği)	Kadın	38 Dk.	09.04.2021
K4	Üniversite	Akademisyen (İlahiyat)	Erkek	27 Dk.	14.06.2021
K5	Üniversite	Müdür	Erkek	35 Dk.	24.06.2021
K6	Müftülük	İmam	Erkek	15 Dk.	18.06.2021
K7	Valilik	Vali Yrd.	Erkek	16 Dk.	12.04.2021
K8	Seyahat Acentesi	Müdür	Erkek	Yazılı	09.07.2021
K9	Üniversite	Dekan	Erkek	23 Dk.	09.04.2021
K10	Seyahat Acentesi	Müdür	Kadın	24 Dk.	10.06.2021
K11	Üniversite	Rektör	Erkek	21 Dk.	24.06.2021
K12	Emekli	Araştırmacı	Erkek	73 Dk.	07.05.2021
K13	Müftülük	İmam	Erkek	Yazılı	24.06.2021
K14	Üniversite	Akademisyen (İlahiyat)	Erkek	Yazılı	02.07.2021
K15	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Müdür	Erkek	32 Dk.	29.04.2021
K16	Müftülük	İmam	Erkek	20 Dk.	19.06.2021
K17	Kilise	Rahip	Erkek	Yazılı	18.06.2021

yazılı olarak bilgi toplanmıştır. Nitel araştırmalarda belirli bir örneklem sayısı sınırı bulunmamakta; ancak veri doygunluğu (Glaser ve Strauss, 1967) sağlanana kadar yeterli örnekleme ulaşılmaması gerekmektedir. Belirlenen, 17 kişi ile yapılan görüşmelerden elde edilen veriler doygunluğu sağlamıştır. Veri toplama sürecinde çalışmanın amacına uygun olarak turizm paydaşları ile yüz yüze yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır. Yarı-yapılandırılmış görüşme: Bir konunun detaylı incelenmesinden sonra, seçilen katılımcılardan benzer cevapların alındığı görüşme türüdür (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Yapılan görüşmelerde katılımcıların izni dâhilinde ses kayıtları alınmıştır. Bu kapsamda görüşme yapılan katılımcılara ait bilgiler aşağıda Tablo 1'de belirtilmiştir.

Görüşmede yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Konunun amacına yönelik olarak yapılan literatür taraması sonucunda benzer konuyu farklı yerlerde irdeleyen çalışmalardan (Tümbek, 2009; Şahiner, 2012; Çelik ve Şarman, 2013; Sözal, 2018; Karabaltaoğlu, 2019; Yüksel, 2019) yararlanılarak açık uçlu sorular (Kömürcü, 2017) hazırlanmıştır. Oluşturulan sorular alanında uzman iki kişiye sorulmuş, daha sonra örnekleme uygun bir kişi ile deneme görüşmesi yapılmıştır. Bu görüşmeden sonra sorulara nihai şekli verilmiştir. Sorular 4 tanımlayıcı soru (ad-soyad, yaş, cinsiyet, meslek, unvan) ve 9 araştırma sorusundan oluşmaktadır (EK 1'de). Görüşme soruları Şırnak Üniversitesi Etik Kurulu Başkanlığı'nın 09.04.2021 tarih ve 2021/28 sayılı kararında etik yönden uygun bulunmuştur.

3.2.3. Araştırmacının Rolü

Nitel araştırmalarda araştırmacılar, araştırma sürecinde zaman harcayan, olgu ve olaylarla karşılaşan ve bunları paylaşan, katılımcılarla ilişki kuran kişilerdir. Dolayısı ile araştırma sürecindeki gözlem ve yorumları araştırma sonucunu etkileyebilir. Bu yüzden araştırmacıların kendi

rollerini açıkça belirlemesi ve ön kabullerinin farkında olması beklenir (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Bu çalışmada, ilk araştırmacı yüksek lisans öğrencisidir. Birinci araştırmacı yaşadığı şehirde konuyu çalışmak ve durum tespitini yaparak toplum için iyi bir araştırma yapma motivasyonu ile hareket etmiştir. Aldığı yüksek lisans eğitimleri dışında, nitel araştırma seminerlerine katılmıştır. İkinci araştırmacı ise Şırnak ilinde turizmin gelişmesi için yıllardır hem saha hem de bilimsel alanda çalışmalar yapmaktadır. İkinci araştırmacı bu çalışmada sürecin başından sonuna kadar konuya danışmanlık etmiştir. Var olan potansiyelin ortaya çıkarılması, sorunların tespit edilmesi ve çözüm önerilerinin ortaya çıkarılması, ayrıca ilk araştırmacının iyi bir eğitim-öğretim sürecinden geçmesi motivasyonu ile hareket etmiştir. Araştırmacılar konuya dair bir önyargıya sahip değildir. Yanlış tespit ve değerlendirmelerin önüne geçmek için güvenilirlik ve geçerliliği sağlama tekniklerini kullanmışlardır.

3.2.4. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmaya katılması için belirlenen 25 kişiden randevu talebinde bulunulmuştur. Bu süreçte araştırmaya 17 kişi katkı sağlamak istemiştir. Yüz yüze görüşmeyi kabul eden 13 kişi ile kendilerinin belirlediği rahat bir ortamda, kendilerinin randevu verdikleri gün ve saatte toplanılmıştır. Covid-19 salgını ve çeşitli nedenlerle görüşmeyi yazılı olarak kabul eden 4 katılımcıya araştırma soruları, elektronik posta yolu ile gönderilmiş, sorulara rahat cevap verilmesi için katılımcılara uzun bir süre tanınmıştır. Görüşmede katılımcılardan izin alınarak not tutulmuş ve ses kaydı alınmıştır. Ses kayıtları MAXQDA 2020 analiz programı yardımı ile deşifre edilmiştir. Programda Kod-Kategori-Temaların gösterimi için Kod-alt kod modeli ve hiyerarşik model kullanılmıştır. Toplam 17 katılımcıdan elde edilen veriler MAXQDA 2020 analiz programına doküman olarak eklenmiştir. Elde edilen veriler içerik analizi tekniği ile değerlendirilmiştir. İçerik analizi, “gözlemlenen verilerden çıkarımlar yapmak için tekrarlanabilir ve geçerli yöntemleri içerir” (Krippendorff, 1980: 69). İçerik analizinde temel amaç birbirleriyle ilişkili olan kavramları, bir araya getirerek temalar yardımıyla verileri okuyucuya anlamlı bir bütün haline getirmektir. Bu anlamda içerik analizinde, görüşme, gözlem ve doküman incelenmesi ile elde edilen nitel araştırma verileri dört aşamada (verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların bulunması ve yorumlanması) incelenmektedir (Karataş, 2015: 74). Strauss ve Corbin’in (1998) kodlama paradigması çerçevesinde kod-kategori-temalar oluşturulmuş ve yorumlanmıştır. Deşifresi yapılan ses kayıtları birçok kez okunarak incelenmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda; elde edilen verilerden kodlar, kategoriler ve temalar oluşturularak analiz yapılmıştır. Çalışmada kodlar kelime, cümle veya paragraflardan oluşturulmuştur. Bu minvalde tümevarımsal bir yaklaşımla kodlar kategorileri, kategorilerde temaları oluşturmuştur. Elde edilen bulgular görsel olarak sunulmuştur.

3.2.5. Araştırmanın Güvenilirlik ve Geçerliliği

“Geçerlilik, bir test veya ölçeğin ölçülmek istenen şeyi ölçme derecesidir” (Doruk 2010: 182). Güvenilirlik ise; tekrarlanabilirlik anlamına gelmektedir. Fakat nitel araştırmalarda bu durum mümkün değildir. Her ne kadar

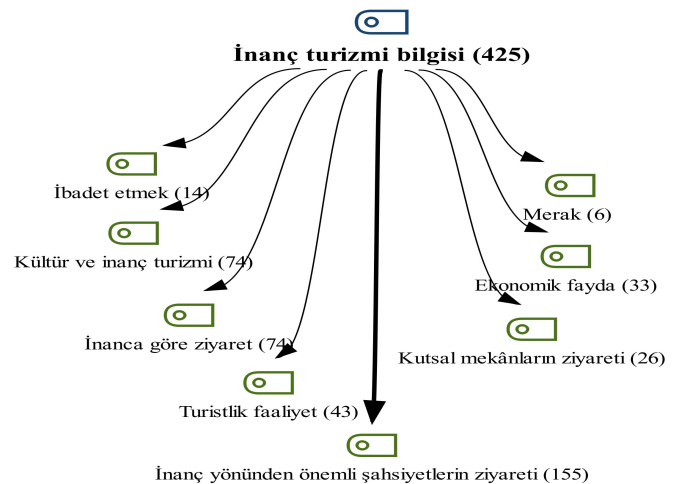
ortam ve zaman aynı olsa bile, başka bir araştırmacı araştırmayı, farklı yöntemler seçerek, kendi bakış açısıyla farklı veriler elde edebilir (Guba ve Lincoln, 1982; Yıldırım ve Şimşek, 2021). Genel olarak nitel araştırmalarda geçerlilik araştırmanın doğruluğunu kanıtlamaktır (Creswell, 2017). Nitel araştırmalarda geçerlilik; inandırıcılık, onaylanabilirlik, güvenilirlik ve aktarılabilirlik yöntemleri ile sağlanabilir (Başkale, 2016). Bu yöntemleri uygulamak içinde bazı teknikler söz konusudur. Bunlar; uzun süreli etkileşim, katılımcı teyidi, veri üçlemesi, denetleme, literatür, yöntemin ayrıntılı açıklanması, uzman görüşü alma şeklindedir (Başkale 2016; Creswell 2017). Bu çalışmada, çalışmanın güvenilirliğini sağlamak için;

- Araştırma yöntemi ayrıntılı bir şekilde anlatılmıştır.
- Katılımcıların rahat bir ortamda konuşmaları sağlanmıştır.
- Uzman görüşüne başvurulmuştur.
- Araştırmacı önyargısı minimuma indirgenmiştir.
- Katılımcıların oluru alınarak ses kayıt cihazı kullanılmıştır.
- Ses kayıtları deşifre edilirken katılımcıların ağızlarından çıkan kelimeler harfi harfine yazılmıştır.
- Araştırmanın güvenilirliği için katılımcılara görüşmeden önce çalışmanın amacı, hedefi ve beklentileri açıklanmıştır.
- Tema ve kodlamalar yapılırken önce araştırmacı sonra danışman görüşü alınmıştır.
- Katılımcı teyidi alınmıştır.

3.2.6. Araştırma Bulguları

Bu başlık altında elde edilen verilere yönelik bulgular MAXQDA 2020 nitel veri analiz programı yardımı ile elde edilen bulgular soru sırasına göre sırayla verilmiştir. Her soru için kod ve temalar ortaya konulmuştur. Kod, kategori ve temalarda belirtilen frekans değerleri, kelime sıklığı dikkate alınarak belirlenmiştir.

Soru 1. İnanç turizmi hakkında bildiklerinizi aktarır mısınız?



Görsel 2. İnanç Turizmi Bilgisi

Görsel 2'de belirtilen "inanç turizmi bilgisi" temasından çıkan kategoriler; "inanç yönünden önemli şahsiyetlerin ziyareti", "kültür ve inanç turizmi", "inanca göre ziyaret", "turistik faaliyet", "ekonomik fayda", "kutsal mekânların ziyareti", "ibadet etmek" ve "merak" şeklindedir. Katılımcıların genel olarak inanç turizmi konusunda, fikir sahibi oldukları görülmektedir. Bu bakımdan inanç turizmi kavramı hakkında katılımcılardan gelen yorumların birkaçı aşağıda belirtilmiştir.

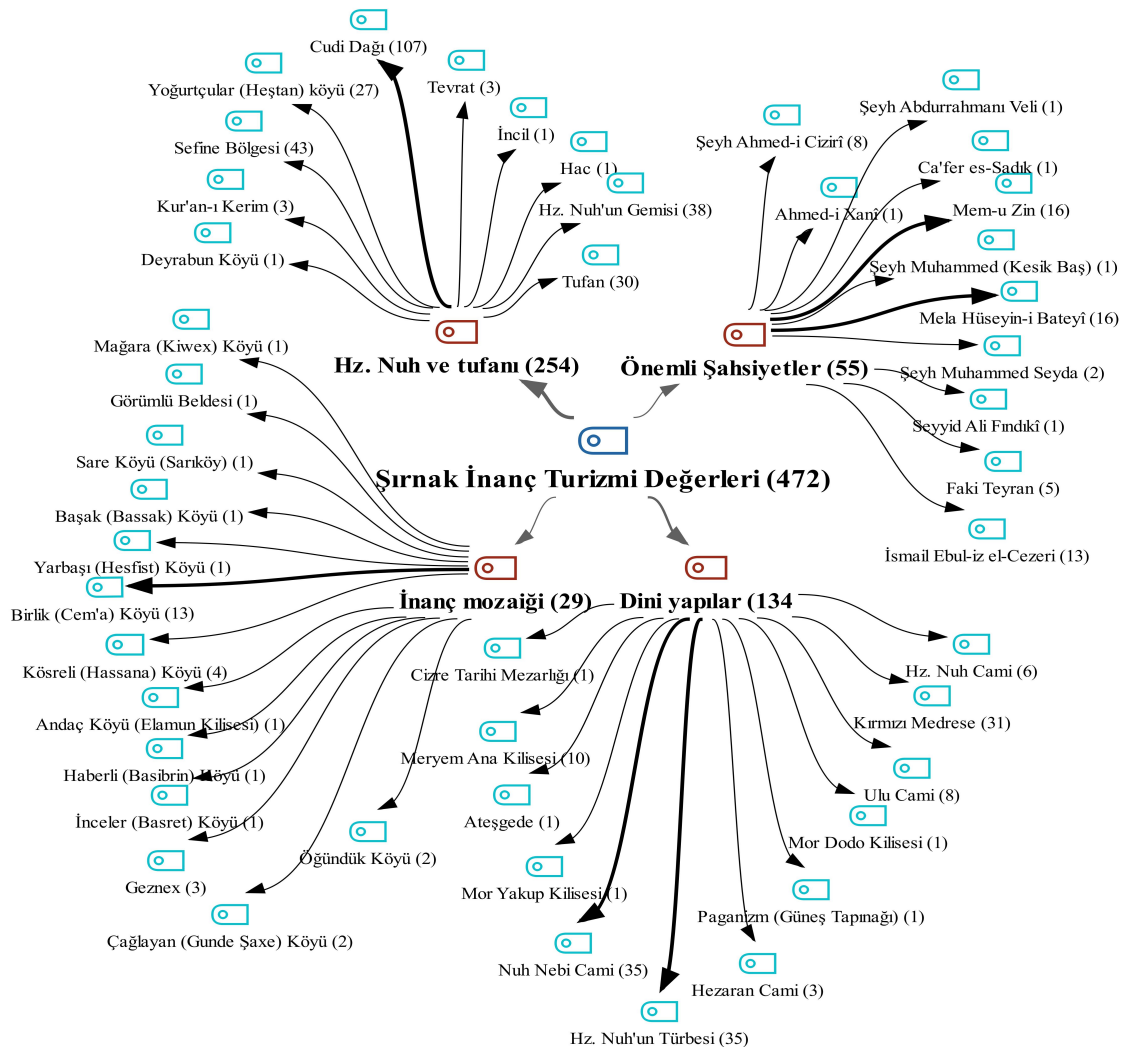
"İnanç turizmi: Genellikle işte dinlerin veyahut da görüşlerin hatta mezheplerin tarikatların büyükleri için geziler düzenleniyor ve oralarda kutsal mekânlar için geziler düzenleniyor... Bu geziler sirkülasyonu sağladığı için turizme dönüşüyor." (K11). "İnanç turizmi: Genellikle dini mekânların ziyaret edilmesi noktasında yapılan faaliyetlerdir." (K9). "İnanç turizmi: Daha çok aslında dünyada önemli dini merkezlerinin ziyaret edilmesine yönelik yapılan faaliyetlerdir." (K3).

Soru 2. Şırnak'ı inanç turizmi potansiyeli yönünden değerlendirebilir misiniz?

İkinci soru neticesinde, Görsel 3'de "Şırnak inanç turizmi değerleri" teması ortaya çıkmıştır. Bu tema "Hz. Nuh ve

Tufanı", "Önemli şahsiyetler", "Dini yapılar", "İnanç mozağı" kategorilerinden oluşmuştur. Katılımcıların bu kategorilerin oluşmasında çoğunlukla "Cudi Dağı", "Hz. Nuh Türbesi", "Mem-u Zin", "Birlik (Cem'a) Köyü" kodlarını telaffuz ettikleri tespit edilmiştir. Katılımcılar tarafından gelen yorumların birkaçı aşağıda verilmiştir.

"Şırnak'a bağlı Cudi var... 7000 bin yıldan beri her sene önceleri Hz. Nuh aleyhi selam temmuz ağustos aylarında, Cizre'den Cudi'ye çıkıyordu. Daha sonra bu adet oldu, bu bir festivale dönüştü. Ben ilk defa 1973 yılında Cudi festivaline katıldım... Orada kurbanlar kesiliyordu... Cizre ateşi, Medine Cudi diye bir ateş yakılıyordu ve bütün herkes, bütün insanlar subhanallah elhamdülillah lâ ilâhe illallah Allahu ekber la ilâhe illallah birer kere hep beraber okuyorlardı... Cudi'nin yıl dönümü tufanın bitiş yıl dönümü ve herkes seferber oluyordu. Bu tabii 1984'e kadar devam etti... 1984'ten itibaren... Değişik meseleler için bu şimdiki problemler için insanlar oraya gidemez oldu. Şırnak yönünden Cudi çok çok önemli inanç turizmi yönünden tabii bir daha serbest olursa... Halkın nazarında tabii bu İslam dışı bir şey ama halkın nazarında 7 kere Cudi'yi ziyaret eden sanki HACI olmuş gibi bir söylenti kadınların arasında var." (K1).



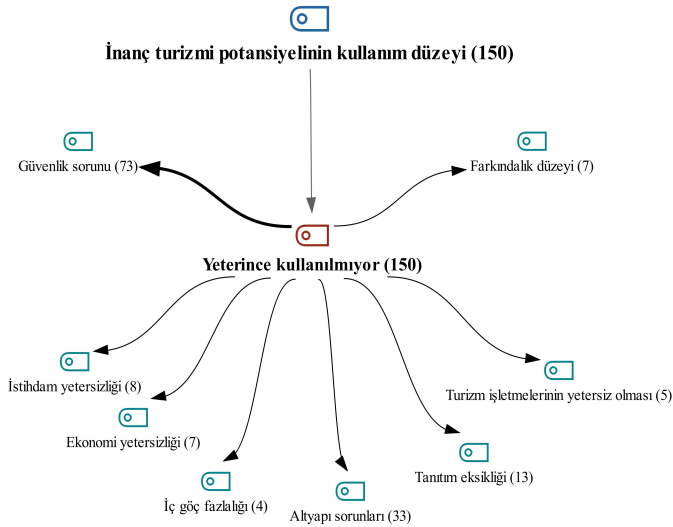
Görsel 3. Şırnak İnanç Turizmi Değerleri.

“Cudi sadece Şırnak için değil, bütün Müslümanlar için mukaddes bir yerdir. Çünkü Cudi bizzat, Cudi'nin ismi Kur'an'da geçer. Cudi'de Hz. Nuh'un Gemisinin indiği Kur'an'ı Kerim'de açık seçik yazılır. Kutsal yer olduğu, bereketli bir yer olduğu Kur'an ifadesiyle açık bir yerdir. Ondan sonra insanların bir nevi ikinci ve babası olan, Hz. Âdem'in, yani buradan tekrar insanlığın tekrar yayıldığı kanaati ağır bir yer edinmiş... Hz. Nuh ile ilgili ve Hz. Nuh'un Gemisinin durduğu yer ile ilgili ulema merak edilmiş... Hz. Nuh'un türbesi yine kültürel değerler olarak, Mem-u Zin türbeleri... Su kenarında kalenin... Birca Belek dediğimiz bunlar sadece genel olarak söylediğimiz şeyler yani, Cizre bir kere bu yönü ile güçlüdür... Silopi bölgesinde birçok Hristiyan köyü var... Hesena Herbul dedikleri... Cudi ve Nuh Tufanına bağlı olarak Cemaat köyü... Cudi Silopi'nin tam karşısındaki tam tepe o tepenin tam böyle su kısmı olan yani tam ova hizasında Derabun Deyrabun... Şırnak'a mesela doğru geldiğimizde... Kasrik'teki tarihi o kaleler... Mesela Heştan köyü... Uludere yakın bir kaç tane köyden farklı inanç kültürleri var... Şırnak için ciddi bir potansiyeldir. Nuh ve Tufanın merkezidir.” (K2).

“Cizre'de Mem-u Zin aklıma geliyor... Nuh Gemisinin ön planda olduğunu söyleyebilirim... Kırmızı Medreseyi biliyorum... Evet, onun dışında... Nuh Camisi ve Ulu Cami...” (K3).

“Cudi Dağı var Sefinenin konduğunu düşündüğümüz... Hz. Nuh'un Gemisinin oraya indiğini düşündüğümüz, bir Cudi Dağı var. Hakikatten kutsal özellikleri var. 1980'lere kadar orda törenler yapılmış... Hz. Nuh'un kendisi yani Sefine Bölgesi... Melayi Cizir-i sonra Melayi Batevi gelir.” (K11).

Soru 3. Şırnak'ın sahip olduğu inanç turizmi potansiyelinin kullanılabilirliği hakkında ne düşünüyorsunuz?



Görsel 4. İnanç Turizmi Potansiyelinin Kullanım Düzeyi.

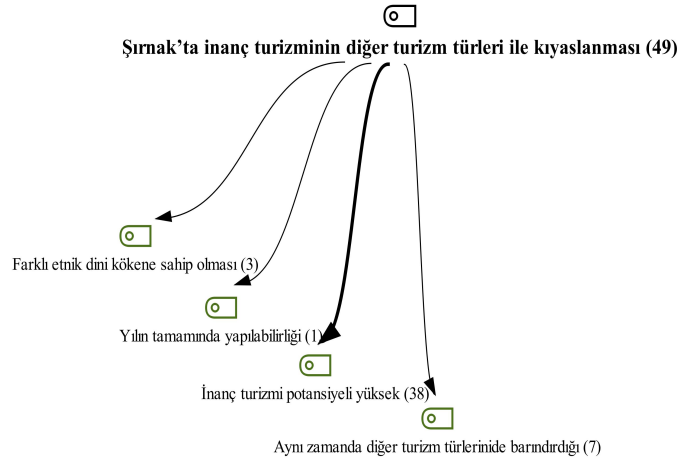
Üçüncü soruya verilen cevaplar neticesinde Görsel 4'te “İnanç turizmi potansiyelinin kullanım düzeyi” teması oluşturulmuştur. Bu tema “altyapı yetersizliği”, “tanıtım eksikliği”, “istihdam yetersizliği”, “ekonomik yetersizlik”, “farkındalık düzeyi”, “turizm işletmelerinin yetersiz olması” ve “iç göç fazlalığı” ve güvenlik sorunu gibi kategorilerden oluşmaktadır. Temadan yola çıkarak; Şırnak'ın inanç

turizmi potansiyelinin var olduğu, ancak bu potansiyelin kullanılmadığı paydaşlar tarafından ifade edilmiştir. Şırnak'ın inanç turizmi potansiyelinin kullanılmamasının nedeni daha çok “güvenlik sorunu” ve “altyapı yetersizliği” dir.

“Hayır, kullanılmıyor, öncelikli nedeni altyapı yatırımın çok az olması yani diğer şehirlere göre değerlendirdiğimiz zaman karşılaştırdığımız zaman gerçekten de çok az bir yatırımı var. Altyapı yatırımı az olunca şimdi gene mesela iyi yeni yeni yollar yapılıyor. Ancak potansiyeli değerlendirilmiyor. Mesela şimdi az önce belirttiğim gibi Caferi Sadık'ın türbesi varmış, kimin haberi var, kimin yok belli değil mesela o Kesikbaş neydi unuttum türbesi de yani bakımsız öyle bırakılmış. Şehrin ortasına sadece üstüne şey yapılmış, potansiyeli çok yüksek; ama üstüne bir demir koyduğunuz zaman demir çubuklarla korunduğu zaman pek bir anlamı kalmıyor bir güzelliği olmuyor bir estetiği olmuyor. Hatta Ebuliz el Cezeri'ni türbesin orda bir kitabe vardı. Kitabe okunmuyor. Hatta ortadan kesilmiş, mesela harap olmuş o yüzden çok yatırım yapılmadığı içinde bu potansiyel bence değerlendirilmiyor.” (K6).

“Yeterince kullanılmıyor ama kullanılmamasının sebepleri var: İşte bu güvenlik sorunları eğer turizm terörün olduğu, asayişin bozuk olduğu yerde uzak durur hiçbir turist gelmez. Turistler için en önemli öncelikli şey güvenlidir. Maalesef Şırnak'ın bu konuda biraz zayıf yönleri var. Hep terör ile anıldığı için, insanlar güvenmiyor bu yüzden de potansiyeli değerlendiremiyoruz. Güvenlik sağlarsa turistler gelir.” (K7).

Soru 4. Şırnak'ta diğer turizm çeşitlerine kıyasla inanç turizminin yerini nasıl görüyorsunuz?



Görsel 5. Şırnak'ta İnanç Turizminin Diğer Turizm Türleri İle Kıyaslanması.

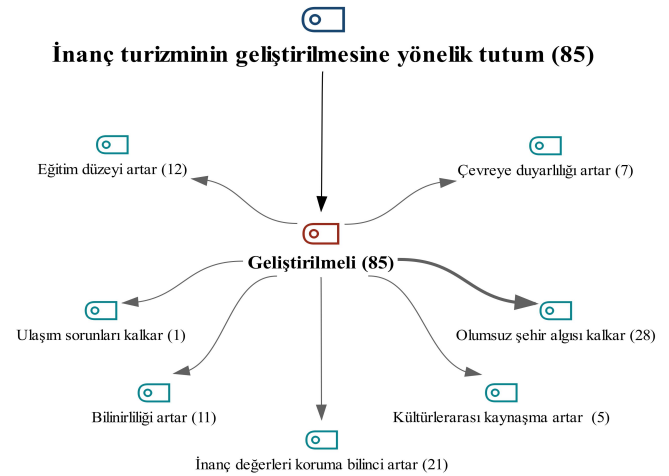
Görsel 5'te katılımcılardan elde edilen verilere göre, “Şırnak'ta diğer turizm çeşitlerine kıyasla inanç turizminin yeri” teması oluşturulmuştur. Katılımcılar tarafından “inanç turizmi potansiyeli yüksek”, “aynı zamanda diğer turizm türlerini de barındırdığı”, “farklı etnik dini kökene sahip olması” ve “yılın tamamında yapılabilirliği” kategorileri oluşturulmuştur. Bu kategorilere istinaden inanç turizminin diğer turizm türleri arasında önemli bir yere sahip olduğu anlaşılmaktadır. Diğer turizm türlerine kıyasla daha tercih edilebilir olabileceğini ifade etmişlerdir. Aşağıda katılımcılardan elde edilen bazı ifadelere yer verilmiştir.

“Siz doğa turizminden senenin 12 ayı turist getiremezsiniz şehre, Belirli dönemlerinde Şırnak turizmi diyoruz evet ciddi bir doğa turizmi potansiyeli var. Sonbaharda, kış aylarında, bu doğa turizmini, en azında kısa vadede çok kullanmak mümkün değil; ama inanç turizminde kültür turizminde insanları 12 ay boyunca getirebileceğiniz bir turizmi işte... Türkiye’deki turizmin en büyük sorunlarında biri mevsimsel olması, belirli bir mevsim olması işte, nisan ayında başlar. En geç ekimde biter. Deniz kum güneş dediğimiz destinasyonları birçoğunda doğa turizmi var. Ama siz doğa turizmini de insanları 12 ay boyunca çekemezsiniz, bunu kullanamazsınız. İnanç ve kültür turizminde işte bu noktada turizmi bütün yıla yayma noktasında çok önemli bir türü ve Şırnak’ında bu potansiyeli var, inanç turizmi anlamında. İnanç turizmi için çektiğimizde doğayı da zaten teftişmiş oluyor ve inanç ve kültür turizm dediğim gibi tüm yıla yaymış oluyoruz.” (K5).

“Şırnak ve ilçelerinde turizm türleri içerisinde geliştirilme potansiyeli en fazla olan inanç turizmidir. Şırnak’ta turizm varlıkları içerisinde hem değer olarak hem de sayı olarak inanç turizmi varlığı, diğer turizm çeşitlerine göre çok daha fazladır.” (K8).

“Şöyle söyleyeyim size: Trekkingi biz burada da yaparız. Muğla’da da yaparız demi, Kuş Adası’nda da yaparız. Doğa turizmini oralarda da yaparız. İnanç turizmi, evet oralarda da olur; fakat birçok inancı bir arada burada görürsünüz... Muğla’da veya farklı bir ilçede Ezidi görmezsiniz ya da hem Protestan kilisesinin Ortodoks kilisesinin aynı yerde göremezsiniz. Görmeniz çok nadir ama birden fazla inancın, birden fazla ırkın, birden fazla dilin dinin, bir arada olduğu gerçekten böyle bir antropoloji şey zaten, bir arada bulunduğu, bölge bu bölgedir sadece... Başka bir uzak ilçede de yapılır; ama inanç turizmi burada ilk sıraya konması gerekir.” (K10).

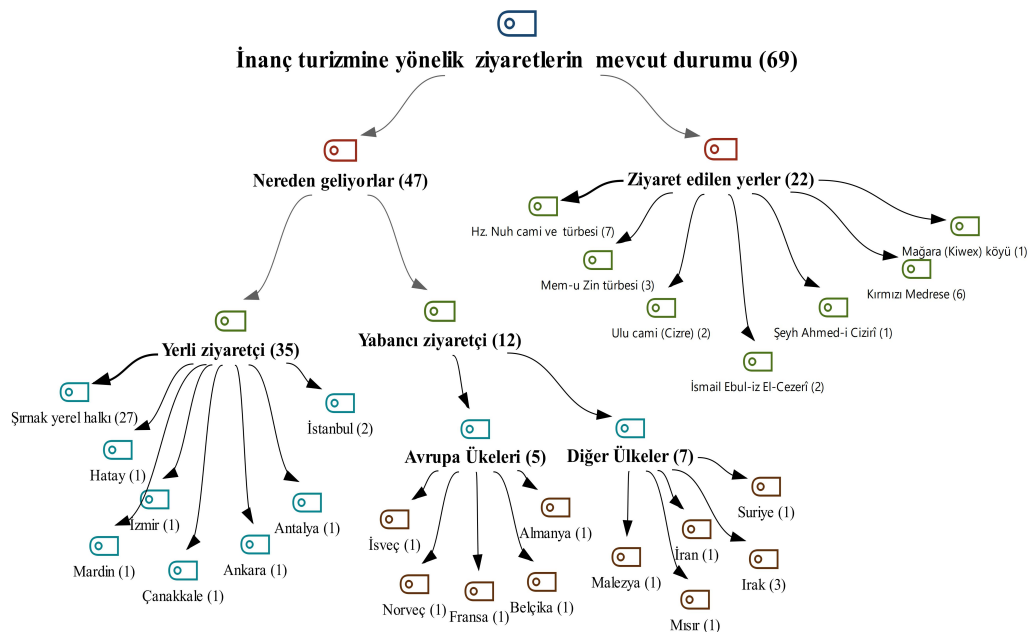
Soru 5. Şırnak inanç turizminin geliştirilmesi fikrine nasıl bakıyorsunuz?



Görsel 6. İnanç Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Tutum

Görsel 6’da “İnanç turizminin geliştirilmesine yönelik tutum” teması ortaya çıkmıştır. Katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda, bütün katılımcıların cevapları neticesinde “geliştirilmeli” kategorisi ortaya çıkmıştır. Nitekim katılımcılar “olumsuz şehir algısının azalacağını, inanç değerlerinin koruma bilincinin, eğitim düzeyinin, bilinirliğinin, çevreye duyarlılığın ve kültürlerarası kaynaşmanın artacağını, ulaşım sorunlarının azalacağını düşünerek inanç turizminin geliştirilmesini belirtmişlerdir. Katılımcıların Şırnak’ta inanç turizminin gelişmesine yönelik tutumlarının olumlu olduğu görülmüştür. Katılımcılara göre inanç turizminin gelişmesi ile Şırnak’ta birçok olumsuz etkenin ortadan kalkacağı ve yeniliklerin olacağını ifade etmişlerdir. Bu bakımdan inanç turizminin gelişmesi, bölge için önem arz etmektedir. Katılımcıların bu soruda verdikleri cevapların birkaçı aşağıda verilmiştir.

“Herkesin... Elini taşın altına koyması lazım; çünkü bizim bölgemiz öyle kandırmakla veya sosyal medyadan olsun tarih kitaplardan olsun, kültürel olsun sözlü yazılı olsun...” (K16).



Görsel 7. Şırnak’ta İnanç Turizmine Yönelik Ziyaretlerin Mevcut Durumu.

“Geliştirilmesi lazım %99 potansiyeli açığa çıkartmak gerekiyor, böyle olursa istihdam ile ilgili müthiş bir destek olur. Yani üniversiteyi bitirmiş eğitimi tamamlamış insanların istihdamı da olacağı... İnanç turizmin geliştirilmesinde müthiş katkısı olacaktır.” (K11).

“Kesinlikle... Geliştirilmeli ve iyileştirilmelidir... Bu fikir sadece Şırnak'ta yaşayan ya da Türkiye'de yaşayan insanlar için değil, tüm insanlık için önemli olacaktır. Çünkü burada yatan tarihi sadece bizim için değil tüm dünya için bir dönüm noktası ve önemli...” (K13).

Soru 6. Şırnak'ın şu anki inanç turizmi ziyaretleri le ilgili bilgi verebilir misiniz?

Görsel 7'de “Şırnak'ta inanç turizmine yönelik ziyaretlerin mevcut durumu” temasında “nereden geliyorlar”, “ziyaret edilen yerler”, “yerli ziyaretçi”, “yabancı ziyaretçi”, Avrupa ülkeleri”, “diğer ülkeler” kategorilerden meydana gelmiştir. Bu kategorilerin oluşturduğu kodlarda Görsel 'de belirtilmiştir. Tema, kategori kodların frekanslarına bakıldığında, katılımcıların düşüncelerine göre Şırnak'a inanç turizmi amacıyla gelenlerin oldukça az olduğu yönündedir. Yukarıda Görsel 4'te “Şırnak inanç turizmi değerleri” temasında, Şırnak'ta oldukça yüksek bir inanç turizmi potansiyelinin varlığından söz edilmiştir. İnanç turizmi yönünden potansiyeli yüksek olan bir bölgenin, inanç turizmi amaçlı ziyaretlerin bu denli düşük olması araştırmanın önemini ortaya koymaktadır. Soruya verilen cevaplara yönelik doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir.

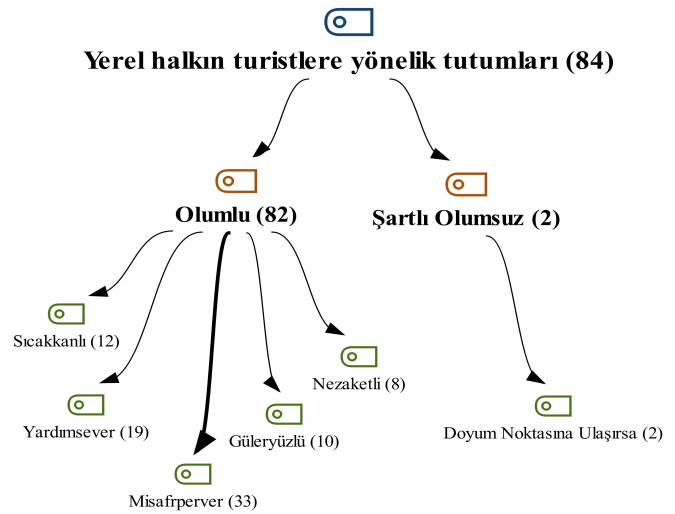
“Şu an genellikle insanlar, Cizre ilçemize ziyaretler gerçekleştiriyor. Cizre'nin tarihi kültürel mirası oldukça ilgi çekiyor. Burada bulunan Hz. Nuh türbesi en önemli ziyaret yeri. Ayrıca burada insanlığı ilk üniversitesi diyebileceğimiz, Kırmızı Medrese de eski tarihi ve önemli sebebiyle ziyaret edilmektedir. Elbette günü birlik, Cizre'ye günü birlik geziler olmaktadır. Bazen yabancı turistlerin, İdil'deki kilise eski mabetlere gezi düzenlediklerine de şahit oluyoruz. Örneğin Silopi'nin Birlik köyünde bulunan tarihi Hz. Nuh mescidine Şırnaklı birçok kişi uğramıştır. Bu belki de yeterince tanıtılmadığından da olabilir.” (K13).

“..günübirlikte gelenler var. Hz. Nuh'un türbesinin görmeye gelenler var... Turistik olarak Kırmızı Medrese Sefine ve en çok da kiliseler gezmeye görmeye geliyorlar.” (K11).

“İstanbul, İzmir, Ankara, Antalya, Çanakkale'den birçok yerden yurt içinden hem turlar geliyor, hem de günübirlik gezileri için yakın yerlerden gelen insanlar var. Midyat'tan bile gelip a burada bir kilise mi vardı, diyen insanlar oluyor... Yerli turistler... Gruplarla gelenler oluyor, farklı şekilde kurumlar kurum grupları geliyor... Üniversite grupları, farklı kurum grupları, gelip buralarda ziyaretlerini geliştiriyorlar.” (K10).

“Günübirlik inanç turizmi ziyaretçi sayısı, son dönemde butik turlar veya münferit olarak yapılmaya başlandı... Avrupadan Süryani köyleri ziyaretleri için gelenler başta olmak üzere, Cizre'de bulunan inanç turizmi varlıklarını ziyaret etmek için yakın çevre illerinden ve batı illerinden ziyaretçiler gelmektedirler...” (K8).

Soru 7. Sizce Şırnak halkı ve esnafın gelen turistlere yönelik tutumları nasıl olur?



Görsel 8. Yerel Halkın Turistlere Yönelik Tutumları.

“Şırnak Halkı ve Esnafın Gelen Turistlere Tutumları Nasıl Olur?” sorusu çerçevesinde, Görsel 8’de “Yerel halkın turistlere yönelik tutumları” teması ve bu temanın altında “olumlu” ve “şartlı olumsuz” kategorileri oluşturulmuştur. Katılımcıların çoğunluğu Şırnak’ın “misafirperver” “yardımsaver”, “sıcakkanlı”, “güler yüzlü” ve “nezaketli” olmaları nedeni ile yerel halkın Şırnak’a gelecek olan turistlere karşı tutumlarının son derece iyi olacağını ifade etmişlerdir. Az da olsa aksi görüş belirtilmiştir. Eğer turizm gelişirse halkın rahatsız olması durumunda turistlere olumlu yaklaşamayacaklarını ifade eden katılımcılar için şartlı olumsuz kategorisi oluşturulmuştur. Katılımcıların bu konuya ilişkin yorumlarının birkaçı aşağıda verilmiştir.

“Şırnak’ı gözlediğim kadarıyla, Şırnak’ın yerel halkını gözlemlediğim kadarıyla, zaten misafirperver bir toplum. Yani tanımadığı kişilere bile kapısını açan, halen o saflığı olan insanların olduğu bir toplum, dolayısıyla dışarıdan gelen insanları kucaklayacağına eminim... Mesela ben Cizre’ye gittiğimde, sonuçta oradaki insanlar farklı yüzleri görüyorlar. Oralı olmadığımızın hissiyatındalar ve bunun bir alışveriş söz konusu olduğunda, nezaketli bir şekilde karşılık veriyorlar... Turistlere eğer gerçekten ileri için ve şu an içinde söylüyorum. Nezaketli misafirperver davrandıkları, yani o tutum içerisinde olduklarını söyleyebilirim.” (K3). “Sıcak ve samimi davranırlar.” (K14). “Bizim halkımız çok misafirperver çok sıcakkanlı, tutum olarak çok müspet davranacaklarına inanıyorum. Burada çat kapı bir kapıyı çaldığında, ekmeğini suyunu bölüşür.” (K7). “Şırnak halkı misafirperverlikleriyle bilinmektedirler. Eminim buraya dışardan gelecek herkese ve her kesime karşı kesinlikle nezaketli ve iyi olacaklardır.” (K13).

Soru 8. İnanç turizminin gelişmesi durumunda, Şırnak ve ilçelerine ne gibi katkıları olur?

İnanç turizminin gelişmesi durumunda, Şırnak ve ilçelerine ne gibi katkıları olur?” sorusu katılımcılara yöneltilmiştir. Bu doğrultuda, Görsel 9’da “Şırnak’ta inanç turizmi gelişirse katkıları” teması ortaya çıkmıştır. Elde edilen temayı, “ekonomik”, “sosyolojik” ve “psikolojik” kategorileri

oluşturmuştur. Bu kategorilerin oluşmasına etki eden alt kodlar Görsel 9'da belirtilmiştir. Bu amaçla katılımcılardan gelen birkaç yorum aşağıda verilmiştir.

“Özellikle ekonomik katkısı büyük olacaktır. Bununla beraber sosyal kültürel entegrasyon gerçekleştirilecektir. Eğitim konusunda büyük ilerlemeler görülecektir. İlimiz ve ilçelerinde yurtdışı ve yurtiçi gelen yabancılardan alışveriş yapılacağından kültür alışverişi olacaktır. İlimizde bu konuda katkısı olacağını düşünmekteyim.” (K15).

“... Ekonomik canlanır, iç göç azalır, istihdam alanları artar. İnsanlar farklı yerlere gitme arayışı içinde belki olmayacaktır... Bölgeler arası dengesizlik ortadan kalkar. Bir batı, bir doğu arasındaki o hani ekonomik faaliyetlerdeki dengesizlik ortadan kalkar. İnsanların refah düzeyleri artar. Refah düzeyi artması, o toplumun huzuru huzur seviyesinin de artması, mutluluk düzeyinin de artması, memnuniyet düzeyinin de artması demektir. Turizm faaliyetleri Şırnak ve ilçelerinde gerçekten gelişirse, bir kere hem yerel halk faydalanacak...” (K3).

“Ekonomisini kalkındıracağıdır... Bacasız fabrika gibi turizm, ekonomiğe çok ciddi katkı sağlayacaktır. İşsizliği azaltma anlamında katkı sağlar... Kültürel yapısında bir gelişme sağlar. Yeni istihdam alanları açılır. Yeni yatırımlar gelir...” (K7).

Soru 9. Şırnak merkez ve ilçelerinde inanç turizmi sorunları ve çözüm önerileriniz hakkında bilgi verebilir misiniz?

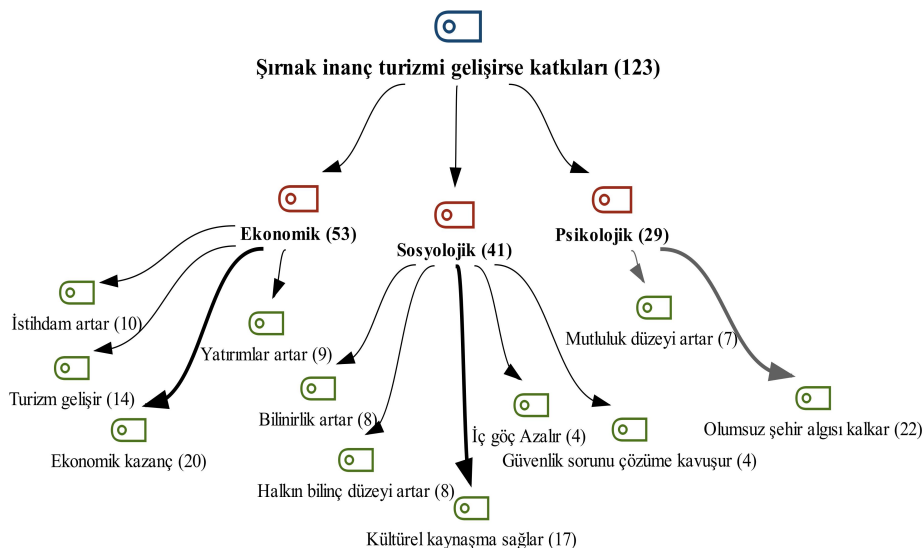
Görsel 10'da “Şırnak'ta Turizm Sorunları ve Çözüm Önerileri hakkında bilgi verebilir misiniz?” sorusuna “Şırnak'ta turizm sorunları ve çözüm önerileri” teması oluşturulmuştur. “Sorunlar” ve “çözümler” kategorileri elde edilmiştir. Sorunlar kategorisinin frekans değeri en yüksek olan kod “altyapı ve yatırım sorunu” olduğu görülmektedir. Çözümler kategorisinde en sık tekrarlanan, “paydaşların destek vermesi” ön plana çıkmıştır. Bu amaçla katılımcılardan gelen birkaç yorum aşağıda verilmiştir.

“İnanç Turizmi konusunda yerel halk yeterli bilgiye sahip değil... İnanç varlıkları koruma altında değil... Yerel rehberler yok. Yeterli düzeyde konaklama ve yöresel alanda yeme içme mekâmı bulunmuyor. Ayrıca yeterli düzeyde yöresel ürün üretim ve satış yeri bulunmuyor. Öncelikle yerel halkın bu konuda gerekli düzeyde bilgilendirilmesi sağlanmalıdır. Yerel rehberlerin yetiştirilmesi gerekmektedir. Yerel esnafın bilinçlendirilmesi ve yeni işletmelerin sektöre kazandırılması gerekir. Tüm bunların gerçekleştirilmesi sonucunda: Şırnak İnanç Turizmi konusunda sadece ülkemizin değil, dünyanın önemli bir noktası haline gelecektir. Son zamanlarda yapılan çalışmalar ile bunun hiç de uzak olmadığı görülüyor. Çok yakın bir zamanda Şırnak hakkı ettiği noktaya gelecektir.” (K8).

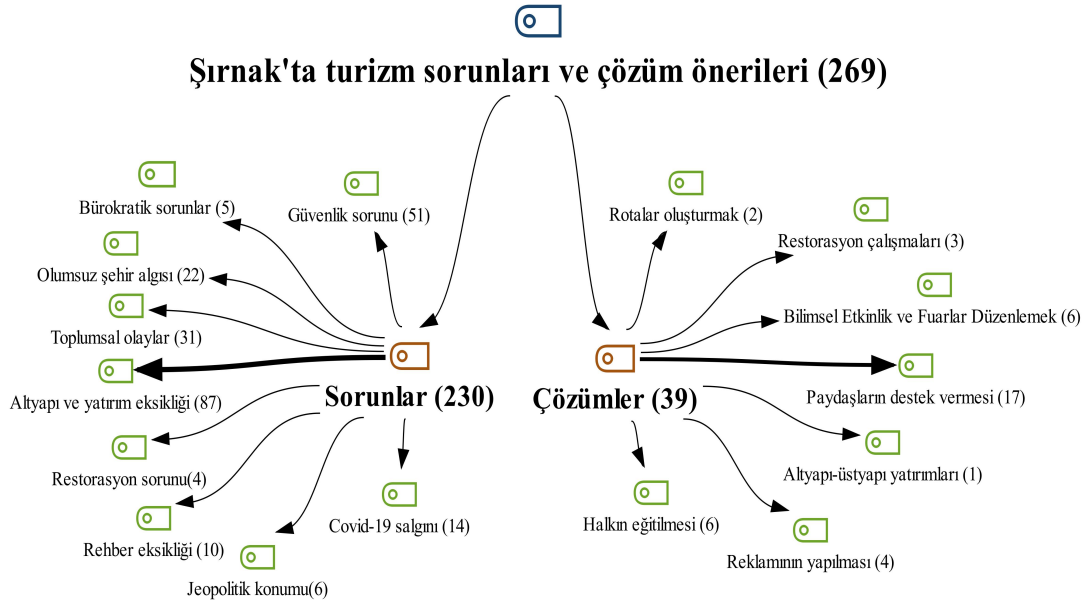
“Ulaşım altyapı eksiklerimiz var. Ulaşımında şu an yatırımlar devam ediyor. En başta bu Cudi'nin tünelleri oldu... Şu an Van yolu da yapıyor. Buda büyük bir katkı sunacaktır. Ya hem sorun, hem de çözüm ulaşım sıkıntısı vardı bizim. Cizre-Şırnak arasındaki sıkıntısı ortadan kaldırıldı. Van yolu da şu an inşaatı başladı. O da iki yıl içerisinde bitirilmesi bekleniyor... Güvenlikte şu an çok ciddi atılım var. Cudi'de Gabar'da Besta Dereelerde güvenlik yolları yapılıyor. Askeri kuleler yapılıyor... Oteller, iki tane çok güzel otelimiz var. Biri Şırnak'ta, biri de Cizre'de, Şırnak Merkez'de de şu an, iki tane otel yapılıyor... Restorasyon çalışmaları devam ediyor. Mesela Kırmızı Medrese, Birca Belek'te de restorasyon çalışmaları var... Bizim kendi mutfağımızdaki hazırlığı bitirmemiz lazım, daha sonra uluslararası boyutu kendiliğinden geliyor. Mesele belgesel firmalar kendileri gidip konu araştırıyor kendisi para veriyor. Biz ona para vermeyeceğiz. Yani elimizdeki ürün, elimizdeki hizmet kaliteli ise müşteri kendisi gelecek, pazarlamaya gerek duymayacağız. Sefine işte böyle bir hazine...” (K7).

4. Sonuç ve Öneri

Şırnak ilinin inanç turizmi açısından ele alındığı bu çalışmada, nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Katılımcılar inanç turizmi konusunda bilgi sahibi olan turizm paydaşlarından oluşturulmuştur. Gerçekleştirilen görüşmeler neticesinde, içerik analizi ile veriler değerlendirilmiştir.



Görsel 9. Şırnak'ta İnanç Turizmi Gelişirse Katkıları.



Görsel 10. Şırnak'ta Turizm Sorunları ve Çözüm Önerileri.

Araştırmaya katılan kişilerin öncelikle inanç turizmi konusunda bilgilerinin olup olmadığı sorulmuş ve hemen hemen hepsinin konuyu bildikleri tespit edilmiştir. Burada aksi bir durumun ortaya çıkmamış olması, amaçlı örneklem yöntemi kullanmamızdan kaynaklanmaktadır. Bu da çalışmanın geçerliliğini güçlendir-mektedir. Katılımcılar inanç turizmini; ibadet etmek, inanca göre ziyaret, turistik faaliyet, inanç yönünden önemli şahsi-yetlerin ziyareti, kutsal mekânların ziyareti, ekonomik fayda, merak ve kültür temel ögesi gibi nedenlerle yapılan seyahatler olarak görmektedirler.

Katılımcılar Şırnak'ın inanç turizmi potansiyelinin yüksek olduğunu ifade etmişlerdir. Şırnak'ın inanç turizmi potansiyelini şu kategoriler çerçevesinde değerlendirmişlerdir; Hz. Nuh ve Tufanı, önemli şahsiyetler, dini yapılar ve inanç mozaiği kategorilerin frekans değeri yüksek olan Cudi Dağı, Birlik (Cem'a) köyü, Hz. Nuh Türbesi, Melaye Hüseyin'i Batevi ve Mem-u Zin Türbesi gibi önemli inanç merkezlerinden söz etmişlerdir. Ancak bu değerler dışında da inanç turizmi amaçlı birçok (Mor Dodo Kilisesi, Meryem Ana Kilisesi, Mağara (Kiwax) köyü, Kırmızı Medrese, Ulu Cami) inançsal yapının olduğu ifade edilmiştir. Potansiyelin varlığı ile ilgili olarak hem katılımcıların verdiği bilgiler hem de literatür sonucunda elde ettiğimiz bilgiler ışığında 65 inanç turizmi değeri Görsel 11'de gösterilmiştir. Bu kadar inançsal değer olmasına rağmen, katılımcıların çoğunluğu Şırnak'ta var olan inanç turizmi potansiyelinin yeterince kullanılmadığını vurgulamışlardır. Bu potansiyelin değerlendirilmemesinin nedenleri; güvenlik sorunu, altyapı sorunları, tanıtım eksikliği, istihdam yetersizliği, ekonomik yetersizlik, farkındalık düzeyi, turizm işletmelerinin yetersiz olması ve iç göçün fazla olması şeklinde ifade etmişlerdir. Bu anlamda katılımcıların Şırnak'ın inanç turizm potansiyelinin farkında oldukları ifade edilebilir. Benzer şekilde Avcı (2011) İzmir'de yaptığı çalışmada, katılımcıların yorumları neticesinde, İzmir ilinin inanç turizmi potansiyeline sahip olduğu ifade edilmiştir. Ancak İzmir ilinin inanç turizmi potansiyelinin çeşitli nedenlerle yeterince istifade edilmediği vurgulanmıştır. Adak (2018) çalışmada, Aksaray ilinin inanç turizmi yönünden potansiyele sahip olduğu; fakat katılımcılar bu potansiyelin yeterince kullanılmadığını ifade etmişlerdir.

Araştırmaya ilham kaynağı olan Mızrak vd. (2022) çalışmalarında Şırnak'ta birçok (inanç turizmi, doğa turizmi, yaya turizmi, trekking turizmi) turizm çeşidinden yararlanmanın mümkün olduğunu ifade etmişlerdir. Fakat bu turizm türlerinden yeterince isti-fade edilmediğini dile getirmişlerdir. Bu anlamda, elde edilen verilerde bölgelerin inanç turizmi potansiyeli yönünden zengin oldukları; fakat bu potansiyeli yeterince kullanmadıkları ortaya çıkmıştır.

“Şırnak'ta diğer turizm çeşitlerine kıyasla inanç turizminin yeri?” sorusuna katılımcı çoğunluğuna göre, Şırnak'ın inanç turizmi potansiyelinin diğer turizm türlerine göre daha yüksek olduğu belirtilmiştir. İnanç turizminin potansiyelinin yüksek olmasının nedenleri; Şırnak'ın, farklı etnik dini kökene sahip olması, inanç turizminin yılın tamamında yapılabilir olması ve diğer turizm türleri (doğa turizmi, mağara turizmi, kış turizmi, akarsu turizmi, vs.) ile yapılabilir olmasından dolayı, turistlerin daha çok tercih edeceklerini ifade etmişlerdir. “olumsuz şehir algısının ve ulaşım sorunlarının kalkması, inanç değerlerini koruma bilincinin, eğitim düzeyinin, bilinirliğinin, çevre duyarlılığının ve kültürlerarası kaynaşmanın artması” için katılımcıların çoğunluğu inanç turizminin geliştirilmesi gerektiğini, şekilde ifade edilmiştir. Bu anlamda Şırnak ili ve ilçelerinde, inanç turizminin geliştirilmesi önem arz etmektedir. Çelik ve Şarman (2013)'ın çalışmalarında katılımcılardan bu konu hakkında benzer cevaplar aldıkları görülmüştür. Şırnak'ta inanç turizminin mevcut du-rumuna yönelik katılımcı cevaplarına bakıldığında Şırnak ili ve ilçelerine turizm amaçlı günübirlik ziyaretlerin olduğunu ifade etmişlerdir.

Ziyaretlerin birçoğunun yakın çevre illerden olduğunu belirtmişlerdir. Bölgeye günübirlik seyahat eden ziyaretçilerin bir kısmı, Avrupa ve bölge sınır komşu ülkelerinden inanç yö-nünden ziyaretlerin olduğunu ifade etmişlerdir. İnanç turizminin gelişmesi aynı zamanda halkın ve esnafın gelen ziyaret-çilere yönelik tutumlarına bağlıdır. Bu bağlamda katılımcıların çoğunluğu, Şırnak halkının misafirperver davranacaklarını vurgulamışlardır. Ancak bir katılımcı bunun zaman içerisinde değişebileceğini ifade etmiştir.



Görsel 11. Şırnak İnanç Turizmi Haritası.

Kaynak: Araştırmacıya aittir.

Bu sonuç bize Doxey'in (1975) İrridex Modelini hatırlatmaktadır. Bu çalışmada elde edilen sonuçlar Çelik ve Şarman'ın (2013) çalışma sonuçları ile benzerlik göstermektedir.

İnanç turizminin gelişmesi durumunda Şırnak'a katkıların neler olacağı konusunda katılımcılar; sosyolojik, psikolojik, ekonomik yönden fayda sağlayacağını ifade etmişlerdir. Katılımcılar Şırnak'ta turizmin geliştirilmesi konusunda hem fikir oldukları ve turizm geliştirildiğinde Şırnak'a olumlu ölçüde katkılar sunacağını ifade etmişlerdir. Katılımcıların bunun farkında olmaları önemli bir noktadır. Çünkü turizmin etkilerinin sadece ekonomik yönden değil sosyolojik ve psikolojik yönden bilinmesi oldukça önemlidir. Benzer şekilde Şahiner (2012) çalışmasında, inanç turizmi değerlerinin, Karaman'ın inanç kültürünün gelişmesine katkıda sağlayacağını ifade etmiştir.

Katılımcılar, var olan inanç turizmi potansiyeli ile birlikte önemli sorunlar ve çözüm önerileri üzerinde durmuşlardır. Şırnak'ta turizm için; "altyapı ve yatırım eksikliği, güvenlik sorunu, toplumsal olaylar, olumsuz şehir algısı, covid-19 salgını, rehber eksikliği, jeopolitik konum, bürokratik sorunlar ve restorasyon sorunu" gibi sorunları dile getirmişlerdir. Şırnak ve ilçelerindeki olumsuz algının kırılması için turistlerin buraları ziyaret etmesi gerekir. Ziyaretleri esnasında halkın misafirperver davranışları onların bu algılarını değiştirmelerine katkı sunacaktır. Benzer bir şekilde Yüksel (2019) çalışmasında, İzmir'in inanç turizmi sorunları olarak; ulaşım, altyapı, konaklama, yeme-içme, çevre temizliği, ören yerlerin temizliği, güvenlik, yerel halkın turistlere yönelik tutumu şeklinde tespit etmiştir. Mızrak vd. (2022) çalışmalarında, Şırnak ilinin turizm sorunlarını araştırmışlardır. Çalışmada çıkan sorunlar kıyaslandığında çalışmamızla benzerlik göstermektedir. Çalışmada güvenlik sorunu ve olumsuz şehir algısının turizm faaliyetlerini oldukça sekteye uğrattıklarını ifade etmişlerdir.

Türkiye inanç turizmi bakımından potansiyeli yüksek bir ülkedir. Ancak bu potansiyelin kullanımı henüz istenilen seviyenin çok altındadır. Türkiye'nin Şırnak ili de inanç turizmi potansiyeline sahip olmasına rağmen, bugüne kadar inanç turizmi pastasından payını alamamıştır. Paydaşlar, Şırnak'ın inanç turizmi açısından son derece elverişli bir bölge olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca Şırnak ile özdeşleşen insanlığın ikinci atası olarak kabul edilen Nuh Tufanında geminin Cudi Dağına oturduğuna dair rivayetler inanç turizmini daha cazip hale getirmektedir. Çünkü Cudi Dağı üç semavi dine göre de kutsal kabul edilmektedir. Bu anlamda Cudi Dağı Sefine Bölgesi (geminin oturduğuna inanılan yer), Hristiyan, Yahudi, Müslüman ve bölgede yaşayan diğer din mensupları eskiden ibadet için ziyaret edilen bir yer iken 1964-2021 yılları arasında ziyaret gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara göre bu etkinliğin durmasının önemli sebeplerinden biri de bölgede kırk yıldır yaşanan güvenlik sorunu olduğunu altını çizmektedirler; fakat bu duruma katılmayan paydaşlarda mevcuttur. Paydaşların birkaçı güvenlik sorununun ortadan kalktığını, ortada var olan güvenlik algısının kırılması gerektiğini ifade etmişlerdir. Bu bağlamda Cudi Dağına yapılacak etkinlikler ve festivaller bölgenin inanç turizmine önemli bir katkı sağlayacaktır. Nitekim, Cudi Dağı'nın Sefine bölgesine, 2021 ve 2022 yılında "Cudi Festivali" adı ile etkinlik gerçekleştirilmiştir. Ancak yılın bir gününde yapılması yerine, Sefine bölgesine sürekli

çıkılması için alt yapının hazırlanması oldukça önemlidir. Ayrıca geçmişte Sefineye dini ziyaretler gerçekleşirdi. Şimdi ise festival havasında etkinliklerin yapılması, Sefine ziyaretinin manasına zarar vermektedir. Bu yüzden etkinliklerin ziyaret şeklinde ve geleneksel kültüre uygun bir şekilde yapılması gerekmektedir.

İnanç turizminin gelişmesi ile kültürler arası kaynaşma artacaktır. Bunun yanında ilin sahip olduğu somut ve somut olmayan kültürel unsurlarının ve ilde üretilen ürünlerin (halı, kilim, yazma, hediyelik eşyalar vs.) satışı yapılarak kırsal kalkınmaya önemli destek sağlanabilecektir. Bu minvalde ilin kültür ve yaşantısı açısından da inanç turizminin geliştirilmesi diğer turizm türlerine göre daha uygun olacaktır. Bu sayede halkın da istediği bir turizm çeşidinin geliştirilmesi daha kolay olacaktır.

İnanç değerleri yönünden, yüksek potansiyele sahip olan Şırnak ilinin turizm ziyaretlerinin artırılması için birtakım öneriler sunulmuştur. Bu öneriler aşağıda belirtilmiştir.

4.1. Kamu ve Özel Kurumlarına Yönelik Sunulan Öneriler

Doğrudan inanç turizmi ile ilgili öneriler;

1. İnanç turizmi rotalarının oluşturulması ve gerekli tabelaların ve isimlendirmelerin birden çok dilde yapılması,
2. Bölgeye inanç turizmi temalı turların gelmesi için tur operatörleri ve rehberler ile bir araya gelinmesi,
3. Cudi Dağında eskiden temmuz ayında yapılan ziyaretlerin sürekli yapılabilir hale getirilmesi,
4. Cudi ve Gabar Dağlarında ve diğer önemli noktalarda arkeolojik çalışmaların yapılması,
5. Cudi Dağına teleferik yapılması,
6. Farklı etnik ve dini toplumların bir zenginlik olduğunun anlaşılması ve toplumsal kültür haline getirilmesi için çalışmaların yapılması,
7. Bölge halkının inanç turizmi konusunda bilinçlendirilmesi,

Turizmin geliştirilmesi ile ilgili öneriler

1. Kültürel ve tarihi değerlerin korunması için çalışmaların yapılması,
2. Bölgede yer alan eğlence, dinlenme, konaklama ve rekreasyon alanlarının artırılması,
3. Bölgede yer alan tarihi merkezlerinin, tarihi dokusunu bozmadan onarılması, restorasyonlarının yapılması,
4. Şırnak'ta yer alan tarihi değerlere sahip olan inanç merkezlerini, kamu kurumları, özel sektör kurumları, sivil toplum kuruluşları ve halkın desteği ile gerekli tanıtım, broşür, kitap, film, akademik çalışmalar, etkinlikler, fuarlar ve reklam faaliyetlerin yapılması,
5. Olumsuz şehir algısının kırılması ve gelen misafirlere güvenli ortamın oluşturulması,
6. Bölgede faaliyet gösteren turizm tesislerinde çalışan personele gerekli hizmet eğitimlerinin verilmesi,
7. Kamu ve özel sektörlerinin bölgede yeni yatırımların yapılması, inanç merkezlerine yakın yerlerde kişisel ihtiyaçlarının giderilmesi için tesislerin kurulması,
8. Bölgede üretilen halı, kilim, şal şapık kumaşı, hediyelik gemi maketi gibi ürünlerin markalaşma yolunun açılması,
9. Bölgeye özgü yemek kültürünü sunan yiyecek içecek işletmelerinin artırılması,

10. Boşaltılmış tarihi köylerin koruma altına alınması ve bakım çalışmalarının yapılması,

Birçok çalışmada olduğu gibi bu çalışmanın da bazı sınırlılıkları mevcuttur. Öncelikle inanç turizmi hakkında bilgi sahibi olan ve Şırnak'ta ikamet eden inanç turizmi paydaşları ile sınırlandırılmıştır. Şırnak genelinde yapılacak bir anket çalışması ile daha fazla kişiden veri toplanabilir. Bunun dışında Şırnak'a az da olsa gelen inanç turizmi ziyaretçilerinin memnuniyet, motivasyon ve davranışsal eğilimleri araştırılarak bütüncül bir yaklaşımla Şırnak inanç turizmi değerlendirilebilir. Ayrıca inanç turizmi yerlerine gidildiğinde inanç turizmi mimari eserlerin büyük çoğunluğunun restorasyon gerektiği görülmektedir. Bu minvalde sadece araştırma projeleri değil, altyapı ve üst yapı projeleri ile de restorasyon çalışmaları yapılabilir.

Etik Beyan: Bu çalışma için Şırnak Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurulu'nun 14.04.2021 tarihli ve 2021/28 nolu toplantısında E-41213003-050.03-7766 sıra sayılı kararı ile izin alınmıştır. Aksi bir durumu tespiti halinde TO&RE Dergisi'nin herhangi bir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazar(lar)ına aittir.

Yazar Katkı Beyanı: 1.Yazarın katkı oranı %60, 2. Yazarın katkı oranı %40'tır.

Çıkar çatışması: Yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

Kaynakça

- Abad, J., & Alonzoana, V. (2020). Faith Tourism in Tagaytay City: Basis for Destination Marketing, *International Journal of Research*, 7 (11), 195-206.
- Adak, Y. (2018). *Aksaray İlinde Kültürel Bir Değer Olarak İnanç Turizmi Potansiyelini İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm & Otel İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Düzce.
- Alparslan, S.M. (2016). *İnanç Turizmi: Seyyid Burhaneddin Türbesi Ziyaretçilerine Yönelik Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Nuh Naci Yazgan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Kayseri.
- Alsarayreh, M. N., & Dalaeen, M. A. A. (2012). Historical and Religious Archeological Sites and Their Role in the Process of Touristic Attraction in Jordan (Madaba as a Case Study), *Asian Social Science*, 8(3), 156-168.
- Arıncı, K. (2018). Doğu & Güneydoğu Anadolu Bölgelerinin İnanç Turizmi Potansiyeli İle Bölgesel Kalkınma Bakımından Değerlendirilme İmkânları, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 21-47.
- Avcı, E. (2011). *İzmir'in İnanç Turizmi Potansiyelinin Seyahat Acentaları Açısından Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Aydın.
- Balta, M. (2003). *Kültürler Kavşağında Şırnak*, 1. Bs, Elma Yayınevi, İstanbul.
- Baltacı, A. (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır?, *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Başçı, A. (2011). *Türkiye'de İnanç Turizmi Kapsamında Aziz Pavlus'un Yeri Önemi & Turistik Ürün Potansiyelinin Değerlendirilmesinde Tanıtım Faaliyetlerinin Rolü*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi

- Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İşletmeciliği Eğitim Bilim Dalı, Ankara.
- Başkale, H. (2016). Nitel Araştırmalarda Geçerlik, Güvenirlik & Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 23-28.
- Bingöl, Z. (2004). Akdeniz Bölgesinin Kültür & İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi, *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi* (8), 125-137.
- Blackwell, R. (2007). Motivations for Religious Tourism, Pilgrimage, Festivals and Events, *Religious Tourism and Pilgrimage Festivals Management: An International Perspective*, 35-47.
- Bostanoğlu, O. (2015). *9. Sınıf Öğrencilerin Yazılı Anlatımlarındaki Önyargıların İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Türkçe Eğitimi Ana Bilim Dalı, Çanakkale.
- Cano, G., Romagosa, F., Blanco, A., & Priestley, G. K. (2012). Religious Tourism and Sacred Places in Spain: Old Practices, New Forms of Tourism, *International Journal of Tourism Anthropology*, 2(4), 282-292.
- Creswell, J.D. (2017). Mindfulness Interventions, *Annual Review of Psychology*, 68(1), 491-516.
- Çavuş, A., & Kadirhan, G. (2022). İnanç Turizm Koridorunda Yer Alan Konaklama İşletmeleri Web Sitesi İçeriklerinin Değerlendirilmesi, *Neveşehir Hacı Bektaş-ıli Üniversitesi SBE Dergisi*, 12(3), 1390-1406.
- Çelik, S., & Şarman, N. (2013). Siirt'in İnanç Turizmi Açısından Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma, *International Conference on Religious Tourism and Tolerance*, 9(12), 1021-1039.
- Das, A., Kondasani, R. K. R., & Deb, R. (2023). Religious Tourism: A Bibliometric and Network Analysis, *Tourism Review*,
- Doruk, E. K. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Halkla İlişkiler & Tanıtım*. İstanbul Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Doxey, G. V. (1975). A Causation Theory of Visitor-Resident Irritants: Methodology and Research Inferences, *In Travel and Tourism Research*, 195-198.
- Egresi, I., Kara, F., & Bayram, B. (2012). Economic impact of religious tourism in Mardin, Turkey. *Journal of Economics and Business Research*, 18(2), 7-22.
- Eykay, İ., Dalgın, T., & Çeken, H. (2015). İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Antakya'nın Değerlendirilmesi, *Journal Of Life Economics*, 2(2), 59-74.
- Ezenagu, N., & Okpoko, P. (2020). Promoting Faith-Based Tourism in Nigeria: The Place of Ritual Actors and Activities, *Journal of Tourism and Heritage Studies*, 1(2), 18-32.
- Giusca, M. (2020). Religious Tourism and Pilgrimage at Prislop Monastery, Romania: Motivations, Faith and Perceptions, *Journal of Studies and Research in Human Geography*, 14(1), 149-67.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*, (U.S.A.) and London: Aldine Transaction.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1982). Epistemological and Methodological Bases of Naturalistic Inquiry, *Educational Communication and Technology*, 30(4), 233-252.
- Gupta, S. K., & Raina, R. (2009). Pilgrimage Tourism in Vaishno Devi: An Evaluation of Socio-Cultural Impacts, *Journal of Tourism*, Volume X, No. 1, 2009 X(1), 53-70.
- Gülenç, A. (2021) *Osmanlıdan Cumhuriyete Şırnak Tarihi (idari, Sosyal & Ekonomik Yapı, 1853-1929)*, C. 1. 1. bs. İ. Baz. (Ed.) Şırnak Belediyesi Yayınları, Mardin.
- Hassan, T. H., Abdou, A. H., Abdelmoaty, M. A., Nor-El-Deen,

- M., & Salem, A. E. (2022). The Impact of Religious Tourists' Satisfaction with Hajj Services on Their Experience at the Sacred Places in Saudi Arabia, *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 43(3), 1013-1021.
- Iliev, D. (2020). The Evolution of Religious Tourism: Concept, Segmentation and Development of New Identities, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 131-140.
- İnce, Y. (2017). *İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Kırklareli İl & İlçelerinin Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Kırklareli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Kırklareli.
- İşçen, S. (Ed.). (2020). *Şehrimiz Şırnak*, Şırnak İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Şırnak.
- Karabaltaoğlu, Ş. (2019). *İnanç Turizmi Destinasyonlarının Yönetimi: Kastamonu Hz. Pir Şeyh Şaban-ı elî Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Kastamonu.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Kaya, F., Cankül, D., & Demirci, B. (2013). Türkiye'nin Önemli İnanç Turizmi Merkezlerinden Biri: Akdamar Kilisesi, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal & Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2013(1), 13-24.
- Koç Başaran, Y. (2017). Sosyal Bilimlerde Örnekleme Kuramı, *the Journal of Academic Social Sciences*, 5(47), 480-495.
- Kömürcü, S. (2017). *Etkinlik Turizmi & İnanç Turizmi Paradoksu: Turizm Yazınında İnanç Etkinliklerinin Kavramsal Analizi & Konumlandırılması*, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Programı, İzmir.
- Krippendorff, K. (1980). Validity in Content Analysis, 69-112.
- Mızrak, M., Yaşar, Y. E., Erğün, S., Kadirhan, S., & Çelik, S. (2022). Turizm Paydaşlarının Bakış Açısı ile Şırnak İli Turizm Sorunları & Çözüm Önerileri, İçinde İ. Hüseyini, S. Çelik, R. Sakur, & M. N. Uygur. (Ed.), *Ekonomik, Siyasal & Sosyal Boyutları ile Şırnak* (ss. 377-396), Paradigma Akademi Yayınları, Çanakkale.
- Rivas, V. A. (2021). Tourism, Shamanism and the Pandemic, *Journal of Public Health (Oxford, England)*, 1(2), 1-2.
- Sargın, S. (2006). Yalvaç'ta İnanç Turizmi, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 1-18.
- Simone-Charteris, M. T., & Boyd, S. W. (2011). The Potential for Northern Ireland to Promote Politico-Religious Tourism: An Industry Perspective, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20(3-4), 457-483.
- Smith, V. L. (1992). Introduction the Quest in Guest, *Annals of Tourism Research*, 19,1-17.
- Sözal, O.E. (2018). *İnanç Turizminin Turistik Destinasyon Pazarlamasındaki Yeri & Önemi: Edirne Bahai Dini Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği & Otelcilik Ana Bilim Dalı, Edirne.
- Stamenković, I., Plavska, J., & Vujicic, M. (2009). The New Age of Faith Tourism and Fruska Gora Mountain Serbia, *Turizam*, 13(2), 102-112.
- Strauss, A. L., & Corbin, J. M. (1998). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*, Sage Publications, 2. bs. London.
- Şahiner, T. (2012). *İnanç Turizmi Potansiyeli & Halkın İnanç Turizmine Bakışı Açısından Karaman*, Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Tan, F. Z., & Yıldırım, C. (2019). İnanç Turizmi: Kastamonu İli Turizm Alt Yapısına Katkısı, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 3(1), 83-91.
- T.C. Şırnak İl Tarım & Orman Müdürlüğü (Ağustos 2020). *Tarih & Coğrafyası*, <https://sirnak.tarimorman.gov.tr/Sayfalar/Detay.aspx?SayfaId=5>, Erişim Tarihi: 05.08.2020.
- Tuncel, M. (2010). Şırnak, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, 39, 109-111.
- Turan, Y. (2020). Kutsalın Ziyareti: İnanç Turizminin Altında Yatan Güdüler & Karadeniz Bölgesi İnanç Turizmi Potansiyeli, *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi (ODÜSOBİAD)*, 10(1), 153-163.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (Mart 2022). İstatistik &ri Portali, <https://www.tuik.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 20.03.2022.
- Tümbek, A.N. (2009). *Bütünleşik Pazarlama Faaliyetleri İle İnanç Turizmini Geliştirerek Yabancı Yatırımın Çekilmesi & Antakya Örneği* Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Türkiye Rehberi (Ocak 2022). Şırnak Haritası, <https://www.turkiye-rehberi.net/sirnak-haritasi.asp>, Erişim Tarihi: 19.01.2022.
- Usta, K.M. (2005). *İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından İznik'in Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği & Otelcilik Ana Bilim Dalı, Balıkesir.
- Wright, K. (2007). Religious Tourism, Leisure Group Travel, (Special Edition), ss.8-16.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Akademik & Meslek Yayınları, 12. Bs, Ankara.
- Yılmaz, G., Erdinç, S. B., & Küçükali, S. (2013). İnanç Turizmi Çerçevesinde Antalya Destinasyonunun İncelenmesi: Dinler (Hoşgörü) Bahçesi Örneği, İçinde M. Kar (Ed.), *International conference religious tourism and tolerance 09-12 May, 2013 Konya/Turkey*, Ss. 1041-55, Aybil Yayınları, Konya.
- Yüksel, Y. F. (2019). *İzmir İlinin İnanç Turizmi Potansiyeli & Değerlendirmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya Ana Bilim Dalı, İzmir.

EK 1:

Araştırma Soruları

Kısaca kendinizden bahseder misiniz? (Cinsiyet, Yaş, Eğitim, Unvan, Meslek)

- İnanç turizmi hakkında bildiklerinizi aktarır mısınız?
- Şırnak merkez ve ilçelerini inanç turizmi potansiyeli yönünden değerlendirebilir misiniz?
 - Şırnak inanç turizmi için var olan değerler nelerdir?
 - Bu saydıklarınız içerisinde sizce en önemli değerler hangileridir?
- Şırnak'ın sahip olduğu inanç turizmi potansiyelinin kullanılabilirliği hakkında ne düşünüyorsunuz? Yeterince kullanılamıyorsa nedenlerini açıklar mısınız?
- Şırnak'ta diğer turizm çeşitlerine kıyasla inanç turizminin yerini nasıl görüyorsunuz?
- Şırnak ve ilçelerinde inanç turizminin geliştirilmesi fikrine nasıl bakıyorsunuz?
- Şırnak'ın şu anki inanç turizmi ziyaretleri ile ilgili bilgi verebilir misiniz?
 - Günübirlik kimse geliyor mu?
 - En çok nerelerden geliyorlar?
 - Yerli kişiler (il-ilçedeki) ziyaret ediyor mu?
- Sizce Şırnak halkı ve esnaf gelen turistlere nasıl davranır ve gelen turistlere karşı tutumları nasıl olur?
- İnanç turizminin gelişmesi durumunda, Şırnak ve ilçelerine ne gibi katkıları olur?
- Şırnak merkez ve ilçelerinde inanç turizmi sorunları ve çözüm önerileriniz hakkında bilgi verebilir misiniz?