

PAPER DETAILS

TITLE: Kültürel Miras Kaynaklarinin Turistlerin Tutum ve Degerlendirmelerine Etkisi zerine Bir

Arastirma: Tarihi Yarimada rnegi*

AUTHORS: Hakan ÖNGÖREN,Mehmet ZAMAN

PAGES: 1-21

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2367015>



Kültürel Miras Kaynaklarının Turistlerin Tutum ve Değerlendirmelerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma: Tarihi Yarımada Örneği*

A Study on the Effects of Cultural Heritage on the Attitudes and Evaluations of Tourists: The Case of the Historic Peninsula

Hakan ÖNGÖREN¹, Mehmet ZAMAN²

¹Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, Türkiye
²Atatürk Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Erzurum, Türkiye

ORCID:

H.Ö.: 0000-0003-3142-8184

M.Z.: 0000-0002-1833-6501

Corresponding Author:

Hakan ÖNGÖREN

Email:

hackahn1907@gmail.com

Citation: Öngören, H. ve Zaman, M. (2022). Kültürel miras kaynaklarının turistlerin tutum ve değerlendirmelerine etkisi üzerine bir araştırma: Tarihi Yarımada örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12 (1): 1-21.

Submitted: 09.09.2021

Accepted: 14.12.2021

Özet

Fatih ilçesi, 1985 yılında UNESCO tarafından "tarihi yarımada" olarak tanımlanmıştır. Bu araştırmanın amacı anket tekniğinden yararlanılarak Fatih'te bulunan tarihi ve kültürel varlıklar ile destinasyon turizmi hakkında turistlerin tutum ve değerlendirmelerini ortaya çıkarmaktır. Bu hedef kapsamında turistlere demografik özellikleri ile imkân, imaj ve tutum ve davranışları ölçme temelinde sorular yöneltilmiştir. Araştırmada nicel araştırma tekniklerinden bağıntısal analiz yöntemi kullanılmıştır. Anket yardımıyla elde edilen veriler SPSS 26 programına aktarılmıştır. İstatistiksel analiz yeterliliği için geçerlilik, güvenirlik, basıklık ve çarpıklık testleri yapılmıştır. İstatistik sonuçları kapsamında araştırma soruları geliştirilmiş ve ankette yer alan yargıların kendi aralarındaki yön ve ilişkileri saptanmıştır. Kültürel turizm çekiciliği konusunu anlamlandırmak için Fatih ilçesindeki müzelere ait 2005-2019 yılları müze istatistikleri elde edilmiştir. Buna göre tarihi yarımada'daki müzeleri ziyaret eden turist sayısının son 15 yıl içerisinde büyük ölçekte artış ve azalış eğilimleri göstermesinde gelen turistlerin tarihi yarımada hakkındaki değişkenlik gösteren tutum ve algısı, Türkiye'nin bu dönem içinde bulunduğu olumsuz koşullar ve ikili ülke ilişkilerinin olumsuz etkisinin de olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Sözcükler: Tarihi Yarımada, Fatih, Tarih, Kültür, Turizm, Müze

Abstract

Fatih district has been described as a "historical peninsula" by UNESCO since 1985. The purpose of this research is to reveal the attitudes and evaluations of tourists about historical and cultural assets and destination tourism located in Fatih using the survey technique. The goal of this study is to show the attitudes and assessment of tourists about the historical and cultural heritage in Fatih district and destination tourism by using the survey technique. Within the scope of this goal, questions were asked to the tourists on the base of measuring their demographic characteristics, opportunities, images, attitudes, and behaviors. The correlation analysis method from quantitative research techniques has been used in the research. The dataset obtained with the help of the survey has been transposed to the SPSS 26 program. Validity, reliability, kurtosis, and skewness tests have been performed for statistical analysis adequacy. Within the content of statistical results, research questions have been developed and the direction and relations between the judgments in the questionnaire had been determined. The

*Bu makale, "Fatih İlçesinin Turizm Coğrafyası" adlı Yüksek Lisans Tezinden yararlanılarak üretilmiştir.

museum statistics of the museums in Fatih district for the years 2005-2019 has been obtained to make sense of the cultural tourism attraction. Accordingly, the increasing and decreasing trends in the number of tourists visiting museums on the historical peninsula over the past 15 years is largely affected by the changing attitudes and perceptions of tourists towards Turkey, the negative effects of adverse conditions of Turkey in this period of time, and bilateral relations with other countries.

Keywords: Historical Peninsula, Fatih, History, Culture, Tourism, Museum

1. GİRİŞ

Turizm sektörü geçmişten günümüze doğru gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde oldukça ilgi görmektedir. Dünya Turizm Örgütü'nün en son kaydına göre de turizm sektörü sürekli genişleme ve çeşitlenme yaşamış ve son altmış yılda dünyanın en büyük ve en hızlı büyüyen ekonomik sektörlerinden biri haline gelmiştir (UNWTO, 2013). Uluslararası seyahat eden kişi sayısı 1950 yılında 25 milyon kişi iken 2005 yılında 808 milyon kişiye çarpıcı bir şekilde yükselmiştir (Phosikham ve ark., 2015: 37). 2013 yılında, uluslararası seyahat eden kişi sayısı %5 artarak 1,1 milyar kişi olmuştur. 2018 yılında ise uluslararası seyahat eden kişi sayısı yaklaşık 600 milyon kişi artarak 1,7 milyar kişi olmuştur (World Tourism Organization (UNWTO), 2018).

Turizmin günümüzde en popüler çeşidi de kültürel turizmdir. Dünya'da insanlık tarihi süresince yaşam sürmüş olan medeniyetlerin bizlere emaneti olan kültürel varlıklar, zaman içerisinde yaşanan yıpratıcılığın ve tahrip ediciliğine karşın bizlere kadar ulaşmış değerli unsurlardır. Geçmiş dönemlerde yaşamış olan uygarlıkların inanışları, yaşantıları, gelenek ve örf-adetleri gibi birçok husus ile alakalı bilgi sahibi olmamız konusunda bu değerli kültür hazineleri bizlere kolaylık sağlamaktadır (Sezer, 2017: 175; Zaman, 2012). Nitekim bir destinasyonda doğal ve kültürel miras varlıklarının olması o bölgenin rekabet edilebilirlik düzeyini artırmaktadır. Aynı zamanda iyi bir destinasyon imajına sahip olan destinasyon ayrıcalıklı hale gelmektedir. Bununla birlikte bu ayrıcalık turistlerin davranış ve eğilimlerini olumlu etkilerken, bölge destinasyonun turizm yönünden çekiciliğine, imajına, geçerliliğine ve inandırıcılığına sahip olmasını sağlamaktadır (Yükselen ve Güler, 2009: 23). Pekerşen ve ark., (2019), bu konu ile ilgili olarak "Turizm sektöründe hizmet veren işletmelerin sundukları helal ürün ve hizmetlere yönelik risk boyutlarının değerlendirilmesi: İstanbul tarihi yarımada'yı ziyaret eden yabancı turistler üzerinde bir araştırma" adlı çalışmada helal ürünler ile alakalı olarak tarihi yarımada'ya gelen turistlerin algı ve tutumlarını öğrenmeye çalışmış ve sonuç olarak turistlerin birbirlerinden tavsiye almaları ileriki zamanda tercihlerinde etkileşime sebebiyet verdiği sonucuna ulaşmıştır (Pekerşen ve ark., 2019: 197).

Kültürel miras kaynaklarından yararlanarak turizm destinasyonlarında marka şehirler yaratma konusu 1980'li yıllardan günümüze kadar yapılan önemli katkılarla köklü bir tartışma hattının temelini oluşturmuştur. Bununla birlikte kültürel miras ve kentsel gelişim konularında, öğrenmeye katkıda bulunan kurumların çalışmalarında da sürekli bu konu üzerinde durulmaktadır (García-Hernández ve ark., 2017: 2-3). Bundan kaynaklı olarak son dönemlerde ülkemizde ve dünyada akademik anlamda "kültürel varlık turizmi" konulu araştırmalarda büyük bir artış ve çeşitlilik yaşanmaktadır.

Bu çalışmada tarihi yarımada olan Fatih ilçesinde bulunan tarihi ve kültürel mirasların korunma alanı olan müzelere ait ziyaretçi verileri değerlendirilerek ilçedeki turist çekiciliği konusu açıklanmaya çalışılmıştır. Bagri ve Kala (2014) "ziyaret edilen destinasyon seçimini, geri dönme ve kalıcı ilişkileri sürdürme kararını etkilediği için turistlerin göstermiş oldukları memnuniyet turist davranışının mükemmel bir göstergesidir" değerlendirmesinde bulunmuştur. Buna göre Fatih'te turistlere yönelik yapılan anket doğrultusunda turistlerin Fatih'teki tarihi ve kültürel varlıklar ile destinasyon hakkındaki imkân, imaj, tutum ve değerlendirmelerinin ne olduğu yapılacak olan istatistiksel analizlerle anlaşılmaya ve anlamlandırılmaya çalışılacaktır. Bu çalışmadan çıkacak olan

sonuç ve değerlendirmeler ile turizmin en önemli unsuru olan turistlerin destinasyon hakkındaki tutum ve görüşleri, tarihi yarımada'da ilerleyen süreçlerde turizm konusunda karar vericilerce yapılacak olan turizm planlamaları adına yararlı olacaktır. Çalışma bu yönüyle de önem arz etmektedir.

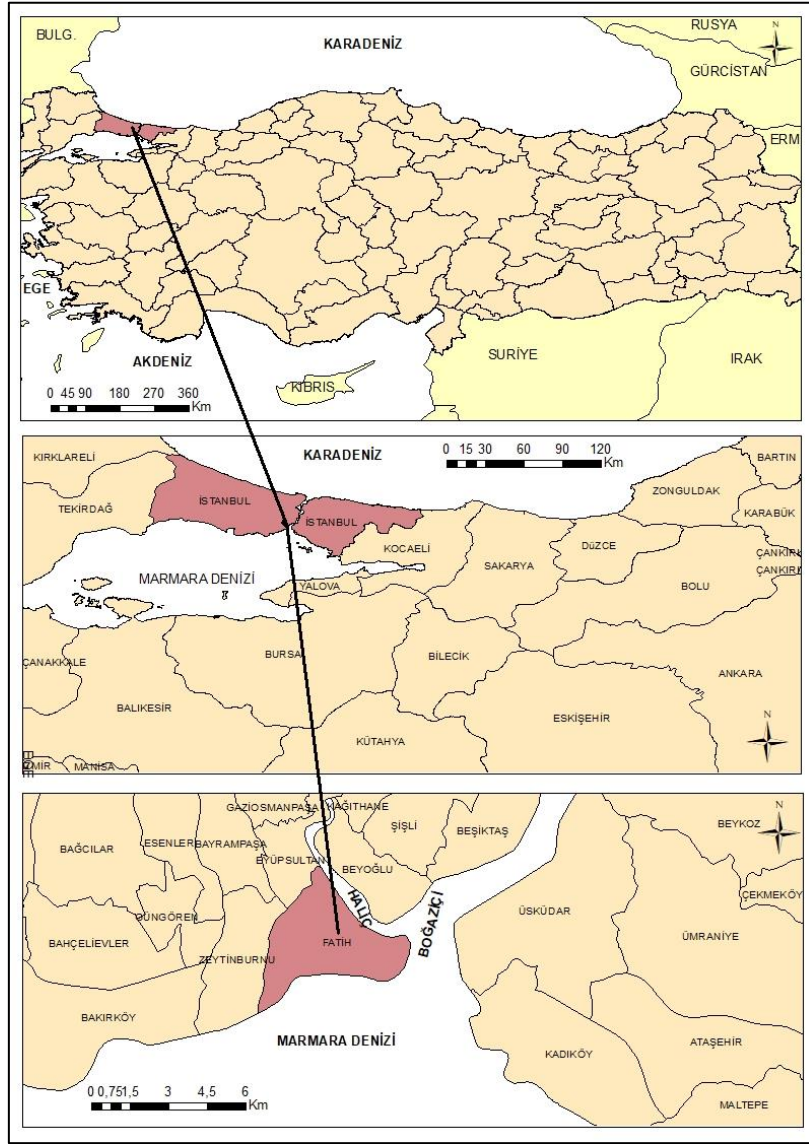
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Tarihi Yarımada Coğrafyası

Matematiksel konum olarak Fatih ilçesi (tarihi yarımada) 41° 02' 00" Kuzey enlemi ve 28° 55' 34" Doğu boylamında yer almaktadır. Coğrafi ve tarihi konum itibarıyla de Fatih, İstanbul'un en özgün ve en eski kentsel yerleşim alanlarından birisidir. UNESCO tarafından 1985 yılından itibaren dünya kültür mirası listesine alınmış çok özgün ve karakteristik bir alandır. İstanbul'un binlerce yıllık tarihi boyunca tanık olduğu medeniyetlerin her birinde şehrin kendine özgü misyonu ile öne çıkmış ve adeta şehrin bir simgesi olmuştur. Ayrıca bölge, ticari ilişkiler ve ekonomik faaliyetler bağlamında mal ve hizmetlerin toplama ve dağıtım merkezi olarak günümüze kadar işlevini sürdürmüştür (Fatih Belediyesi (a), 2021; Turgut, 2008: 319).

Tarihi geçmişi M.Ö. 685 yılına kadar dayanmakta olan ve suriçi olarak da adlandırılan tarihi yarımada (historic peninsula), tarih boyunca başta Magera, Mısır, Roma, Bizans ve son olarak Osmanlı İmparatorluğu gibi imparatorlukların sınırları içerisinde yer alan Bizans ve Osmanlı İmparatorluklarına başkentlik yapmıştır (Hamamcıoğlu ve Yenen, 2009: 175). Günümüzde Fatih ilçesinin tamamına karşılık gelen tarihi yarımada deniz tarafında Marmara Denizi, İstanbul Boğazı ve Haliç Körfezi (Golden Horn), kara tarafında ise Bizanslılar dönemine ait, şehrin korunması amacıyla inşa edilmiş olan şehir surlarıyla çevrilmiştir. Bu durumundan dolayı da bölgeye aynı zamanda "Suriçi" de denilmektedir (Kubat, 2019: 22-23; Harita 1).

Jeomorfolojik özellikleri ele alındığında Fatih ilçesi, deniz seviyesinden yaklaşık 60 metre yükseklikte olup yükseklik doğudan batıya gidildikçe artmaktadır. Fatih ilçesinde ılıman iklim görülmektedir. Meteoroloji Genel Müdürlüğü verilerine göre tarihi yarımada'da kış aylarında yaz aylarından çok daha fazla yağış düşmektedir. Fatih'in yıllık ortalama sıcaklığı 15,1 °C, yıllık ortalama yağış miktarı, 728 mm'dir (Öngören, 2016: 22-25).



Harita 1. Fatih İlçesinin Lokasyonu

Fatih (tarihi yarımada) 1984 yılı itibariyle ilçe statüsü kazanmış ve 2008 yılında tarihi Eminönü ilçesi ile birleşmiştir. TÜİK verilerine göre 2020 yılı Fatih ilçesinin nüfusu 396.594 kişi olmuştur. Nüfusun önemli bir kısmını göçle gelen kesim oluşturmaktadır. Göçle gelen kesimin fazlalığı, ilçede özellikle 2000’li yılların başında konut sıkıntısının ortaya çıkmasına sebebiyet vermiştir. 1985 yılında bölgenin yaklaşık 1/4’lük kesiminin sit alanı ilan edilmesi ile de yeni yapılaşmanın önüne geçilmiştir. Bütün bunların sonucunda ilçede günümüzde kentsel çarpıklaşma sorunu da ortaya çıkmaya başlamıştır (Ögçe, 2020: 39; Fatih Belediyesi (b), 2021).

Fatih ilçesi, Kapalıçarşı, Mısır Çarşısı ve diğer önemli çarşılar ve turizm tesisleri ile birlikte turizm ekonomisi açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Bu bağlamda ilçe ekonomisi şu şekilde açıklanmaktadır;

“İstanbul İli’nin ekonomik hareketlerini %100 ile ifade edersek İlçenin yeri %75’e ulaşmıştır. Bankalardaki çek-senet hareketlerini ele alacak olursak İstanbul piyasasında Anadolu’ya gönderilen çek-senet hareketlerinin de %70’i Eminönü kısmından kaynaklanmaktadır. Ülkemizin altın borsası ilçedeki Kapalıçarşı’da hüküm sürer ve bu çarşıımızın günlük altın hareketi trilyonla ifade edilebilecek düzeydedir” (Fatih Kaymakamlığı, 2021).

Fatih ilçesine ait fiziki ve beşeri bilgiler değerlendirildiğinde ilçenin kültürel turizm faaliyetleri açısından uygun iklim koşullarına sahip olduğu, yer şekillerinin turistik faaliyetleri sınırlandırıcı bir seviyede olmadığı anlaşılmaktadır. Literatür bilgisine göre ilçenin çarpık kentleşme sorunun varlığı ise turistik hareketlerin üzerinde sınırlandırıcı bir etki yaratacağı muhtemeldir. Bundan sonraki aşamada ise tarihi yarımada'daki kültürel miras, turizm çekiciliği ve ilçede yer alan müzelere ait istatistikler konularına değinilecektir.

2.2. Kültürel Miras Turizmi

Tarihi varlık ve kültürel turizmi, tamamen veya kısmen bir topluluğun, bölgenin tarihi, sanatsal, bilimsel veya yaşam tarzı/miras tekliflerine ilgi duyan, ev sahibi topluluk dışından ziyaretçileri çekerek ekonomik büyüme sağlayan bir kalkınma aracıdır (Silberberg, 1995: 362). Bu turizm çeşidinde turistler, manzaralar, görsel ve sahne sanatları ve özel yaşam tarzları, değerler, gelenekler ve olaylar dâhil olmak üzere kültürel ortamları deneyimlemeye odaklanmaktadır (Özgüç, 2007: 18).

Yaşamış olduğumuz dönemde geçmiş dönemlere ait var olan değerlerin bu kadar ilgi çekmesinde birden fazla unsurun etkisi bulunmaktadır. Bu unsurlardan ilki ve en önemlisi de insanlardaki nostalji güdüsünün varlığıdır. İnsanın kendisini koruması ile alakalı olarak güdülenmenin bir parçası da geçmişi koruma güdüsüdür. İnsanların geçmişlerini bilmeden gelecek içerisinde nereye erişebileceğini idrak etmek bu açıdan zorluk taşımaktadır. Nostalji güdüsü, yaşanan ve yaşanması muhtemel krizlere adapte olmanın önemli bir aracı olarak dikkati çekmekte, toplumsal bir yumuşatıcı rolü üstlenmekte ve güvenin zayıfladığı ya da tehdit altına girdiği bir durumda ulusal kimliği güçlendirmektedir (Aliağaoğlu, 2004: 52).

Kültürel miras turizminde iki temel yaklaşımı bulunmaktadır. Bu yaklaşımlardan ilki kültürel mirasın, turizm çekiciliği yönünden değerlendirilmesidir. Söz konusu yaklaşım yoluyla turisti harekete geçiren olaylar ve çekicilikler, konumunu etkileyen nedenler, bunların mekânsal (coğrafi) dağılımı, tarih süreci içerisinde mekânsal (coğrafi) olarak nelerden etkilenmiş olduğu vb., konular değerlendirilmektedir. Bir diğer yaklaşım da söz konusu durumun turist yönünden ele alınması meselesidir. Bu yaklaşım yoluyla turistlerin kültürel turizme neden katılım sağladığını, ne gibi insanların kültürel çekiciliğe katılmak adına hareket ettiğini, kültürel turizme nasıl katıldığını ele almaktadır (Doğaner, 2013; Doğaner 2014: 9; Datzira-Masip, 2006).

Kültürel miras turizmi tarihi yarımada adına oldukça önem arz ettiği bilinen bir gerçektir. Nitekim Fatih ilçesi sahip olduğu zengin kültürel varlıklar sayesinde ülkemizin kültür turizminin çekim merkezi olmuştur. Bu yönüyle ilçeye kültür turizmi kapsamında gelen turistlerin ilçenin bu potansiyeli hakkındaki imkân, imaj ve tutum ve davranışları da oldukça önemli bir konu olarak karşımıza çıkmıştır.

2.3. Tarihi Yarımada'daki Kültürel Miras ve Turizm Çekiciliği

Türkiye, 1983 yılında BM'ye UNESCO (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü) nezdinde sahip olduğu dünya mirasını koruma sözü vermiştir. Türkiye'nin sahip olduğu tarihi ve kültürel mirasın korunması adına hükümet, 2004 yılında "2863 Sayılı Kültür ve Tabiat Varlıkları Kanunu"nu ilan etmiş ve ilgili kanuna göre tarihi ve kültürel varlıklar yönünden önem arz eden alanları sit alanı olarak belirlemiştir. Bu kanun çerçevesince Fatih (Tarihi Yarımada) 4 sit alandan oluşmaktadır:

- Arkeolojik Park Koruma Alanı,
- Süleymaniye Camii ve Çevresi Koruma Alanı,
- Zeyrek Camii ve Çevresi Koruma Alanı,

- İstanbul Kara Surları Koruma Alanı 1985 yılında Dünya Mirası olarak listelenmiştir (Gültekin, 2012: 239).

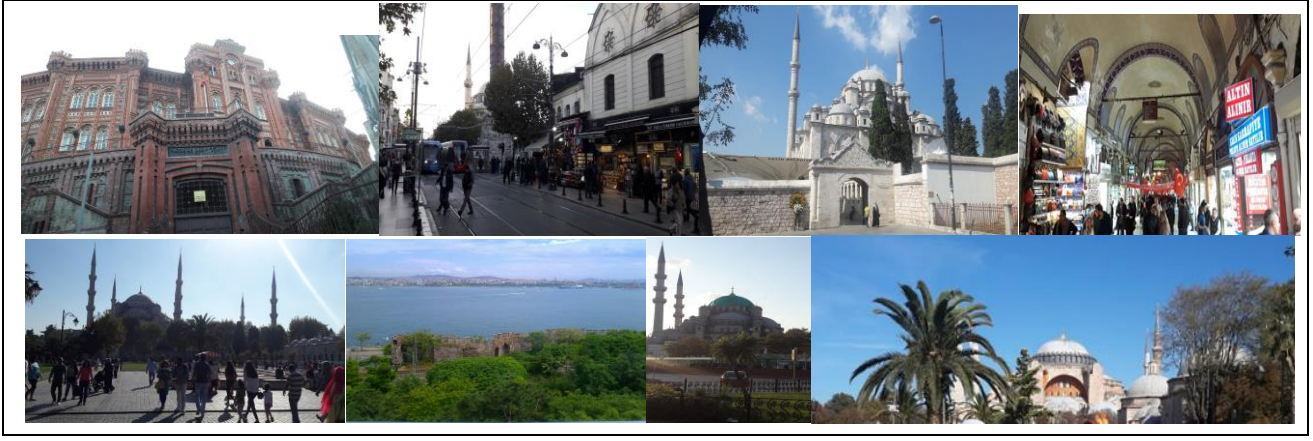
Tablo 1. Tarihi Yarımada'daki Kültür Varlıkları

Camiiler	Kiliseler	Sinagoglar	Müzeler
Ayasofya Camii	Rum Ortodoks Kilisesi/Patrikhanesi	Ahrida Sinagogu	Kariye Müzesi
Sultanahmet Camii	Aya İrini Kilisesi	Bet Avraam Sinagogu	Türk ve İslam Eserleri Müzesi
Eminönü Cami	Surp Kevork Kilisesi	Kal Kadoş Çorapçı Han Sinagogu	İstanbul Arkeoloji Müzesi
Fatih Camii	Aya Yorgi Patrikhane Kilisesi	İtalyan Sinagogu	Büyük Saray Mozaikleri Müzesi
Süleymaniye Camii	Ayvansaray Aya Dimitri Kilisesi		İslam Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi
Beyazıt Camii	Edirnekapı Aya Yorgi Kilisesi		
Firuz Ağa Camii	Gedikpaşa Surp Hovhannes Kil		
Laleli Camii	Kanlı Kilise		
Nuruosmaniye Camii	Surp Hıreşdagabed Kilisesi		
Çeşmeler	Çarşılar	Meydanlar	Diğerleri
III. Ahmet Çeşmesi	Kapalıçarşı	Sultanahmet Meydanı	Topkapı Sarayı
Hatice Turhan Sultan Çeşmesi	Eminönü Mısır Çarşısı	Ayasofya Meydanı	Yılanlı Sütun
Alman Çeşmesi	Sahaflar Çarşısı	Beyazıt Meydanı	Dikilitaş
Safiye Sultan Çeşmesi	Arasta Çarşısı	Eminönü Meydanı	Çemberlitaş Sütunu
Süleymaniye Meydan Çeşmesi	Kuyumcular Çarşısı		Yerebatan Sarnıcı

Kaynak: (Akça, 2017: 580-584; Başar, 2012: 44-50; Öngören, 2016).

Balkanlar ve Anadolu, Karadeniz ve Akdeniz arasında Tarihi Yarımada'da stratejik bir konuma sahip olan İstanbul, 2000 yılı aşkın süredir önemli siyasi, dini ve sanatsal olaylarla ilişkilendirilmiştir. Tarihi dönemlerdeki imparatorlar ve padişahlar, krallıklarının zenginliğinden yararlanarak şehri; yerler, mabetler, kiliseler ve camiler, diğer kamu binaları ve yapıları ile süslemişlerdir (Kuban, 2010: 11-32; Tablo 1). Bilindiği gibi, tarihi ve kültürel turizmi çekici kılan en önemli unsurlardan birisi de insanın sahip olduğu nostalji güdüsüdür (Aliağaoğlu, 2004). Tarihi yarımada önceki bölümlerde belirtildiği gibi hem Roma hem Bizans hem de Osmanlı imparatorlukları gibi dünyanın önemli uygarlıklarına başkentlik yapmış olduğu için Hristiyan ve İslam inancı kapsamında birçok turist ilgi duyduğu turistik çekim merkezine dönmüştür.

Tarihi yarımada denildiğinde akla ilk gelen varlıklar Sultanahmet Camii, Topkapı Sarayı, Ayasofya Camii, Alman Çeşmesi, Kapalıçarşı ve Yerebatan Sarnıcı'dır. İnanç turizmi kapsamında Rum Ortodoks Kilisesi/Patrikhanesi ve Aya İrini Kilisesi gibi kiliseler ile Ahrida Sinagogu ve Bet Avraam Sinagogu gibi sinagoglar hem de kültürel turizm bakımından Topkapı Sarayı, Kariye Müzesi, İstanbul Arkeoloji Müzesi ve diğer müzeler ile Yerebatan Sarnıcı gibi yerler oldukça popüler alanlardır. Bunların haricinde Fatih'te tarihi ve kültürel öneme sahip çarşılar, meydanlar, medreseler ve türbeler gibi birçok önemli yapıtlar bulunmaktadır (Tablo, 1; Fotoğraf 1).



Fotoğraf 1. Tarihi Yarımada'da Bulunan Bazı Kültürel Varlıklar

2.3.1. Tarihi Yarımada'daki Müze ve Ziyaretçiler

Kültür turizminin en önemli aracı olan müzeler turizm destinasyonlarında turist sayısını belirlemede bir kayıt defteri görevi görmektedir (Jolliffe ve Smith, 2001: 151). Nitekim herhangi bir destinasyonda turizminin göstergesi olarak müzeleri ziyaret eden kişi sayısı da önemlidir (Sezer, 2010: 45) Tarihi yarımada'nın turizm çekiciliği konusu ile ilgili olarak bizlere en açık veriyi de ilçenin idari sınırları içerisinde bulunan müzelere ait ziyaretçi giriş sayıları vermektedir. Bu bağlamda Fatih'te, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğüne bağlı kuruluş olan Döner Sermayeleri Genel Müdürlüğü (DÖSİMM, 2021) tarafından düzenlenen 2019 yılına ait müzelere yapılan toplam ziyaretçi sayıları incelenmiştir (Tablo 2, Tablo 3).

Tablo 2. Fatih'teki Müzelere Ait Ziyaretçi Sayısı İstatistikleri (2019)

	Müze Adı	Ziyaretçi Sayısı
1.	Ayasofya Müzesi*	3.727.361
2.	Topkapı Sarayı Müzesi	2.364.946
3.	Arkeoloji Müzeleri	427.643
4.	Topkapı Sarayı - Harem Dairesi	303.806
5.	İslam Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi	230.233
6.	Kariye Müzesi	200.173
7.	Türk ve İslam Eserleri Müzesi	187.929
8.	Büyük Saray Mozaikleri Müzesi	81.391
9.	Aya İrini Anıt Müzesi	71.926
	Toplam	7.595.408

(*) Ayasofya Müzesi 20 Temmuz 2020 tarihinde ibadete açılmış ve müze statüsünden çıkarılmıştır.

Kaynak: (DÖSİMM, 2021).

Ayasofya müzesi 2019 yılında 3.727.361 kişi ziyaretçi sayısı ile Fatih ilçesindeki en yüksek ziyaretçi sayısına sahip olan müze olmuştur. Ayasofya müzesini, 2019 yılında 2.364.946 ziyaretçi sayısı ile Topkapı Sarayı izlemektedir. Tarihi yarımada yer alan ve en az ziyaretçi sayısına sahip olan müze ise Aya İrini müzesidir (Tablo 2).

Tablo 3. Türkiye’de En Çok Ziyaret Edilen 10 Müze (2019)

	Müze Adı	Bulunduğu İl/İlçe	Ziyaretçi Sayısı
1.	Ayasofya Müzesi*	İstanbul/Fatih	3.727.361
2.	Mevlana Müzesi	Konya/Selçuklu	3.464.155
3.	Topkapı Sarayı Müzesi	İstanbul/Fatih	2.364.946
4.	Hacıbektaş Müzesi	Nevşehir/Merkez	592.727
5.	Cumhuriyet Müzesi	Ankara/Ulus	515.309
6.	Arkeoloji Müzeleri	İstanbul/Fatih	427.643
7.	Aziz (St.) Nikolaos Müzesi	Antalya/Demre	384.893
8.	Zeugma Mozaik Müzesi	Gaziantep/Nizip	367.395
9.	Atatürk ve Kongre Müzesi	Sivas/Merkez	345.760
10.	Topkapı Sarayı - Harem Dairesi	İstanbul/Fatih	303.806

(*) Ayasofya Müzesi 20 Temmuz 2020 tarihinde ibadete açılmış ve müze statüsünden çıkarılmıştır.

Kaynak: (DÖSİMM, 2021).

Türkiye’de 2019 yılında en çok ziyaret edilen 10 müze listesinde ilk sırada Ayasofya müzesi yer almaktadır. Ziyaretçi sayısı bakımından ülkemizdeki ilk 10 müzeden 4’ü Fatih ilçesi idari sınırları içerisinde yer almaktadır (Tablo 3).

Müzelere ait veriler değerlendirildiği zaman Fatih ilçesinin hem İstanbul ilinde hem de ülkemiz genelinde önemli bir kültür turizmi merkezi olduğu anlaşılabacaktır. Neticede ilçenin sahip olduğu tarihi varlıklar ve ilçedeki müzelere ait ziyaretçi sayısına ait veriler değerlendirildiğinde, kültürel varlıkların ülke turizmi açısından çekici unsurlar olduğu anlaşılmaktadır.

4. ARAŞTIRMANIN AMACI ve ÖNEMİ

Bu çalışmanın amacı Fatih’te turistlere yönelik yapılan anket doğrultusunda turistlerin Fatih’teki tarihi ve kültürel varlıklar ile destinasyon hakkındaki tutum ve değerlendirmelerini ortaya çıkarmaktır. Bu kapsamda turistlere demografik özellikleri ile imkân, imaj ve tutum ve davranışları ölçme temelinde sorular/yargılar yöneltilmiştir.

Yüksek lisans tezimizin bir bölümünü kapsayan bu çalışmada, yeni veriler ve turistlerin bakışı doğrultusunda elde edilen sonuçlar neticesinde değerlendirmeler yapılmış ve Fatih ilçesinin turizminin geleceği hakkında yapılması ve yapılmaması gerekenler hakkında öneriler sunulmaya çalışılmıştır. Bu çalışmada literatür taraması yapılırken daha önce akademik anlamda yapılan “turistlerin tutum ve değerlendirmeleri” konulu çalışmalardan da önemli ölçüde yararlanılmıştır.

5. YÖNTEM

5.1. Araştırma Deseni

Araştırma nicel araştırma yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Turistlerin tutum ve değerlendirmelerini tespit etmek adına anket yardımıyla nicel araştırma tekniklerinden bağıntısal yöntem tekniği kullanılmıştır. Bağıntısal yöntem iki değişken arasında ya da fazla değişkenler arasındaki ilişkilerin varlığını inceleyen bir yöntemdir (Gurbetoğlu, 2018: 12).

5.2. Araştırma Evreni ve Örneklem

Araştırma evrenini 2016-2019 yılları kapsamakta ve İstanbul ilindeki Fatih ilçesi (tarihi yarımada)’ni ziyaret etmekte olan yerli ve yabancı turistler oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde sosyal bilimlerde oldukça yaygın kullanılan “uygun örneklem (convenience sampling)” yöntemi kullanılmıştır. Bu örneklem yönteminde araştırmacılar katılımcıları ulaşması kolay, araştırma için uygun ve gönüllü bireylerden seçmektedirler (Gravetter ve Forzano, 2012; Başaran, 2017: 490).

Bundan yola çıkılarak araştırma ankete katılım gösteren 346 yerli/yabancı turist üzerinde gerçekleştirilmiştir.

5.3. Verilerin Toplanması

Araştırmada verilerin toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Uygulanan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde ankete katılım gösteren turistler ait demografik bilgiler olan geldiği ülke, cinsiyet, yaş, eğitim durumu gibi kişisel bilgi formundan oluşmaktadır. İkinci bölümde ise “İstanbul’u en çok hangi kaynaklardan duydunuz?” sorusu sorulmuş ve tarihi yarımada özelliklerinin Fatih’i ziyaret eden turistler üzerinde meydana getirdiği etkileri araştırılmıştır. 5’li Likert Tipi ölçekte ölçek aralıkları “1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Az Katılıyorum, 3: Orta Düzeyde Katılıyorum, 4: Çok Katılıyorum ve 5: Tamamen Katılıyorum” olarak belirlenmiştir. Çalışmamızda uygulanan anket, bölgenin algılanan değeri, genel tatmin, turist davranış niyeti ve katılımcıların, demografik bilgilerini ihtiva etmektedir. Ankette bulunan sorular, literatür ve çalışmada hedeflenen özelliklerin incelenmesine dayanmaktadır. Araştırmada kullanılan Fatih ilçesindeki müze verileri Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı bulunan Döner Sermayeleri İşletmeleri Müdürlüğü (DÖSİMM) resmi sitesinden temin edilmiştir.

5.4. Verilerin Analizi

Anket uygulaması tamamlandıktan sonra tüm veriler (demografi, imkân, imaj ve tutum ve davranışlar) bilgisayar yardımıyla dijital ortama geçirilmiş ve analiz için “SPSS 26” programı kullanılmıştır. Araştırma verilerinin analiz basamakları aşağıdaki gibidir.

• Ankete katılım gösterenlere ait demografik bilgiler, yüzdelik ve frekans değerleri ile düzenlenmiştir.

• Çoktan seçmeli sorudan alınan cevaplar değerlendirilmiştir.

• Kaiser-Meyer-Olkin, Bartlett's Test ve Cronbach's Alpha test geçerlilik ve güvenilirlik testleri uygulanmıştır.

• Normallik dağılım değerleri incelenmiş, verilerin basıklık-çarpıklık değerleri elde edilmiştir.

• Korelasyon analizine ilişkin frekans bulgular elde edilerek 10 adet yargı ile ilgili mean (ortalama) ve standart sapma verileri elde edilmiştir.

• Tarihi yarımada'yı ziyaret eden yerli-yabancı turistlerin tarihi ve kültürel varlıklar ile destinasyon hakkındaki tutum ve değerlendirmelerini tespit etmek maksadıyla korelasyon analiz (ilişkilendirme) yapılarak sorular kurulmuş ve bu sorularda korelasyon analizi kapsamında yargılar arasında pozitif-negatif yönde anlamlı-anlamsız ilişki bulunup bulunmadığı araştırılmıştır.

Son olarak turizm çekiciliği konusunu anlamlandırmak için Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı bulunan Döner Sermayeleri İşletmeleri Müdürlüğü (DÖSİMM) resmi sitesinden Fatih ilçesi (tarihi yarımada)'nda bulunan müzelere ait 2005-2019 yılları arası müze giriş istatistikleri çıkartılmıştır. Bu sayede ilçedeki kültürel turizm çekiciliği konusunu aydınlatarak olan müze verileri ile artış ve azalış eğilimleri üzerinde neden-sonuç değerlendirmeleri yapılarak çıkarsamalarda bulunulmuştur.

6. BULGULAR

Araştırma çerçevesinde katılımcılara ait tanımlayıcı özelliklerin belirlenmesi gerekmektedir. Tablo 4'te yer alan demografik veriler incelendiğinde ankete katılanların;

- %63,8'i yabancı turist, %36,1'i yerli turist,
- %39,3'ü kadın, %60,6'sı erkek,
- %77,6'sı 44 yaş ve altı iken %23,4'ü 44 yaş üzeri kişilerden oluşmuştur.

Tablo 4. Ankete Katılım Gösteren Turistlerin Demografik Özellikleri (n: 346)

Turist Profili	Frekans	Oran
Yabancı Turist	221	%63,8
Yerli Turist	125	%36,1
Cinsiyet	Frekans	Oran
Kadın	136	%39,3
Erkek	210	%60,6
Medeni Durum	Frekans	Oran
Evli	127	%36,7
Bekâr	219	%63,8
Yaş Aralığı	Frekans	Oran
16-20	25	%7,2
21-25	51	%14,7
26-30	45	%13,0
31-35	37	%10,7
35-39	53	%15,3
39-43	54	%15,6
+44	81	%23,4
Eğitim Durumu	Frekans	Oran
İlkokul	41	%11,8
Lise	98	%28,3
Ön Lisans	45	%13,0
Lisans	109	%31,5
Lisansüstü	53	%15,3

6.1.Çoktan Seçmeli Soru

Herhangi bir destinasyon ile ilgili “popülerlik ve çekicilik” konusunun anlaşılması, destinasyon ile alakalı yapılan tanıtım, reklam, duyum kaynağı ve çeşitliliğine bağlıdır (Uyar, 2018: 468-469). Örneğin; Yunanistan ile ilgili mitoloji ve tarihi kaynaklardan birçok bilgiye ulaşmak ve bu bilgilere ait somut yapıtları yerinde görmek mümkündür. Bu durum ülkenin kültür turizmine önemli bir katkı sunmuştur. Katar, Bahreyn ve B.A.E. gibi ülkeler 'in 2000'li yıllardan sonra daha çok TV, internet ve sosyal medya kullanılarak küresel ölçekte tanıtımları yapıldığı için dünyanın birçok ülkesinden turist alması söz konusu olmuştur (İçellioğlu, 2014: 43-45). İstanbul destinasyonu için bu konuyu anlamlandırmak için Tablo 5'te yer alan “İstanbul'a gelmeden önce İstanbul'u en çok hangi kaynaklardan duydunuz/tanıdınız?” çoktan seçmeli sorudan katılımcıların vermiş oldukları cevaplara göre yüzdelik ölçümü yapılmıştır.

Tablo 5. Ankette Yer Alan Çoktan Seçmeli Soru

İstanbul'a gelmeden önce İstanbul'u en çok hangi kaynaklardan duydunuz/tanıdınız?	Oran (%)
TV	%14
İnternet	%15
Sosyal medya, gazete ve dergi	%9
Tarihi kaynaklar	%29
Ailem ve arkadaşlarım	%33

Bu soruya verilen cevaplardan; “ailem ve arkadaşlarımdan” ve “tarihi kaynaklardan” cevabı tüm cevapların %50’den fazlasını oluşturmaktadır. En az duyulan/tanıtan kaynak “sosyal medya, gazete ve dergi” cevabı olmuştur. “TV” ve “internet” kaynağı seçeneklerinin düşük yüzde olması İstanbul ilinin tanıtımının yeterince yapılmadığı hakkında ipucu niteliğindedir.

6.2. Araştırma Geçerlilik ve Güvenirlik Değerleri

Bu bölümde ankette yer alan soru/yargı’lar üzerinden analiz yapma yeterliliği, güvenirliliği, basıklık, çarpıklık ve faktör analizleri işlemleri yapılarak korelasyon analizi yoluyla kriterler arasındaki ilişki belirlenmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin ve Bartlett testi uygulanarak araştırmanın geçerlilik, güvenirlilik ve uygulanabilirliği test edilmiştir. Buna göre (Field, 2013) Kaiser-Meyer-Olkin testi için 0.50 değerinin alt sınır olması gerektiğini ve KMO $\leq$ 0.50 için veri kümesinin faktörlenemeyeceğini belirtmiştir. Bu doğrultuda Bartlett’s Testinin anlamlı ve Kaiser-Meyer-Olkin Testinin ise 0.50’den büyük çıkması beklenmektedir. Bartlett’s Test of Sphericity ise verilerin normal dağılımı ile ilgilidir. Bartlett testi veri matrisinin birim matris olup olmadığına, değişkenler arasındaki korelasyonun yeterli bulunup bulunulmadığına karar vermektedir (Kaya, 2013).

Tablo 6. Destinasyon İmkânları, İmaj ve Tutum ve Davranışlar Hakkında KMO and Bartlett’s Testi ve Cronbach’s Alpha testi

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		0,934
Bartlett’s Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	7966,125
	df	45
	Sig.	,000
Reliability Statistics-Güvenirlilik İstatistikleri		
Cronbach’s Alpha	Cronbach’s Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,988	,990	10

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) örneklemelerin uygunluk ölçüsünü belirlemektedir. Bunun sonucunda çalışmada elde edilen yargıların faktör analizin modellenip modellenememesini denetlenmek amacıyla ölçüt sunmaktadır. Bu analizde değerler 1’e yakın oldukça faktör analizi yapmaya uygun olduğu anlaşılır. Tablo 6’da elde edilen KMO değeri 0,934 olduğu için faktör analizi yapmak için uygunluğu çok iyi olup Bartlett’s Test verisinin de $(X^2 (45) = 7966,125; p < ,01)$ anlamlı olduğu anlaşılmaktadır. Cronbach’s Alpha testi anket çalışmamızda yer alan yargıların güvenirliliklerini ölçmektedir. Cronbach’s Alpha testi değerinin $0 < R^2 < 0.40$ ise güvenilir değil, $0.40 < R^2 < 0.60$ ise düşük güvenirlilikte, $0.60 < R^2 < 0.80$ ise oldukça güvenilir, $0.80 < R^2 < 1.00$ ise yüksek güvenirlilikte sonucuna göre değerlendirilmektedir (Uzunsakal ve Yıldız, 2018: 19). Buna göre ankette yer alan yargılar üzerinden yapılan Cronbach’s Alpha değerinin, 988 olduğu için anket çalışmasının yüksek güvenirlilikte olduğu anlaşılmaktadır (Tablo 6).

Tablo 7. Normal Dağılım Testi ve Basıklık-Çarpıklık Durum Testi

Tests of Normality (Normal Dağılım Testi)		Statistics	Std. Error
Tarihi yarımada'daki turistik tesisleri (hotel, pansiyon, restoran) yeterli buluyorum.	Skewness	-,956	,131
	Kurtosis	0,498	,261
Tarihi yarımada'yı tarihi ve kültürel varlıklar açısından yeterli buluyorum.	Skewness	-1,173	,131
	Kurtosis	1,087	,261
Tarihi yarımada'daki turist rehberleri ve zabıta turizm ekipleri yeterli bilgi ve kolaylığı sağlıyorlar.	Skewness	-1,040	,131
	Kurtosis	0,341	,261
Tarihi yarımada içerisinde ulaşım rahatlıkla sağlanmaktadır.	Skewness	-,412	,131
	Kurtosis	-1,147	,261
Tarihi yarımada'daki yerli halkı ve esnafları sıcak ve samimiydi.	Skewness	-1,000	,131
	Kurtosis	,217	,261
Tarihi yarımada bir turist gözüyle güvenlidir.	Skewness	-1,056	,131
	Kurtosis	0,718	,261
Tarihi yarımada'da sunulan kamusal hizmetler kaliteliydi.	Skewness	-,151	,131
	Kurtosis	-1,399	,261
Tarihi yarımada'daki peyzaj ve mimari açıdan estetik buluyorum.	Skewness	-1,105	,131
	Kurtosis	0,568	,261
Tarihi yarımada'nın turistik alanlardaki havası temizdir.	Skewness	-1,346	,131
	Kurtosis	1,620	,261
Tarihi yarımada turistik gezi açısından oldukça konforludur.	Skewness	-,803	,131
	Kurtosis	-,343	,261

Alt boyutlarda ve ölçeğin tamamında dağılımın, Tablo 7'de yer alan değerlere göre çarpıklık ve basıklığı değerlendirilerek, normalliği konusunda bir yargıya varmak mümkündür. Normal dağılım Statistics değerleri +1.5 – 1.5 değerleri arasında gerçekleştiği zaman veriler normal dağılım göstermektedir (Tabachnick ve ark., 2007: 14-15) Bu aşamada değerlendirildiğinde tüm değerler normal dağılım aralığında yer alarak normal dağılım göstermektedir.

Korelasyon analizinde frekans değerlerinden ortalama (mean) değerleri verilen cevapların ortalama değeri/oranı iken ve standart sapma her bir veri değerinin ortalamadan, ortalama olarak ne kadar uzaklıkta olduğunu ifade etmektedir. Standart sapma değeri 0-1 ile +1 arasındaki 1 değerine olan uzaklık ölçeğinde testin ayırt edicilik özelliği artar. Kısacası standart sapma değeri yüksek çıkarsa testin güvenilirliği de artmış olacaktır (Şen, 2018: 16-21).

Tablo 9. Korelasyon Analizine İlişkin Frekans Bulgular

Kod	İmkân	Ortalama (Mean)	Standart sapma
A1	Tarihi yarımada’daki turistik tesisleri (hotel, pansiyon, restoran) yeterli buluyorum	3,702	1,052
A2	Tarihi yarımada’yı tarihi ve kültürel varlıklar (camiler, kiliseler, müzeler vd.) açısından yeterli buluyorum	3,904	1,154
A3	Tarihi yarımada’daki turist rehberleri ve zabıta turizm ekipleri yeterli bilgi ve kolaylığı sağlıyorlar	4,095	0,968
A4	Tarihi yarımada içerisinde ulaşım rahatlıkla sağlanmaktadır.	3,179	1,358
	İmaj		
B1	Tarihi yarımada’daki peyzaj ve mimari açıdan estetik buluyorum	4,054	1,076
B2	Tarihi yarımada’nın turistik alanlardaki havası temizdir	3,893	1,045
B3	Tarihi yarımada turistik gezi açısından oldukça konforludur	3,630	1,263
	Tutum ve Davranışlar		
C1	Tarihi yarımada’daki yerli halkı ve esnafları sıcak ve samimiydi	3,838	1,160
C2	Tarihi yarımada bir turist gözüyle güvenilirdir	4,005	1,007
C3	Tarihi yarımada’da sunulan kamusal hizmetler kaliteliydi	3,017	1,428
Toplam katılım (N): 346		Ki Kare= 7966,125	
Cronbach’s Alpha= 0,988			
KMO= 0,934			
Kümülatif Varyans= 98,359			

Yukarıda verilen frekans analizi tablosuna bakıldığı zaman “tarihi yarımada'daki turist rehberleri ve zabıta turizm ekipleri yeterli bilgi ve kolaylığı sağlıyorlar” en yüksek ortalama (mean) oranı 4,095 olarak ölçülmüş iken, “tarihi yarımada'da sunulan hizmetler kaliteliydi” yargısı en düşük ortalama (mean) oranı 3,017 olarak ölçülmüştür. Tabloya göre standart sapma değerlerine bakıldığı zaman ise oranı en yüksek yargı “tarihi yarımada'da sunulan hizmetler kaliteliydi” 1,428 St. Sapma oranı ile ölçülmüş iken oranı en düşük yargı ise “tarihi yarımada'daki turist rehberleri ve zabıta turizm ekipleri yeterli bilgi ve kolaylığı sağlıyorlar” yargısı 0,968 oran ölçülmüştür (Tablo 9).

Faktör matrisi faktörler cinsinden standardize edilmiş değişkenleri ifade eden katsayıları içermektedir. Bu katsayılar faktör yükleri olarak adlandırılıp, değişkenlerle faktörler arasındaki korelasyonları temsil eder. Mutlak değer olarak faktör yükünün büyüklüğü arttıkça değişken ve faktörün birbiriyle yakından ilişkili olduğunu göstermektedir (Altunışık ve ark., 2005: 212-226). İmkânlar, imaj ve tutum ve davranışlar ölçekleri için yapılan faktör analizi sonucunda bir faktör belirlenmiş ve bu faktörler kümülatif varyansın %98,4'ünde toplanmıştır. Alpha ve açıklanan Varyans değeri ölçeğin güvenli ve geçerli olduğu anlaşılmaktadır.

6.3. Araştırma Soruları

Tarihi yarımada'yı ziyaret eden yerli-yabancı turistlerin, tarihi yarımada'daki kültürel varlıklar hakkındaki tutum ve değerlendirmeleri ile tarihi yarımada'nın turizm çekiciliği konusunu incelemek amacıyla korelasyon analizi (ilişkilendirme) yapılmış ve anketteki yargılardan düzenlenen araştırma sorularına cevaplar aranmıştır.

Bir destinasyonda kültürel varlık turizminin gerçekleşmesi için kültürel varlık çeşitliliği ile mimari görsellik ve peyzaj düzeni önem arz etmektedir (Uygur ve Baykan, 2007: 30) Bu

değerlendirmeye yönelik olarak Fatih ilçesinde yer alan kültürel varlıkların kültürel turizm için yeterliliği ile var olan kültürel varlıkların mimari ve görsel yönden turizm çekiciliğine olan etkisi konusunu irdelemek için;

• **Soru 1 (S1):** Tarihi yarımada'daki tarihi ve kültürel varlıklar (camiler, kiliseler, müzeler vd.) açısından yeterliliği ile tarihi yarımada'daki peyzaj ve mimari açıdan estetikliği arasında anlamlı ilişki var mıdır? Araştırma sorusu geliştirilmiştir.

Turizm destinasyonlarında turizme ve turistlere sunulan kamusal hizmetlerin kalitesi ziyaret eden turistlerin tutum ve memnuniyet algıları üzerinde doğrudan etkide bulunmaktadır. Söz konusu durum destinasyondaki turizmin çekiciliği ve geleceğini konusunu da etkilemektedir (Oliver, 1997; Ünal, 2015). Tarihi yarımada'daki bu durumu anlamak için;

• **Soru 2 (S2):** Tarihi yarımada'da sunulan kamusal hizmetler ile ilçede görevli turist rehberleri ve zabıta turizm ekipleri yeterli bilgi ve kolaylığı sağlamaları arasında anlamlı ilişki var mıdır? Araştırma sorusu geliştirilmiştir.

Turizm destinasyonlarındaki turistik tesis yeterliliği, yerli halkın ve esnafların samimi yaklaşımları turizmin geleceği üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Örneğin turizme katılanların bulunduğu yerde temel ihtiyaç ve gereksinimleri karşıladığı sürece tutum ve memnuniyet algılarını yüksekte tutacaktır (Schoefer ve Ennew, 2004; Tayfun ve Kılıçlar, 2004: 2; Türkay ve Saraç, 2019: 99-100). Tarihi yarımada'daki bu durumu anlamak için;

• **Soru 3 (S3):** Tarihi yarımada'daki yerel halk ve esnafları sıcak ve samimiyeti ile tarihi yarımada'daki turistik tesisleri (hotel, pansiyon, restoran) yeterliliği arasında anlamlı bir ilişki var mıdır? Araştırma sorusu geliştirilmiştir.

Turizm ve güvenlik konusu bir destinasyonda turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesi için oldukça önem arz etmektedir. Terör faaliyetlerinin ve güvenlik zafiyetinin yaşanması turizm faaliyetleri üzerinde kısıtlayıcı bir etki yaratacaktır. Bu durum turistlerin tutum ve algısı üzerinde negatif bir izlenim oluşturmaktadır (Öngören, 2021; 4-5). Seçilmiş ve Ünlüöner (2009: 66-68) herhangi bir destinasyonda, turistlerin maruz kaldığı hırsızlık, gasp, adam yaralama, meydana gelen iç karışıklıklar sonucunda, bölgenin güvenlik imajının zarar görmesinin yanı sıra destinasyona ait turizm taleplerinde de düşüşlerin ortaya çıkması olası bir durum olmaktadır, değerlendirmesinde bulunmuşlardır. Tarihi yarımada'daki bu durumu anlamak için;

• **Soru 4 (S4):** Tarihi yarımada bir turist gözüyle güvenilirliğin yargısı ile tarihi yarımada turistik gezi açısından oldukça konforludur yargıları arasında anlamlı ilişki var mıdır? Araştırma sorusu geliştirilmiştir.

Tablo 10'da önerilen araştırma soruları korelasyon analizine göre değerlendirilmiştir. Önceki bilgilerde Bartlett's Test verisi de ($X^2(45) = 7966,125$; $p < ,01$) anlamlı olduğu anlaşılmaya ve birlikte modeller arasında korelasyon analizi yapılarak aralarında anlamlı ilişki olup olmadığı anlaşılmaya çalışılmıştır. Bu korelasyon analizinde sonucun 1'e olan yakınlığı pozitif yönde anlamlı ilişkiyi olduğunu belirtmektedir (Keskin ve Özsoy, 2004).

Tablo 11. Araştırma Sorularına Ait Korelasyon Bulguları

Soru 1 (S ₁)		A1	B1	Soru 3 (S ₃)		C1	A1
A2	Pearson Correlation	1	,945**	C1	Pearson Correlation	1	,940**
	Sig. (2-tailed)		,000		Sig. (2-tailed)		,000
	N	346	346		N	346	346
B1	Pearson Correlation	,945**	1	A1	Pearson Correlation	,940**	1
	Sig. (2-tailed)	,000			Sig. (2-tailed)	,000	
	N	346	346		N	346	346
Soru 2 (S ₂)		C3	A3	Soru 4 (S ₄)		C2	B3
C3	Pearson Correlation	1	,857**	C2	Pearson Correlation	1	,927**
	Sig. (2-tailed)		,000		Sig. (2-tailed)		,000
	N	346	346		N	346	346
A3	Pearson Correlation	,857**	1	B3	Pearson Correlation	,927**	1
	Sig. (2-tailed)	,000			Sig. (2-tailed)	,000	
	N	346	346		N	346	346
**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)							

Soru 1 (S₁): Tarihi yarımada'daki tarihi ve kültürel varlıklar (camiler, kiliseler, müzeler vd.) açısından yeterliliği ile tarihi yarımada'daki peyzaj ve mimari açıdan estetikliği arasında anlamlı ilişki var mıdır?

Ankette yer alan A2 kodu ile B1 kod yargıları arasında elde edilen sonuca göre tarihi yarımada'daki tarihi ve kültürel varlıklar (camiler, kiliseler, müzeler vd.) açısından yeterliliği ile tarihi yarımada'daki peyzaj ve mimari açıdan estetikliği yargıları aynı yönde pozitif ilişki olduğu Pearson Correlation r: 0,945 çıkması ile anlaşılmaktadır.

Soru 2 (S₂): Tarihi yarımada'da sunulan kamusal hizmetler ile ilçede görevli turist rehberleri ve zabıta turizm ekipleri yeterli bilgi ve kolaylığı sağlamaları arasında anlamlı ilişki var mıdır?

Ankette yer alan C3 kodu ile A3 kod yargıları arasında elde edilen sonuca göre tarihi yarımada'da sunulan hizmetler ile ilçede görevli turist rehberleri ve zabıta turizm ekipleri yeterli bilgi ve kolaylığı sağlamaları aynı yönde pozitif ilişki olduğu Pearson Correlation r: 0,857 çıkması ile anlaşılmaktadır.

Soru 3 (S₃): Tarihi yarımada'daki yerel halk ve esnafları sıcak ve samimiyeti ile tarihi yarımada'daki turistik tesisleri (hotel, pansiyon, restoran) yeterliliği arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Ankette yer alan C1 kodu ile A1 kod yargıları arasında elde edilen sonuca göre tarihi yarımada'daki yerel halk ve esnafları sıcak ve samimiyeti ile tarihi yarımada'daki turistik tesisleri (hotel, pansiyon, restoran) yeterliliği arasında aynı yönde pozitif ilişki olduğu Pearson Correlation r: 0,940 çıkması ile anlaşılmaktadır.

Soru 4 (S₄): Tarihi yarımada bir turist gözüyle güvenilirdir yargısı ile tarihi yarımada turistik gezi açısından oldukça konforludur yargıları arasında anlamlı ilişki var mıdır?

Ankette yer alan C2 kodu ile B3 kod yargıları arasında elde edilen sonuca göre tarihi yarımada bir turist gözüyle güvenilirdir yargısı ile tarihi yarımada turistik gezi açısından oldukça konforludur yargıları arasında aynı yönde pozitif ilişki olduğu Pearson Correlation r: 0, 927 çıkması ile anlaşılmaktadır.

6.4. Müze İstatistikleri

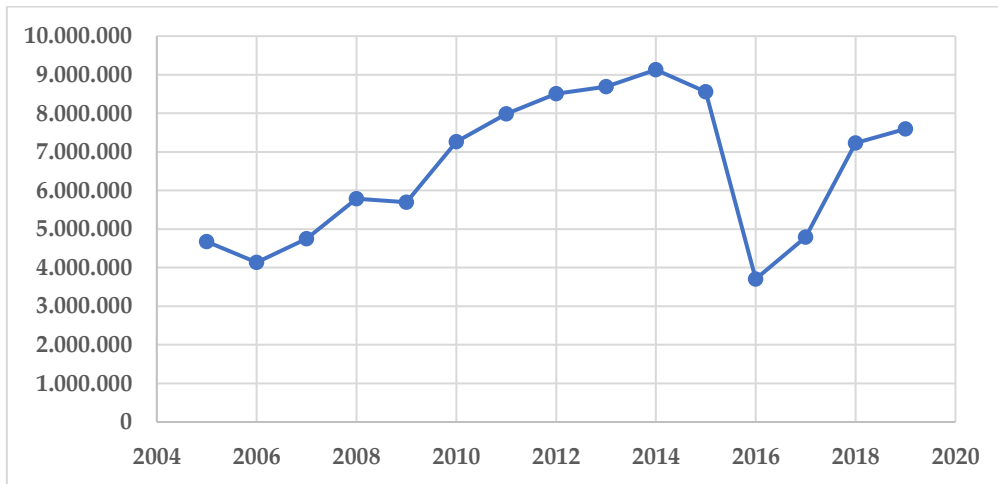
Müzeler kültür varlıkları turizminin bir parçası olduğu gerçeğinden yola çıkılarak müze istatistikleri üzerinden kültür turizmine katılım seyri ve trendi hakkında fikir edinmek mümkün olacaktır (Deniz ve Savaşkan, 2018: 94). Kültür ve Turizm Bakanlığı Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğü resmi web sayfasında alınan veriler doğrultusunda tarihi yarımada'da 2019 yılına kadarki dönemde Bakanlığı bağlı Ayasofya Müzesi (20 temmuz 2020 tarihinde müze statüsünden çıkarılmıştır), Topkapı Sarayı Müzesi, Arkeoloji Müzeleri, Topkapı Sarayı – Harem Dairesi, İslam Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi, Kariye Müzesi, Türk ve İslam Eserleri Müzesi, Büyük Saray Mozaikleri Müzesi, Aya İrini Anıt Müzesi toplamda 8 adet müze bulunmaktadır. Aşağıda verilen tabloda Fatih ilçesinde yer alan ve kültür ve turizm bakanlığına bağlı müzelerden elde edilen veriler düzenlenerek 2005-2019 yılları arasında müzelere ait ziyaretçi giriş istatistikleri grafiği oluşturulmuştur (Tablo 12 ve Grafik 1).

Tablo 12. Fatih İlçesindeki Müzelere Ait Yıllara Göre Ziyaretçi İstatistikleri (2005-2019)

Yıllar	Müze Giriş Sayısı (Fatih İlçesi)
2005	4.671.911
2006	4.133.393
2007	4.749.423
2008	5.786.995
2009	5.696.105
2010	7.265.100
2011	7.986.636
2012	8.507.161
2013	8.691.378
2014	9.128.142
2015	8.555.969
2016	3.703.612
2017	4.786.652
2018	7.232.212
2019	7.595.408

Kaynak: DÖSİMM, 2021.

Aşağıda yer alan grafik yukarıda verilen tablo 12'den elde edilen değerlerden düzenlenmiştir.



Grafik 1. 2005-2019 Yılları Arası Fatih'teki Müzelere Ait Giriş İstatistikleri

Grafik 1'deki verilere bakıldığında zaman 2006 yılında yaklaşık 4 milyon civarında olan toplam ziyaretçi sayısı 2014 yılına kadar yükselme trendi yakalamış olup %120,8 artış göstererek 9 milyon ziyaretçi sayısını geçmiştir. 2014 yılından itibaren net bir şekilde 2016 yılına kadar yaklaşık %146,4 düşüşle 4 milyon ziyaretçi sayısının altına kadar düşmüştür. Bu durumun meydana gelmesinde Turizm Şube Müdürlüğü binasına yönelik yapılan terör saldırısı (2015) (Demir, 2015), Sultanahmet meydanında Alman turistleri hedef alan terör saldırısı (2016) (Melek & Toker, 2016) Vezneciler'de Emniyet görevlilerine yönelik yapılan terör saldırısı (2016) (Öngören ve Zaman, 2021; Habertürk Web Sitesi, 2016) gibi saldırılar doğrudan etkide bulunmuştur. Bu gelişmelerle birlikte Rusya ile Suriye'de yaşanan uçak düşürme krizi (2016) (Kurban ve Cabbarlı, 2019) ve Hollanda ile yaşadığı siyasi kriz (2017) (Feridunoğlu, 2019) Türkiye'nin ikili ilişkilerde ivme kaybetmesine neden olmuştur. Bütün bu gelişmelerin yanında ayrıca ülkemizde 2016 yılında meydana gelen darbe teşebbüsü ve sonrasında OHAL'in ilan edilmesi (Aslantaş, 2019) gibi nedenlerle de etkide bulunmuştur. 2016 yılına kadar süren bu kötü gidişattan sonra tekrar bir toparlanma sürecine girilmiş ve 2016 yılı ile 2019 yılları arasında ise ziyaretçi sayısında 2016 yılına göre yaklaşık %105,8 artış gerçekleşmiş ve yükseliş trendi yakalanmıştır. Nitekim 2019 yılında müze giriş sayısı 8 milyona kadar ulaşmıştır.

Sonuç olarak müze verilerinden yola çıkılarak tarihi yarımada'da turist sayısının son 16 yıl içerisinde önemli derecede artış ve azalış eğilimleri göstermesinde ülkede sürekli değişen konjonktürel yapı, ülkenin bu dönem içerisinde bulunduğu siyasi ve ekonomik koşullar ve meydana gelen olaylar da turistlerin tutum ve algısında etkide bulunmuştur. Bununla alakalı olarak soru 4'teki yargıya bakıldığında "tarihi yarımada bir turist gözüyle güvenilirdir yargısı" ile "tarihi yarımada turistik gezi açısından oldukça konforludur" yargıları arasında aynı yönde pozitif ilişki olduğu, turistlerin turistik gezilerdeki konfor ve destinasyon güvenliği hususlarını önemsedikleri anlaşılmaktadır.

SONUÇ

Tarihi yarımada bulunduğu konum ve sahip olduğu potansiyel bakımından başta İstanbul olmak üzere ülke turizmi açısından da oldukça büyük bir öneme sahiptir. 21. yüzyılda turizm ve tanıtım olgusunun kültür turizmi açısından oldukça önemli olduğu bilinmekle beraber sahip olunan kültürel varlık potansiyeli açısından Fatih'te yer alan kültürel varlıklar da önemli bir potansiyele sahiptir (Ateiga, 2008: 2). Durumun böyle olması bu destinasyon alanındaki tarihi ve kültürel önemi olan varlıkların korunması, güvenliği ve bölgenin turistik açıdan çekici kılınması oldukça büyük önem arz etmektedir. Nitekim bir bölgenin sahip olduğu özellikler (tarihi, kültürel, mimari, folklorik vb.), turistlerin tercihlerini ve onların gelecekteki davranışsal niyetlerini etkileyen en önemli faktörlerden biri olarak kabul edilmiştir. Bununla birlikte turistlerin kültürel miras turizmi ile alakalı yüksek bilgi ve beceriye sahip olması, kültürel imaj açısından olumlu yönlü ilgi duydukları destinasyonlara tekrar uğrama arzusunu ortaya çıkarmaktadır (Caldeira ve Kastenholz, 2018: 7; Avcı ve Hassan, 2019: 91).

Araştırma sorularından hareketle turistlerin tercihleri, deneyimleri, tutum ve algılarının gelişmesi ve şekillenmesinde; destinasyonun sahip olduğu kültürel varlık yeterliliği, peyzaj ve mimari özellikler, turizme yönelik sunulan kamusal hizmetler, yerel halk ile esnafın yaklaşımı ve turist güvenliğinin sağlanması gibi faktörler önemli bir etkide bulunmaktadır. Nitekim bu faktörler kültürel varlık turizminin sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesi, sürdürülebilirlik kazanması ve turizmde çekicilik yaratmak adına da hayati öneme sahiptir (Uygur ve Baykan, 2007: 30; Oliver, 1997; Ünal, 2015; Schoefer ve Ennew, 2004; Tayfun ve Kılıçlar, 2004: 2; Öngören, 2021: 4-5). Bağrı ve Kala (2015)'nın belirttiğine göre "memnuniyet olgusu destinasyon seçimini, ürün ve hizmetlerin tüketimini, geri dönme ve kalıcı ilişkileri sürdürme kararını etkilediği için turist davranışının mükemmel bir göstergesidir". Bu yorumlama tarihi yarımada özelinde değerlendirildiğinde

turistlerin yerel halkın ve esnafın kendilerine yönelik bakış açısı ile turistik tesislerin yeterliliği arasında bir bağıntının olduğunu bizlere göstermektedir. Ayrıca turizm faaliyetlerinin işlerliğinin oluşturulması adına yapılan kamusal hizmetlerine (Turizm Rehberleri, İBB Turizm Zabıta Destek Ekipleri ve Turizm Polisi Destek Ekipleri uygulamaları) karşı turistlerin pozitif yaklaşım içerisinde olduğu anlaşılmıştır.

Tarihi yarımada'daki tarihi ve kültürel varlıkların korunması ve peyzaj açısından geliştirilmesi, turist güvenliği ve konforunun ön planda tutulması ile turizm sektöründe sunulan hizmetlerin iyi bir seviyede olması gibi faktörler ilçe turizmine bugüne kadar önemli bir statü kazandırmıştır. Sağiroğlu (2019: 100) ise turistik mekânlarda yapılacak olan planlama ve çevre düzenlemesinin tamamen politik veya turist bakışı çerçevesinde yapılması halinde kültürel mirasın özgünlük ve sürdürülebilirlik açısından risk altına alınma ihtimalini arttırmakta olduğunu belirtmiştir. Bu konu ile ilgili olarak turizm yatırımcıları ile turizm idarecilerinin (T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TURSAB ve TUROFED vd.) hassasiyet göstermeleri gerekmektedir.

Bauer ve ark., (2019) ile Deniz ve Savaşkan (2018)'in belirttiği gibi müzeler kültürel turizm çekiciliği yaratmada oldukça önemli bir yere sahiptir. Tarihi yarımada'daki müze verileri bizlere turist hareketi ve çekiciliği hakkında bilgi sunmuştur. 2004-2019 yılları arası müze ziyaretçi istatistiklerinde 2014 yılına kadar artış ivmesi yakalanmış ve 2014-2016 yılları arası ziyaretçi sayısında en dip rakama ulaşılmış 2016 yılından sonra tekrar müze ziyaretçi sayısında yükseliş trendi yakalanmıştır. Buna göre bu durumun oluşmasında Fatih'te meydana gelen terör saldırıları ve uluslararası arenada cereyan eden siyasi temelli sorunlar etkili olduğu söylemek mümkündür. Nitekim Neumayer (2004)'in de belirttiğine göre "herhangi bir destinasyonda insan hakları ihlallerinin, çatışmaların ve diğer siyasi güdümlü şiddet olaylarının meydana gelmesi turist varışlarını olumsuz etkilemektedir".

İleriki zamanlarda gerek İstanbul gerekse de Fatih ilçesi ile ilgili reklam ve tanıtım yatırımları gerçekleştirildiği takdirde tarihi yarımada'ya daha çok turistin gelmesi sağlanabilir. Ayrıca burada bulunan turistik tesislerin (müze, hotel, restoran ve diğer işletmeler) işlerliği ve tarihi yarımada'nın turizm çekiciliği potansiyelinin de artması beklenmektedir. Bununla birlikte müze istatistiklerine bakıldığında anlaşılabilecektir ki ülkemiz gündeminin, konjonktürünün, siyasal ve ekonomi konulu gündemlerden en az seviyede etkilenmesi adına da tarihi yarımada'nın uluslararası arenada özellikle tarihi ve kültürel varlıklar teması kullanılarak tanıtımının yapılması elzem bir durumdur. Nitekim Salehi ve Farahbakhsh (2014) turizmde tanıtım ve reklam unsuru turizm çekiciliği yaratmada oldukça önemli yer tutmakta olduğunu belirtmiştir. Ayrıca Hoven (2017) ve İnanır (2019) destinasyonlar üzerinden olumsuz yargıyı kırabilecek ve turistik çekicilik yaratacak en önemli unsurun reklam ve tanıtım faaliyetleri olduğunu belirtmişlerdir. Sonuç itibarıyla tarihi yarımada'da turizmin gelişmesine yönelik yapılacak olan reklam ve tanıtım faaliyetleri sonucunda turizmden daha çok gelir elde edilecek olup ilçe ekonomisi için önemli ve sürekli bir kaynak yaratılması söz konusu olacaktır.

Katkı ve Teşekkür

"Kültürel Miras/Turizm Kaynaklarının Turistlerin Tutum ve Değerlendirmelerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma: Tarihi Yarımada Örneği" isimli çalışmamızın istatistiksel verilerini değerlendirdiği için Sayın Doç. Dr. Ali Osman KOCALAR'a katkılarından dolayı teşekkür ederiz.

KAYNAKÇA

- Akça, S. (2017). Kültürel Miras Yönetimi; İstanbul Tarihi Yarımada Örneği Değerlendirme ve Öneriler. *İdealkent Yayınları*, 8(22): 577–596.
- Aliağaoğlu, A. (2004). Sosyo-Kültürel Miras Turizmi ve Türkiye’den Örnekler. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2(2): 50–64.
- Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2005). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı (4th ed.)*. Sakarya Kitapevi.
- Aslantaş, B. Y. (2019). Türkiye’de 15 Temmuz Darbe Girişimi Sonrası Olağanüstü Hâl Uygulamalarının İncelenmesi (21 Temmuz 2016-19 Ocak 2017). (*Yüksek Lisans Tezi*), Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ateiga, N. (2008). Türkiye’nin Tanıtımında İstanbul Tarihi Yarımada’daki Kültür Varlıklarının Yeri (008819) (*Yüksek Lisans Tezi*), İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Avcı, C., ve Hassan, A. (2019). Kent Turizminde Turistlerin Mekansal Tercihleri ve Mekansal Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Tarihi Yarımada Örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(1): 91–106.
- Bagri, S. C., Kala, D. (2015). Tourists’ Satisfaction at Trijuginarayan, India: An Importance-Performance Analysis. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR) an International Journal of Akdeniz University Tourism Faculty Journal*, 3(2): 89-115.
- Başar, D. (2012). İstanbul Tarihi Yarımada’da Mamboury, Pervititch ve Halihazır Haritaların Karşılaştırılmasıyla Sınır Ögelerinin Dönüşümünün Okunması ve Bu Ögelerin Kent Strüktürüne Gözlenebilir Etkileri. *Academia*. 14 Mart 2021 Tarihinde https://www.academia.edu/13226493/%C4%B0stanbul_Tarihi_Yar%C4%B1mada_da_Mamboury_Pervititch_ve_Halihaz%C4%B1r_Haritalar%C4%B1n_Kar%C5%9F%C4%B1la%C5%9Ft%C4%B1r%C4%B1lmas%C4%B1yla_S%C4%B1n%C4%B1r_%C3%96%C4%9Felerinin_D%C3%B6n%C5%9F%C3%BCm%C3%BCn%C3%BCn_Okunmas%C4%B1_ve_Bu_%C3%96%C4%9Felerin_Kent_Str%C3%BCkt%C3%BCr%C3%BCne_G%C3%B6zlenebilir_Etkileri adresinden edinilmiştir.
- Başaran, Y. K. (2017). Sosyal Bilimlerde Örneklem Kuramı. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 47): 480-495.
- Bauer, J. E., Sohn, A. P. L., & Oliveira, B. S. (2019). Cultural tourism: A Study on Museums and the Internet. *Visão e Ação Turism Journal*, 21(3): 291-308.
- Caldeira, A. M., and Kastenholz, E. (2018). Tourist’s Spatial Behavior in Urban Destinations: The Effect of Prior Destination Experience. *Journal of Vacation Marketing*, 24 (3): 247–260. 23.10.2021 Tarihinde <https://www.scielo.br/j/tva/a/xWY7dsX3hLpVbqWyGn3rXnn/?format=pdf&lang=en> adresinden edinilmiştir.
- Datzira-Masip, J. (2006). Cultural Heritage Tourism—Opportunities for Product Development: The Barcelona Case. *Tourism Review*.
- Demir, H. (2015, January 6). Sultanahmet’teki Bombalı Saldırıda Bir Polis Şehit Oldu. *Anadolu Ajansı*, 1.
- Deniz, T. & Savaşkan, Y. (2018). Taşınmaz Kültür Varlıkları Kapsamında Ayasofya Müzesi’nin İstanbul Kültür Turizmine Katkısı. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (2): 92-103.
- Doğaner, M. S. (2014). *Kültürel Miras Turizmine Giriş*. 17 Mart 2021 Tarihinde http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/kultureliras_ao/kmturizminegiris.pdf adresinden edinilmiştir.
- Doğaner, S. (2013). *Türkiye Kültür Turizmi. Doğu Kitabevi- 56, Sosyologca Kitapları Dizisi-31*, İstanbul: Doğu Kitabevi.
- DÖSİMM. (2021). DOSİMM | T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğü. 12 Mart 2021 Tarihinde <http://www.dosim.gov.tr/muze-istatistikleri> adresinden edinilmiştir.
- Fatih Belediyesi (a). (2021). Fatih Belediyesi 2015-2019 Stratejik Plan. Fatih Belediyesi. 2 Mart 2021 Tarihinde https://www.fatih.bel.tr/assets/photo2014/document/2015_2019_stratejik_plan.pdf adresinden edinilmiştir.
- Fatih Belediyesi (b). (2021). Fatih Belediyesi, Tarihte Fatih. 23 Mart 2021 Tarihinde <https://www.fatih.bel.tr/tr-TR/fatih-tarihi> adresinden edinilmiştir.
- Fatih Kaymakamlığı. (2021). Fatih’te Coğrafi Yapı ve Demografi. Fatih’te Coğrafi Yapı ve Demografi. 19 Mart 2021 Tarihinde <http://www.fatih.gov.tr/cografya> adresinden edinilmiştir.
- Feridunoğlu, İ. C. (2019). 2016 Hollanda-Türkiye Siyasi Krizine Hürriyet ve Hollanda Gazetesi Algemeen Dagblad’ın Bakışının Karşılaştırılması. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergisi*, 43(1): 131–144.
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics (4th Edition)*. sage. 4 Nisan 2021 Tarihinde [https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=c0Wk9luBmAoC&oi=fnd&pg=PP2&dq=Field,+A.+\(2000\).+](https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=c0Wk9luBmAoC&oi=fnd&pg=PP2&dq=Field,+A.+(2000).+)

Kültürel Miras Kaynaklarının Turistlerin Tutum ve Değerlendirmelerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma: Tarihi Yarımada Örneği

Discovering+Statistics+using+SPSS+for+Windows.+London,+Thousand+Oaks,+Sage+Publications,+New+Delhi.&ots=LcBoNJYA5I&sig=4CyoM2Hjvvd86B3jd46unUMxAZk&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false adresinden edinilmiştir.

- García-Hernández, M., De la Calle-Vaquero, M., & Yubero, C. (2017). Cultural Heritage and Urban Tourism: Historic City Centres under Pressure. *Sustainability*, 9(8), 1346. <https://doi.org/10.3390/su9081346>
- Gravetter, J. F. ve Forzano, L. B. (2012). *Research Methods for the Behavioral Sciences* (4. Baskı). USA: Linda Schreiber-Ganster.
- Gültekin, N. (2012). Cultural Heritage Management: The Case of Historical Peninsula in Istanbul. *Gazi University Journal of Science*, 25(1): 235–243.
- Gurbetoğlu, A. (2018). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ders Anlatımı. 21 Nisan 2021 Tarihinde <http://agurbetoglu.com/files/2-%20ARA%C5%9ETIRMA%20%20T%C3%9CRLER%C4%B0.pdf> adresinden edinilmiştir.
- Habertürk Web Sitesi. (2016, June 7). İstanbul Vezneciler’de Çevik Kuvvet Otobüsüne Saldırı | Gündem Haberleri. İstanbul Vezneciler’de Çevik Kuvvet Otobüsüne Saldırı. 11 Mayıs 2021 Tarihinde <https://www.haberturk.com/gundem/haber/1250244-istanbul-veznecilerde-cevik-kuvvet-otobusune-saldiri> adresinden edinilmiştir.
- Hamamcıoğlu, C., & Yenen, Z. (2009). İstanbul Tarihi Yarımada’da Ulaşım Ağı ve Kentsel Hizmet Alanlarının Yerleşimi Etkileşimi. *MEGARON/Yıldız Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi E-Dergisi*, 4(3): 175–190.
- Hoven, M. (2017). Tourism Advertising Effectiveness: The Effects Of Typical Endorsement And Message Source On Attitude Toward Advertising, Attitude Toward Holiday Destination And Visit Intention. (*High Lisance Thesis*), Gent: Univesiteit Gent, Masterproef voorgelegd voor het behalen van de graad master in de richting Communicatiewetenschappen afstudeerrichting Communicatiemanagement.
- İçellioğlu, C. Ş. (2014). Kent Turizmi ve Marka Kentler: Turizm Potansiyeli Açısından İstanbul’un SWOT Analizi. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1): 37-55.
- Jolliffe, L., and Smith, R. (2001). *Heritage, Tourism, And Museums: The Case of The North Atlantic Islands of Skye, Scotland and Prince Edward Island, Canada*. *International Journal of Heritage Studies*, 7(2): 149–172.
- Kaya, M. (2013). *Sürdürülebilir Kalkınmaya Yönelik Tutum Ölçeği Geliştirme Çalışması*. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 28 (1): 175–193.
- Keskin, S., ve Özsoy, A. N. (2004). Kanonik Korelasyon Analizi ve Bir Uygulaması. *Journal of Agricultural Sciences*, 10 (1): 57–71.
- Kuban, D. (2010, December 2). *İstanbul Bir Kent Tarihi—Bizantion Konstantinopolis İstanbul*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Kubat, A. S. (2019). İstanbul Tarihi Yarımada: Morfogenetik Yapısı ve Değişim Süreci. 11 Nisan 2021 Tarihinde <https://kentselmorfolojisempozyumu2018.files.wordpress.com/2019/04/m-a1.pdf> adresinden edinilmiştir.
- Kurban, V., and Cabbarlı, H. (2019). Türkiye-Rusya İlişkileri ve Uçak Krizinin Rus-Türk Kamuoyundaki Yansılar. *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 10(2): 105–118.
- Melek, G., ve Toker, H. (2016). 2016 Sultanahmet Terör Eylemi: Yerelin Küreselleşmesi. *Selçuk İletişim*, 9(3): 178–203.
- Neumayer, E. (2004). The Impact of Political Violence on Tourism: Dynamic Cross-National Estimation. *The Journal of Conflict Resolution*, 48(2): 259–281.
- Ögçe, H. (2020). Kent İmgesi: İstanbul Tarihi Yarımada Örneği. (*Yüksek Lisans Tezi*), Düzce: Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioural Perspective on the Consumer*. New York: McGraw-Hill.
- Öngören, H. (2016). Fatih İlçesinin Turizm Coğrafyası. (*Yüksek Lisans Tezi*), Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Öngören, H. (2021). *Turizm Coğrafyası ‘Terör Saldırıların Turistlerin Coğrafik Profili Üzerindeki Değişim ve Etkisi: İstanbul İli Örneği’*, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Özgüç, N. (2007). *Turizm Coğrafyası* (9. Baskı). Ankara: Çantay Kitabevi.

- Pekerşen, Y., Uslu, A., ve Solmaz, R. (2019). Turizm Sektöründe Hizmet Veren İşletmelerin Sundukları Helal Ürün ve Hizmetlere Yönelik Risk Boyutlarının Değerlendirilmesi: İstanbul Tarihi Yarımada'yı Ziyaret Eden Yabancı Turistler Üzerinde Bir Araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(2): 197–213.
- Phosikham, T., Vilayphone, A., Wayakone, S., and Phimmavong, S. (2015). Tourists' Attitudes Towards Tourism Development and Heritage Preservation in the World Heritage Town of Luang Prabang. *Lao PDR. International Journal of Business and Social Science*, 8(1): 37–46.
- Sağiroğlu, M. (2019). Turistik Mekânda Gerçekliğin Algısal Değişimi: Modern ve Post-Modern Turizm Deneyimlerinde Özgünlük the Perceptual Change of Reality in Tourist Places: Authenticity in Modern and Post-Modern Tourism Experiences. *TMMOB Şehir Plancıları Odası Dergisi*, 29(2): 90–101.
- Salehi, H., Farahbakhsh, M. (2014). *Tourism Advertisement Management and Effective Tools in Tourism Industry*. International Journal of Geography and Geology, 3(10): 124-134
- Schoefer, K. and Ennew, C. (2004). Customer Evaluations of Tour Operators' Responses to Their Complaints. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 17(1): 83-92.
- Seçilmiş, C. ve Ünlüönen, K. (2009). İstanbul'u Ziyaret Eden Turistlerin Güvenlik Algılamaları Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1 (1): 65-84.
- Şen, S. (2018). Değişkenlik Dağılım Ölçüleri. 29 Nisan 2021 Tarihinde <https://sedatsen.files.wordpress.com/2018/09/sunum4.pdf> adresinden edinilmiştir.
- Sezer, İ. (2017). Kültürel Mirasın Turizm Açısından Değerlendirilmesi: Taşköprü İlçesi Örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2): 175–198.
- Sezer, M. S. (2010). Türkiye turizm sektöründe müze turizminin payının değerlendirilmesi. (Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara).
- Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*, 16(5), 361–365.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., and Ullman, J. B. (2007). *Using Multivariate Statistics* (Vol. 5). Pearson Boston, MA.
- Turgut, S. (2008). New Risks Ahead for the Historical Peninsula, the Mystic Gateway of Istanbul to The World. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 115.
- Türkay, O. & Saraç, Ö. (2019). Altyapı, Üstyapı ve Çevre Sorunlarının Turist Şikayetleri Kapsamında Değerlendirilmesi ve Yerel Yönetimlerin Çözüm Potansiyeli: Antalya Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(Ek Sayı): 98-110.
- Ünal, C. (2015). Profesyonel Turist Rehberlerinin Mesleki Yeterliliklerinin Turistlerin Destinasyon İmaj Algısı ve Genel Memnuniyeti Üzerine Etkisi (Alman Turistlere Yönelik Antalya Şehir Turunda Bir Uygulama). (Yüksek Lisans Tezi), Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı.
- Uyar, A. (2018). Marka Şehir Kavramı ve Türkiye ile Dünyadaki Marka Şehir Çalışmaları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 1(3): 467-479.
- Uygur, S. M. ve Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(1): 30-50.
- Uzunsakal, E., ve Yıldız, D. (2018). Alan Araştırmalarında Güvenilirlik Testlerinin Karşılaştırılması ve Tarımsal Veriler Üzerine Bir Uygulama. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 14–28.
- World Tourism Organization (UNWTO) (Ed.). (2018). *UNWTO Tourism Highlights: 2018 Edition*. World Tourism Organization (UNWTO). 19 Nisan 2021 Tarihinde <https://doi.org/10.18111/9789284419876> adresinden edinilmiştir.
- World Tourism Organization UNWTO. (2013). *UNWTO Annual Report 2013 | UNWTO [Yıllık]*. United Nationalty; UN. 19 Nisan 2021 Tarihinde <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416110> adresinden edinilmiştir.
- Yükselen, C., ve Güler, E. G. (2009). *Antakya Marka Kent Görüş ve Öneriler* (Vol. 1). Detay Yayıncılık.
- Zaman, M. (2012). *Trabzon İlinin Turizm Coğrafyası: Potansiyel-Alternatif-Planlama*. Atatürk Üniversitesi Yayınları, 999.