

GÖLLER BÖLGESİNİN SESSİZ VE MAĞRUR BELDESİ BARLA: DESTİNASYON YÖNETİMİ BAĞLAMLI BİR ANALİZ ÇALIŞMASI

Hulusi DOĞAN*
İlknur DOĞAN**

ÖZET

Bu çalışmanın ana amacı ziyaretçiler başta olmak üzere, yerel halk ve yöneticilerin Barla'nın turizm potansiyeliyle ilgili algı ve beklentilerini belirlemektir. Bu çerçevede 2012 Aralık ayında 278'İ ziyaretçi ve 100'ü yerel halktan olmak üzere toplam 378 kişiyi kapsayan bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Ayrıca yerel yöneticilerle de mülakat gerçekleştirilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda Barla'nın turizm potansiyeli ve sorunlarına yönelik bir dizi politika, strateji ve taktik öneriler karar vericilerin dikkatine sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Barla, Turizm, Destinasyon.

BARLA AS A SILENT AND PROUD TOURISM TOWN OF LAKES REGION: AN ANALYSIS STUDY IN THE CONTEXT OF DESTINATION MANAGEMENT

ABSTRACT

This study aims to measure the perceptions and expectations of visitors, local community and administrators about tourism potential of Barla. A survey completed in December 2012, a total of 378 questionnaires, 278 from visitors and 100 from local public were returned. Additionally, interviews were organized with Barla administrators. At the end of the survey, effective policies, strategies and tactics were supplied to decision-makers for tourism potential and problems of Barla.

Key Words: Barla, Tourism, Destination.

* Doç. Dr., Adnan Menderes Üniversitesi Nazilli İİBF, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü
Aydın, hdogan@adu.edu.tr

** H.İ. Uzunırmak İÖO, Sultanhisar Aydın, ilknurd09@gmail.com.

GİRİŞ

Isparta ili Eğirdir ilçesine bağlı olan Barla, Said Nursi'nin yaklaşık 8 buçuk yıl kaldığı bir belde olarak dikkat çekmektedir. Isparta'ya 41km uzaklıkta olan ve bugün nüfusunun 3 bin olduğu bilinen belde Said Nursi'nin büyük sıkıntılar çektiği yıllara ve kaldığı eve sahiplik yapmaktadır. Said Nursi bir dizi eserini de kaldığı yıllar süresince bu belde de kaleme almıştır. Eğirdir Gölü kenarında doğal güzelliği ve sakinliğiyle öne çıkan bu belde, günümüzde yine sakin ancak oldukça yoğun bir turist akınına uğramaktadır. Her ne kadar küçük ve adı sıkça dile getirilirse de Barla'nın son dönemde ziyaretçi sayısı 100 binlerle ifade edilmektedir. Bu çalışma da “Destinasyon Yönetimi Ekseninde” Barla'nın bir analizini konu edinmektedir. Barla'ya gelen ziyaretçilerle, Barla halkına yapılan anket ve yerel yöneticilerle yapılan mülakatlar çerçevesinde, Barla'nın bugünkü ve gelecekteki konumuna ilişkin çıkarımlar araştırmanın ana amacını oluşturmaktadır. Barla'nın bugünkü potansiyeli ile gelecekteki turizm konumuna ilişkin strateji ve politikaların tespiti çalışmanın ana hedefleri arasında yer almaktadır.

Turizm destinasyonu, turist toplumunun yerel toplum içinde bulunduğu coğrafi bir yer ya da bölge olarak tanımlanabilmektedir. Turizm destinasyonu, sahip olduğu turizm kaynakları ile turistleri çeken ve yoğun olarak turist ziyaretine ev sahipliği yapan coğrafi mekan olarak da ifade edilmektedir (Gökçe, 2007: 1; Tinsley ve Lynch, 2001: 367-378). Destinasyonlar, turistlere sunulan ürün ya da hizmetlerin üretiminde rol alan aktörler dizisini içeren karmaşık ağlar bütünü olarak da değerlendirilmektedir (Haugland ve diğerleri, 2011: 268). Bu karmaşık yapı içerisinde başta turizm çekicilikleri olmak üzere turizm işletmeleri, yerel halk ve yerel yönetim gibi kilit unsurlar yer almaktadır. Destinasyonların başarısı açısından da sözü edilen birimler arasındaki iletişim, koordinasyon ve işbirliği önem arz eder hale gelmektedir. Bu bağlamda destinasyonla ilgili stratejik, örgütsel ve yönetsel kararların oluşturulması, turizm ürünlerinin tanımlanarak, promosyon ve ticaretleştirilmesine ilişkin tüm eylemler dizisi destinasyon yönetimi içerisinde değerlendirilmektedir (Gökçe, 2007: 30). Destinasyonların temel paydaşları arasında yerel halk, oteller, restoranlar, belediyeler, üniversiteler, sponsorlar, ticaret odaları, kongre merkezleri gibi onlarca birim yer aldığı göz önüne alındığında bu birimler arasındaki karmaşık ilişkiler ve bu ilişkilerin etkin yürütümü ve koordinasyonu açısından destinasyon yönetiminin önemi kendiliğinden ortaya çıkmış olacaktır (Sheehan ve Ritchie, 2005: 711-734; Gökçe, 2007: 37-38; Albayrak ve Caber, 2011: 627-638). Destinasyon yönetimi kapsamındaki çalışmaların iki odak noktası bulunmaktadır. Bunlar içsel ve dışsal unsur başlıkları altında toplanmaktadır. İçsel unsurlar destinasyonda sunulan hizmet ve faaliyetlerin iyileştirilmesi ve geliştirilmesi konu edilmektedir. Dışsal unsurlarla da

turistleri destinasyona çekmeyi ve onların hareketlerini etkilemeye yönelik faaliyetler ele alınmaktadır (Gökçe, 2007: 38).

BARLA VE SAİD NURSİ

Barla bugün Isparta ili Eğirdir ilçesine bağlı bir bucaktır. Yaklaşık 3 bin nüfusa sahip olan kasabanın yüzölçümü 104 kilometre karedir. Kasabanın Eğirdir'e uzaklığı 25 km, Isparta'ya olan uzaklığı ise 41 km'dir (http://www.turkcebilgi.com/ansiklopedi/barla_eğirdir). Kuruluş tarihi tam olarak bilinmeyen Barla'nın Osmanlı yönetimine geçiş tarihi 1376'dır. Lozan Andlaşmasına kadar Barla'da Rumlarla Türkler birlikte yaşamışlardır. Dolayısıyla kasabada Rumlardan kalan Aya Geogios kilisesi bulunmaktadır. Ayrıca Osmanlılardan kalan 2 köprü, 2 hamam ve 1 cami (Çeşnigir Paşa Cami) de Barla'da bulunmaktadır. Sırtını dağlara yaslamış olan Barla'yı hemen önünde Eğirdir Gölü süslemektedir. Kasaba bugün 7 mahalleden oluşmaktadır. Halkın temel geçim kaynağı tarım ve hayvancılıktır. Özellikle elma, kiraz başta olmak üzere erik ve kayısı en çok yetiştirilen meyve türleri arasında yer almaktadır. Kasabada az da olsa balıkçılık yapılmaktadır (<http://erengenc.com/post/barla-nerede-allahin-sadik-kulu-barla>).

Barla'da yaklaşık 8 buçuk yıl kalan Said Nursi 1876 yılında dünyaya gelmiştir. Doğum yeri Bitlis'in Hizan ilçesine bağlı Nurs köyüdür. İsmindeki "Nursi" kelimesi de doğduğu Nurs köyünden gelmektedir. 9 yaşında dini eğitim almaya başlamıştır. Üstün zekası ve ilmi derinliğinden dolayı 21 yaşında zamanın alimleri tarafından kendisine "çağın güzelliği, harikası" anlamına gelen "Bediüzzaman" ismi verilmiştir (Akar, 2012b: 102; Karakaş, 2012: 19). Said Nursi I. Dünya Savaşında fiilen cepheye yer almıştır. Talebeleriyle vatan müdafaasına koşan Said Nursi Bitlis müdafaası sırasında yaralanarak esir düşmüştür (Akar, 2012a: 17-19; Ölmez, 2012: 139-140). Rusya'daki esaret hayatı yaklaşık 3 yıl sürmüştür. Varşova, Viyana ve Sofya üzerinden İstanbul'a dönüşüyle de esaret hayatı son bulmuştur. II. Abülhamit'e başvurarak Van'da bir üniversite kurulmasını talep etmesi eğitime verdiği önemin somut bir göstergesidir (Karakaş, 2012: 52). Ayrıca İttihatı Muhammedi partisinin kurucuları arasında yer alarak bir dönem aktif siyasetle de ilgilenmiştir. 31 Mart Olayı'na karıştığı iddiasıyla yargılanıp beraat etmiş, Kurtuluş Savaşı'nı da fiilen desteklemiştir. Kurtuluş Savaşı'nda, cephe olarak gördüğü İstanbul'da kalmış, İngiliz oyunlarını bozmuş, manevi kuvvetleri takviye ederek Anadolu'ya yayılabilecek bir çatlağı önlemeye çalışmıştır. Ankara hükümeti ile sürekli haberleşerek Kuva-yı Milliye'ye adam göndermiştir. Yaptığı çalışmalar işgal güçlerini kızdırmış, İngilizler O'nun hakkında ölüm emri çıkartmışlardır (Akar, 2012a: 17-21). Ancak 1925'te Şeyh Said isyanı nedeniyle hakkında açılan soruşturma hayatında bir dönüm noktası olmuştur. Şeyh Said hareketine katılmadığı halde açılan soruşturma neticesinde 1925 yılı Şubat ayında önce

Erzurum’a, oradan Trabzon, Antalya ve sonrasında da Burdur’a sürülmüştür. Burdur’da 7 ay kalmıştır. 1926 yılında ise Isparta’nın dağlık bir ücra köyü olan Barla’ya sürülmüştür (<http://risaleoku.wordpress.com/barla'nin-huzunlu-gulu-bediuzzaman-said-inursi-ks/>). Bu sürgün kendisini daha çok dini ve ilmi konular üzerinde durup düşünmeye ve çalışmaya yöneltmiştir. Dini konulara ilişkin bakış ve yorumlamalarını içeren “Risale-i Nur Külliyyatı”nın çok büyük bir bölümü 8 buçuk yıllık Barla sürgününde hayat bulmuştur. Eserlerindeki amaç “Kur’an-ı anlatabilmek, insanların dünya ve ahiretteki kurtuluşlarına vesile olabilmektir. Öyleki kendisini yıllarca sürgüne göndermiş olanları bile, eserlerinin yazım ve gönüllerde tesirine vesile olarak sayacak kadar hoşgörü sahibidir. “*Mademki, nur-u hakikat, imana muhtaç gönüllerde tesirini yapıyor, bir Said değil, bin Said feda olsun. 28 sene çektiğim eza ve cefalar, maruz kaldığım işkenceler, katlandığım musibetler helal olsun. Bana zulmedenlere, beni kasaba kasaba dolaştıranlara, hakaret edenlere, türlü türlü ithamlarla mahkum etmek isteyenlere, zindanlarda bana yer hazırlayanların hepsine hakkımı helal ettim*” demesi de ne derece şefkat ve hoşgörü sahibi olduğunun açık bir göstergesidir (Akar, 2012a: 163-166; Karakaş, 2012: 28-29). Said Nursi, “yuva yıkılarak, yuva yapılmaz” diyerek karıncalara bile dokundurtmayan, bir ekmeği 15 gün yiyen kanaat sahibi, dünyadaki tüm varlığı küçük bir çıkını bile doldurmayan, “ben ekmezsiz yaşarım, ama hürriyetsiz yaşayamam” diyecek derecede de onur sahibi bir şahsiyettir. Dünya’ya ve talebelerine miras olarak sadece eserlerini bırakan Said Nursi çok meşakkatli bir hayatın ardından 23 Mart 1960’ta Urfa’da vefat etmiştir. Naaşı Urfa’da, Halilurrahman Camii’nin bahçesine defnedilmiştir. Ancak 27 Mayıs 1960 darbe yönetimi halkın kabrine büyük ilgi göstermesinden endişelenerek, naşını askeri bir uçakla Isparta’ya naklettirmiştir. Kabrinin nerede olduğu o günden bugüne tam olarak bilinmemektedir. Hayattayken, mezarının bilinmemesine ilişkin vasiyeti de bu şekilde gerçekleşmiştir (Akar, 2011: 144-147; <http://truva.dergisi.com/?p=503>; <http://risaleoku.wordpress.com/barla'nin-huzunlu-gulu-bediuzzaman-said-inursi-ks/>).

Said Nursi 1926 yılında sürgün edildiği Barla’da yaklaşık 8 buçuk yıl kalmıştır. Kaldığı yer iki katlı iki odalı mütevazî tipik bir köy evidir. Evin son derece sade hali dikkatlerden kaçmamaktadır. Evin önünde de bir çınar ağacı bulunmaktadır. Çınar ağacının üzerinde ise Said Nursi’nin zaman zaman eserlerini yazdığı sayvan yer almaktadır. Evin biraz aşağısında “Cennet Bahçesi” olarak isimlendirilen bir bahçe bulunmaktadır. Bahçe talebelerinin ülkenin dört bir yanından getirdiği ağaçlarla süslenmiştir. Barla’da öne çıkan bir diğer yer de Çam Dağı’dır. Burası, Said Nursi’nin dünya işlerinden uzaklaşıp, dini konulara tam olarak odaklaşmak üzere gittiği çamlarla bezenmiş, Eğirdir Gölünün ayaklar altında eşsiz güzelliğini sergilediği dağdır. Eğirdir Gölü’nden uzaklığı yaklaşık 13 km’dir. Dağın zirvesindeki katran ağacı, Said Nursi’nin oturup Eğirdir Gölü manzarasıyla

dini konulara odaklandığı mekandır. Kitaplarında işlediği konulara sıkça doğadan örnekler vermesinde Çam Dağının büyük bir etkisi olduğu belirtilmektedir (<http://risaleoku.wordpress.com/barlanin-huzunlu-gulu-bediuzzaman-said-inursi-ks/>).

ARAŞTIRMA

Araştırmanın Amacı

Araştırma, destinasyon yönetimi ekseninde ziyaretçiler ile Barla halkının Barla'ya ilişkin görüş ve beklentilerini belirlemeyi hedeflemektedir. Özellikle Barla'nın tanıtımı, manevi atmosferi, turizm potansiyeli ile fiziki altyapı ve olanakların geliştirilmesine ilişkin görüş ve beklentilerin belirlenmesi araştırmanın ana hedeflerini oluşturmaktadır. Başta ziyaretçiler olmak üzere halkın ve yerel yönetimin görüş ve beklentilerinin belirlenerek kıyaslanması mevcut durumun tespiti ve geleceğe ilişkin çıkarımlar yapılması adına bir fırsat niteliği oluşturacaktır. Ayrıca görüş ve beklentiler arasında demografik değişkenler açısından bir farklılık olup olmadığının test edilmesi de araştırmanın temel amaçları arasında yer almaktadır.

Araştırmanın Önemi

Eğirdir Gölü kenarında 3 bin kişilik ücra bir kasaba olan Barla'nın turizm potansiyeli ve bu potansiyelin arkasındaki neden/nedenlerin tespiti çalışmayı önemli hale getirmektedir. Adı çok sık duyulmayan bu küçük kasabanın her yıl 100 binlerce insana ev sahipliği yapması oldukça dikkat çekicidir. Bunda Said Nursi Hazretlerinin Barla'da bıraktığı izler, ziyaretçilerin akıl ve kalplerinde edindiği yer araştırılmaya değer bulunmaktadır. Özellikle ziyaretçilerin Barla'ya geliş nedenleri, Barla'da buldukları ve de Barla'dan beklentileri destinasyon yönetimi ekseninde önem arz eden konulardır. Yerel yönetimle birlikte Barla halkının mevcut duruma ilişkin düşünceleri, olumlu ya da olumsuz buldukları yönler ve gelecekle ilgili beklentileri de ayrı bir merak konusu oluşturmaktadır. Barla ve turizm potansiyelinin ilk kez bir araştırmaya konu ediliyor olması da çalışmaya ayrı bir önem ve anlam katmaktadır.

Araştırmanın Kapsamı

Araştırmanın ana kitlesini Barla'ya gelen ziyaretçiler ile Barla'da ikamet etmekte olan yerel halk oluşturmaktadır. Bu kapsamda 2012 yılı Aralık ayında Barla'ya gelen ziyaretçilere anketler uygulanmış ve toplam 295 ankete cevap alınabilmiştir. Araştırma amacı ve içeriği açısından değerlendirilebilir anket sayısı 278'de kalmış, 17 anket değerlendirme dışı bırakılmıştır. Barla'da ikamet etmekte olan yerel halka yönelik hazırlanan anketlerin uygulanması da 2012 yılı Aralık ayında gerçekleştirilmiştir. Yerel halka tesadüfi olarak toplam 100 anket dağıtılmış ve tamamı

cevaplandırılmıştır. Ayrıca Barla Belediye Başkanı'na ayrı bir anket uygulanmış. Kapalı ve açık uçlu sorulardan oluşan anketin cevaplandırılmasının yanı sıra, yüzyüze mülakat yöntemiyle de bir dizi soruya cevap aranmıştır. Yüzyüze mülakata mahalle muhtarları da dahil edilmiş, yapılandırılmamış olan mülakat sorularına verilen cevaplar yazıyla kayıt altına alınarak değerlendirilmiştir. Anket verilerinin analizinde ise SPSS 16.0 paket programı kullanılmıştır.

Araştırma Yöntemi ve Hipotezleri

Barla'ya gelen ziyaretçilere Barla'yla ilgili düşüncelerini belirlemek amacıyla hazırlanan anketler uygulanmıştır. Toplam 23 sorudan oluşan anket formundaki soruların ilk 6'sı ziyaretçilerin demografik özelliklerini, kalan 17'si ise Barla'ya ilişkin düşüncelerini belirlemeye yönelik yazarlar tarafından hazırlanan sorulardan oluşmaktadır. Anket sorularının cevaplandırılmasında 5'li Likert ölçeği (1-kesinlikle katılmıyorum, 2-katılmıyorum, 3-kararsızım, 4-katılıyorum, 5-kesinlikle katılıyorum) kullanılmıştır. Anketteki değişkenlerin ilişkilendirilmesinde ise faktör analizinden yararlanılmıştır. Yerel halka yönelik anketler de toplam 19 sorudan oluşmaktadır. İlk 4 soru yerel halkın demografik özelliklerini belirlemeye yöneliktir. Diğer 4 soru Bediüzzaman Hz'lerine duyulan sevgiyi, kalan 11 soru ise Barla'nın tanıtım ve gelişim ihtiyacını belirlemeye yönelik olarak yazarlar tarafından hazırlanmıştır. Anket sorularının cevaplandırılmasında 5'li Likert ölçeği (1-kesinlikle katılmıyorum, 2-katılmıyorum, 3-kararsızım, 4-katılıyorum, 5-kesinlikle katılıyorum) kullanılmıştır. Anketteki değişkenlerin ilişkilendirilmesinde ise faktör analizinden yararlanılmıştır.

Belediye Başkanı ve mahalle muhtarlarıyla yapılan mülakattaki temel konular “Barla'daki ziyaretçi potansiyeli”, “ziyaretçi potansiyelinin ekonomik olarak ne derecede değerlendirilebildiği”, “Barla'nın tanıtım ve gelişim sorunları”, ve “genel öneriler” başlıkları altında toplanmaktadır.

Araştırmada test edilecek olan hipotezler de şu şekilde sıralanmaktadır:

Ziyaretçilerin tutum/algılamalarını belirlemeye yönelik hipotezler:

H1: Ziyaretçilerin Barla'nın tanıtım ihtiyacına ilişkin algılamaları cinsiyete bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H2: Ziyaretçilerin Barla'nın manevi atmosferine ilişkin algılamaları cinsiyete bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H3: Ziyaretçilerin Barla'nın turizm potansiyeline ilişkin algılamaları cinsiyete bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H4: Ziyaretçilerin Barla'nın altyapı ve gelişim ihtiyacına ilişkin algılamaları cinsiyete bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H5: Ziyaretçilerin Barla'nın tanıtım ihtiyacına ilişkin algılamaları medeni duruma bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H6: Ziyaretçilerin Barla'nın manevi atmosferine ilişkin algılamaları medeni duruma bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H7: Ziyaretçilerin Barla'nın turizm potansiyeline ilişkin algılamaları medeni duruma bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H8: Ziyaretçilerin Barla'nın altyapı ve gelişim ihtiyacına ilişkin algılamaları medeni durumla bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H9: Ziyaretçilerin Barla'nın tanıtım ihtiyacına ilişkin algılamaları yaşa bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H10: Ziyaretçilerin Barla'nın manevi atmosferine ilişkin algılamaları yaşa bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H11: Ziyaretçilerin Barla'nın turizm potansiyeline ilişkin algılamaları yaşa bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H12: Ziyaretçilerin Barla'nın altyapı ve gelişim ihtiyacına ilişkin algılamaları yaşa bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H13: Ziyaretçilerin Barla'nın tanıtım ihtiyacına ilişkin algılamaları yaptıkları ziyaret sayısına bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H14: Ziyaretçilerin Barla'nın manevi atmosferine ilişkin algılamaları yaptıkları ziyaret sayısına bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H15: Ziyaretçilerin Barla'nın turizm potansiyeline ilişkin algılamaları yaptıkları ziyaret sayısına bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H16: Ziyaretçilerin Barla'nın altyapı ve gelişim ihtiyacına ilişkin algılamaları yaptıkları ziyaret sayısına bağlı olarak farklılık göstermektedir.

Yerel halkın tutum/algılamalarını belirlemeye yönelik hipotezler:

H17: Yerel halkın Bediüzzaman Hz.'lerine duydukları sevgi cinsiyete bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H18: Yerel halkın Barla'nın tanıtım ve gelişim ihtiyacına ilişkin algılamaları cinsiyete bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H19: Yerel halkın Bediüzzaman Hz.'lerine duydukları sevgi medeni duruma bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H20: Yerel halkın Barla'nın tanıtım ve gelişim ihtiyacına ilişkin algılamaları medeni duruma bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H21: Yerel halkın Bediüzzaman Hz.'lerine duydukları sevgi yaşa bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H22: Yerel halkın Barla'nın tanıtım ve gelişim ihtiyacına ilişkin algılamaları yaşa bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H23: Yerel halkın Bediüzzaman Hz.'lerine duydukları sevgi eğitim düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H24: Yerel halkın Barla'nın tanıtım ve gelişim ihtiyacına ilişkin algılamaları eğitim düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir.

ARAŞTIRMA BULGULARI VE YORUM

Ziyaretçilere İlişkin Bulgular

Tablo 1'de de görüleceği üzere araştırma örnekleminin % 71'i erkek, % 29'u da kadın ziyaretçilerden oluşmaktadır. % 60.4'ü evli olan ziyaretçilerin % 39.6'sı da bekarıdır. Ziyaretçilerin % 33'ü 18-25 yaş arası dilimde yer alırken, onları % 21.7 ile 36-45, % 19.6 ile 46-55, % 18.2 ile de 26-35 yaş arası dilimde yer alanlar izlemektedir. 55 yaşın üzerinde olanların oranı da % 7.7'dir. Üniversite mezunu olan ziyaretçilerin oranı % 43.2'dir. Lise mezunu olanların oranı % 40.3 iken, ilköğretim mezunları % 11.5, master ya da doktora derecesine sahip olanların oranı da % 5'dir. Ziyaretçilerin yarıya yakın bir bölümü (% 46.2) Barla'yı ilk kez ziyaret etmektedir. 2 kez ziyaret edenlerin oranı % 18.9, 3 kez ziyaret edenlerin oranı da % 13.3'dür. Barla'yı 4 ya da daha fazla ziyaret etmiş olanların oranı da % 21.7'dir. Ziyaretçilerin yarısı (% 50.7) Barla'yı ilk kez arkadaşlarından duymuştur. Kitaplardan okuyarak duyup öğrenenlerin oranı % 36.4'dür. İnternette öğrenenlerin oranı % 4.3'dür. Diğer şekilde (aile, öğretmen vb) öğrenenlerin oranı ise % 8.6'dır. Ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğu (% 60.8) Barla'ya, Bediüzzaman Hz.'lerinin yaşadığı ortamı görmek için gitmektedir. Manevi hava için gidenlerin oranı % 36.4 iken, tesadüfen gidenlerin oranı % 2.8'dir.

Tablo 1: Ziyaretçilere İlişkin Demografik Bulgular

<i>Kaç Kez Gittiği</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Eğitim Düzeyi</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>
1	132	% 46.2	İlköğretim	32	% 11.5
2	54	% 18.9	Lise	112	% 40.3
3	38	% 13.3	Üniversite	120	% 43.2
4 ve üzeri	62	% 21.7	Y. Lisans/Doktora	14	% 5.0
<i>İlk Nasıl Duyduğu</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Yaş</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>
Arkadaş	142	% 50.7	18-25	94	% 32.9
Kitap	102	% 36.4	26-35	52	% 18.2
İnternet	12	% 4.3	36-45	62	% 21.7
Diğer (aile, öğretmen vb)	24	% 8.6	46-55	56	% 19.6
			56 ve üzeri	22	% 7.7
<i>Gidiş Nedeni</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Cinsiyet</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>
Manevi havayı almak	104	% 36.4	Kadın	82	% 29.0
Bediüzzaman Hz.'nin yaşadığı ortamı görmek	174	% 60.8	Erkek	206	% 71.0
			<i>Medeni Hal</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>
Tesadüfen	8	% 2.8	Bekar	110	% 39.6
Diğer	-	-	Evli	168	% 60.4

Ziyaretçilere yönelik araştırma değişkenlerinin birbirleriyle olan ilişkisini belirlemek ve bu değişkenleri ilişkili oldukları gruplar altında toplayabilmek amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Tablo 2’de görüleceği üzere ziyaretçilere yönelik araştırma değişkenleri yapılan faktör analizi sonucunda 4 farklı grup altında toplanmıştır. Hiçbir faktör grubu ile ilişkili bulunmayan 1 değişken de analiz dışında bırakılmıştır. Ayrıca her bir değişken ve faktör grubuna ilişkin güvenilirlik testi de araştırmada yapılmıştır. Yapılan güvenilirlik analizi sonuçlarına göre 1. faktör grubu olan “tanıtım” ölçeğinin güvenilirlik (Cronbach alfa katsayısı) değeri 0,9271’dir. 2. faktör grubu olan “manevi atmosfer” ölçeğinin güvenilirlik (Cronbach alfa katsayısı) değeri 0,726, 3. faktör grubu olan “turizm potansiyeli” ölçeğinin güvenilirlik (Cronbach alfa katsayısı) değeri 0,841, son faktör grubu olan “altyapı ve gelişim” ölçeğinin güvenilirlik (Cronbach alfa katsayısı) değeri de 0,822’dir. Alfa katsayısının değerlendirilmesinde genel kabul gören ölçütler ekseninde (Özdamar, 2004: 633; Ergün, 1995: 220-224; Kinnear ve Taylor, 1991: 606-619, 232-2369) 1. faktör grubu olan “tanıtım” ölçeğinin güvenilirlik değerinin çok yüksek, diğer 3 faktör grubunun ise oldukça yüksek kabul edilen bir güvenilirlik değerine sahip olduğu belirlenmiştir. Yapılan faktör analizi sonucunda KMO değeri 0.731 olarak belirlenirken, 4 faktörün varyans açıklama oranı % 73,615 olup bu değer kabul edilebilir eşik değerinin üzerindedir.

Tablo 2: Araştırma Değişkenlerine Ait Faktör Yükleri ve Güvenilirlik (Cronbach Alpha) Analizi Sonuçları

Değişkenler ve Faktör Grupları	F1	F2	F3	F4	Alpha	Ort.	St.Sap.
Tanıtım İhtiyacı					.927	4.758	0.431
Ziyaretçilere rehberlik hizmeti verilmesi	.888					4.834	0.552
İnsanlara tanıtılması	.841					4.787	0.514
İnsanlara anlatılması	.830					4.779	0.520
Ulusal projelerle tanıtımı	.817					4.772	0.562
Etkilenme	.758					4.713	0.537
Ziyaret edilmeye değer olması	.690					4.786	0.502
Yerel yönetimlerce sahiplenilmesi	.660					4.604	0.721
Manevi Atmosfer					.726	4.719	0.388
Bedüzzaman Hz'ni Tanıma		.842				4.703	0.528
Manevi haz alma		.765				4.643	0.574
Ziyareti tavsiye		.673				4.791	0.407
Manevi hava		.628				4.726	0.462
Turizm Potansiyeli					.841	4.666	0.532
İnanç turizmde önemli bir mekan			.897			4.708	0.533
İnanç ve doğa turizm potansiyeli			.844			4.627	0.611
Altyapı ve Gelişim İhtiyacı					.822	4.544	0.647
Ulaşım olanakları geliştirilmeli				.855		4.568	0.723
Konaklama (otel vb) olanakları geliştirilmeli				.526		4.531	0.745
Dinlenme (restoran,vb) olanakları geliştirilmeli				.521		4.500	0.766
Varyans Açıklama Oranı (%)	32,714	18,498	13,044	9,359			
KMO(Kaiser-Meyer-Olkin):					.731		
Barlett Küresellik Testi:					655.897	p: 0.000	

Tablo 2'deki değerler ziyaretçilerin Barla'nın "turizm potansiyelini" (4.666) ve "manevi atmosferini" (4.719) oldukça yüksek bulduklarını, ancak bir o kadar da "tanıtım" (4.758), "altyapı ve gelişim" (4.544) faaliyetlerine ihtiyaç duyduğuna inandıklarını ortaya koymaktadır. Özellikle ziyaretçilere rehberlik hizmeti verilmesinin büyük bir ihtiyaç olduğu (4.834) olduğu görülmektedir. Yerel ve ulusal projelerle tanıtımı da bir başka ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır. Barla ziyaretçiler tarafından inanç ve doğa turizmde de önemli bir potansiyele sahip bir mekan olarak değerlendirilmektedir. Bu

anlamda gerek ulaşım (4.568), gerekse konaklama (4.531) ve dinlenme (4.500) olanaklarının geliştirilmesi arzulanmaktadır.

Tablo 3: Cinsiyet ve Medeni Hal Değişkenlerine Bağlı T-Test Analizi Sonuçları

Faktör Grupları	Cinsiyet	N	Ort.	St.Sap.	F	Sig.
Tanıtım	Kadın	80	4.828	0.246	2.348	0.128
	Erkek	200	4.730	0.484		
Manevi Atmosfer	Kadın	82	4.774	0.390	0.181	0.672
	Erkek	196	4.693	0.387		
Turizm Potansiyeli	Kadın	84	4.785	0.457	7.983	0.005*
	Erkek	202	4.623	0.554		
Altyapı ve Gelişim	Kadın	84	4.706	0.505	5.416	0.021*
	Erkek	202	4.471	0.690		
Faktör Grupları	Medeni Hal	N	Ort.	St.Sap.	F	Sig.
Tanıtım	Bekar	108	4.791	0.283	1.491	0.224
	Evli	160	4.751	0.525		
Manevi Atmosfer	Bekar	104	4.726	0.354	0.313	0.577
	Evli	162	4.750	0.360		
Turizm Potansiyeli	Bekar	108	4.777	0.408	11.920	0.001*
	Evli	166	4.626	0.567		
Altyapı ve Gelişim	Bekar	108	4.493	0.643	0.285	0.595
	Evli	166	4.602	0.634		

* p<0.05

Ziyaretçilerin Barla'ya ilişkin algılamalarını belirlemeye yönelik araştırma hipotezlerinin testinde T-test analizi kullanılmıştır. Tablo 3'de görüleceği üzere "turizm potansiyeli" ile "altyapı ve gelişim" faktör gruplarına ilişkin erkek ve kadın ziyaretçilerin değerlendirmeleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Kadın ziyaretçilerin Barla'nın "turizm potansiyelini" erkek ziyaretçilere oranla daha yüksek buldukları belirlenmiştir ($p=0.005<0.05$). Benzer şekilde kadın ziyaretçilerin, Barla'daki "altyapı ve gelişim" ihtiyacına olan inançlarının erkek ziyaretçilere oranla daha yüksek olduğu belirlenmiştir ($p=0.021<0.05$). Bir başka ifadeyle, "Ziyaretçilerin Barla'nın turizm potansiyeline ilişkin algılamaları cinsiyete bağlı olarak farklılık göstermektedir" şeklinde ifade edilen H3 hipotezi ile "Ziyaretçilerin Barla'nın altyapı ve gelişim ihtiyacına ilişkin algılamaları cinsiyete bağlı olarak farklılık göstermektedir" H4 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4: Ziyaretçilerin Tutum-Algılamalarına İlişkin Hipotezler ve Test Sonuçları

HİPOTEZLER	Test Sonucu
H1: Ziyaretçilerin Barla'nın tanıtım ihtiyacına ilişkin algılamaları cinsiyete bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Red
H2: Ziyaretçilerin Barla'nın manevi atmosferine ilişkin algılamaları cinsiyete bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Red
H3: Ziyaretçilerin Barla'nın turizm potansiyeline ilişkin algılamaları cinsiyete bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Kabul
H4: Ziyaretçilerin Barla'nın altyapı ve gelişim ihtiyacına ilişkin algılamaları cinsiyete bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Kabul
H5: Ziyaretçilerin Barla'nın tanıtım ihtiyacına ilişkin algılamaları medeni duruma bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Red
H6: Ziyaretçilerin Barla'nın manevi atmosferine ilişkin algılamaları medeni duruma bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Red
H7: Ziyaretçilerin Barla'nın turizm potansiyeline ilişkin algılamaları medeni duruma bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Kabul
H8: Ziyaretçilerin Barla'nın altyapı ve gelişim ihtiyacına ilişkin algılamaları medeni durumla bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Red
H9: Ziyaretçilerin Barla'nın tanıtım ihtiyacına ilişkin algılamaları yaşa bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Red
H10: Ziyaretçilerin Barla'nın manevi atmosferine ilişkin algılamaları yaşa bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Red
H11: Ziyaretçilerin Barla'nın turizm potansiyeline ilişkin algılamaları yaşa bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Kabul
H12: Ziyaretçilerin Barla'nın altyapı ve gelişim ihtiyacına ilişkin algılamaları yaşa bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Red
H13: Ziyaretçilerin Barla'nın tanıtım ihtiyacına ilişkin algılamaları yaptıkları ziyaret sayısına bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Kabul
H14: Ziyaretçilerin Barla'nın manevi atmosferine ilişkin algılamaları yaptıkları ziyaret sayısına bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Kabul
H15: Ziyaretçilerin Barla'nın turizm potansiyeline ilişkin algılamaları yaptıkları ziyaret sayısına bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Red
H16: Ziyaretçilerin Barla'nın altyapı ve gelişim ihtiyacına ilişkin algılamaları yaptıkları ziyaret sayısına bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Kabul

Ayrıca evli ve bekar ziyaretçilerin Barla'nın "turizm potansiyeline" ilişkin değerlendirmeleri arasında da istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir ($p=0.001<0.05$). Bekar ziyaretçiler evli ziyaretçilere oranla Barla'nın "turizm potansiyelini" daha yüksek bulmaktadırlar. Bir başka ifadeyle de "Ziyaretçilerin Barla'nın turizm potansiyeline ilişkin algılamaları medeni duruma bağlı olarak farklılık göstermektedir" şeklinde ifade edilen H7 hipotezi kabul edilmiştir. Yaş ve ziyaret sayısı değişkenlerine bağlı olarak yapılan varyans (Anova-Tukey) analizi sonuçları da 18-25 yaş grubunda olanların Barla'nın "turizm potansiyelini" 36-45 yaş grubunda olanlara oranla daha yüksek bulduklarını göstermiştir. Bir başka ifadeyle "Ziyaretçilerin Barla'nın turizm potansiyeline ilişkin algılamaları yaşa bağlı olarak farklılık göstermektedir" şeklinde ifade bulan H11 hipotezi de yapılan varyans (Anova-Tukey) analizi sonucunda kabul edilmiştir ($p=0.003<0.05$).

Tablo 5: Yaş ve Ziyaret Sayısı Değişkenlerine Bağlı Varyans (Anova-Tukey) Analizi Sonuçları

<i>Faktör Grubu</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>	<i>Yaş Grubu</i>	<i>Ort. Farkı</i>	<i>Sig.</i>
Turizm Potansiyeli	4.176	0.003	18-25	0.440	0.003
			36-45		
<i>Faktör Grupları</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>	<i>Ziyaret Sayısı</i>	<i>Ort. Farkı</i>	<i>Sig.</i>
Tanıtım	2.688	0.049	1 kez	-0.264	0.030
			4 kez ve üzeri		
Manevi Atmosfer	4.621	0.004	1 kez	-0.298	0.002
			4 kez ve üzeri		
Altyapı ve Gelişim	3.493	0.017	1 kez	-0.390	0.029
			4 kez ve üzeri		

p<0.05

Barla'yı 4 ya da daha fazla kez ziyaret edenlerin 1 kez ziyaret edenlere oranla Barla'nın "tanıtım" olan ihtiyacını daha yüksek değerlendirmişlerdir. Benzer şekilde 1 kez ziyaret edenlere oranla 4 ya da daha fazla kez ziyaret edenler Barla'daki "manevi atmosferi" ve "altyapı ve gelişim" ihtiyacını daha yüksek değerlendirmişlerdir (Tablo 4). Bir başka ifadeyle yapılan varyans (Anova-Tukey) analizleri sonucunda H13 "Ziyaretçilerin Barla'nın tanıtım ihtiyacına ilişkin algılamaları yaptıkları ziyaret sayısına bağlı olarak farklılık göstermektedir" ($p=0.030<0.05$), H14 "Ziyaretçilerin Barla'nın manevi atmosferine ilişkin algılamaları yaptıkları ziyaret sayısına bağlı olarak farklılık göstermektedir" ($p=0.002<0.05$) ve H16 "Ziyaretçilerin Barla'nın altyapı ve gelişim ihtiyacına ilişkin algılamaları yaptıkları ziyaret sayısına bağlı olarak farklılık göstermektedir" ($p=0.029<0.05$) hipotezleri kabul edilmiştir.

Yerel Halka İlişkin Bulgular

Tablo 6'da görüleceği üzere araştırma örnekleminin % 79.6'sı erkek, % 20.4'ü de kadındır. % 83.3'ü evli olan yerel halkın % 16.7'si bekar. Halkın % 10.2'si 18-25 yaş arası dilimde yer almaktadır. 26-35 yaş diliminde olanların oranı % 24.5 iken 36-45 yaş diliminde olanların oranı % 18.4, 46-55 yaş diliminde olanların oranı % 22.4'dür. 55 yaşın üzerinde olanların oranı da % 24.5'dir. Üniversite mezunu olan yerel halkın oranı % 14.3'dür. Lise mezunu olanların oranı % 24.5, ilköğretim mezunları % 57.1, master ya da doktora derecesine sahip olanların oranı da % 4.1'dir.

Tablo 6: Yerel Halka İlişkin Demografik Bulgular

<i>Yaş</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Eğitim Düzeyi</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>
18-25	10	% 10.2	İlköğretim	56	% 57.1
26-35	24	% 24.5	Lise	24	% 24.5
36-45	18	% 18.4	Üniversite	14	% 14.3
46-55	22	% 22.4	Y. Lisans/Doktora	4	% 4.1
56 ve üzeri	24	% 24.5	<i>Cinsiyet</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>
<i>Medeni Hal</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>	Kadın	20	% 20.4
Bekar	16	% 16.7	Erkek	78	% 79.6
Evli	80	% 83.3			

Yerel halka yönelik araştırma değişkenlerinin birbirleriyle olan ilişkisini belirlemek ve bu değişkenleri ilişkili oldukları gruplar altında toplayabilmek amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Tablo 7’de görüleceği üzere yerel halka yönelik araştırma değişkenleri 2 farklı faktör grubu altında toplanmıştır. Hiçbir faktör grubu ile ilişkili bulunmayan 4 değişken de analiz dışında bırakılmıştır. Ayrıca her bir değişken ve faktör grubuna ilişkin güvenilirlik testi de araştırmada yapılmıştır. Yapılan güvenilirlik analizi sonuçlarına göre 1. faktör grubu olan “ Bediüzzaman Hz.lerine duyulan sevgi” ölçeğinin güvenilirlik (Cronbach alfa katsayısı) değeri 0,850’dir. 2. faktör grubu olan “ Barla’nın tanıtım ve gelişim ihtiyacı” ölçeğinin güvenilirlik (Cronbach alfa katsayısı) değeri 0,717’dir. Her iki faktör grubunun da oldukça yüksek kabul edilen bir güvenilirlik değerine sahip olduğu belirlenmiştir. Ayrıca KMO değeri 0.649 olarak bulunurken, elde edilen 2 faktörün varyans açıklama oranı da % 48,734’dür.

Tablo 7: Araştırma Değişkenlerine Ait Faktör Yükleri ve Güvenilirlik (Cronbach Alpha) Analizi Sonuçları

Değişkenler ve Faktör Grupları	F1	F2	Alpha	Ort.	St.Sap.
Bediüzzaman Hz.lerine Duyulan Sevgi			.850	4.898	0.216
Bediüzzaman Hz.leri. Barla için onur	.756			4.960	0.197
Bediüzzaman Hz.leri Barla için fırsat	.676			4.775	0.468
Barla Bediüzzaman Hz.leri ile tanınmakta	.668			4.940	0.239
Barla'nın Bediüzzaman Hz.'leri ile tanınmasından mutluluk duyma	.589			4.920	0.274
Barla'nın Tanıtım ve Gelişim İhtiyacı			.717	4.744	0.532
<i>Konaklama (otel vb) olanakları geliştirilmeli</i>		.932		4.820	0.719
<i>Dinlenme (restoran,vb) olanakları geliştirilmeli</i>		.843		4.720	0.926
<i>Ulusal projelerle tanıtımı</i>		.842		4.816	0.527
<i>Yerel yönetimlerce sahiplenilmesi</i>		.622		4.760	0.743
<i>Ziyaretçilere sunulan hizmetlerin geliştirilmesi</i>		.584		4.660	0.717
<i>Ziyaretçilere rehberlik hizmeti verilmesi</i>		.538		4.668	0.952
Varyans Açıklama Oranı (%)	35,606	13,128			
KMO(Kaiser-Meyer-Olkin):		.649			
Barlett Küresellik Testi:		413.134			p: 0.000

Tablo 7'deki değerler yerel halkın Bediüzzaman (Said Nursi) Hz.lerine büyük bir sevgi ve saygı duyduğunu göstermektedir (4.898). Ayrıca yerel halk Barla'nın "tanıtım ve gelişim" ihtiyacını da yüksek oranda değerlendirmektedirler (4.744). Özellikle konaklama olanaklarının geliştirilmesi en önemli gereklilikler arasında yer almaktadır (4.820). Halkta Barla'nın tanıtımında ulusal projelere ihtiyaç olduğu düşüncesi önemli bir yer tutmaktadır (4.816).

Tablo 8: Cinsiyet ve Medeni Hal Değişkenlerine Bağlı T-Test Analizi Sonuçları

Faktör Grupları	Cinsiyet	N	Ort.	St.Sap.	F	Sig.
Bediüzzaman Hz.lerine Duyulan Sevgi	Kadın	20	4.925	0.168	0.320	0.571
	Erkek	76	4.901	0.221		
Barla'nın Tanıtım ve Gelişim İhtiyacı	Kadın	20	4.833	0.314	0.488	0.488
	Erkek	76	4.714	0.582		
	Medeni Hal	N	Ort.	St.Sap.	F	Sig.
Bediüzzaman Hz.lerine Duyulan Sevgi	Bekar	16	4.781	0.364	9.312	0.004
	Evli	78	4.929	0.161		
Barla'nın Tanıtım ve Gelişim İhtiyacı	Bekar	16	4.729	0.294	0.158	0.693
	Evli	78	4.735	0.582		

p<0.05

Yerel halkın tutum-algılamalarına ilişkin hipotezlerin testinde t-test ve varyans (Anova-Tukey) analizleri kullanılmıştır. Diğer yandan olan “Bediüzzaman Hz.lerine duyulan sevgi” ve “ Barla'nın tanıtım ve gelişim ihtiyacı” faktör gruplarına ilişkin yerel halkın değerlendirmeleri arasında cinsiyet açısından anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir (Tablo 8 ve Tablo 9)). Bir başka ifadeyle H17 "Yerel halkın Bediüzzaman Hz.'lerine duydukları sevgi cinsiyete bağlı olarak farklılık göstermektedir" ve H18 "Yerel halkın Barla'nın tanıtım ve gelişim ihtiyacına ilişkin algılamaları cinsiyete bağlı olarak farklılık göstermektedir" hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 9: Yerel Halkın Tutum-Algılamalarına İlişkin Hipotezler ve Test Sonuçları

HİPOTEZLER	Test Sonucu
H17: Yerel halkın Bediüzzaman Hz.'lerine duydukları sevgi cinsiyete bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Red
H18: Yerel halkın Barla'nın tanıtım ve gelişim ihtiyacına ilişkin algılamaları cinsiyete bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Red
H19: Yerel halkın Bediüzzaman Hz.'lerine duydukları sevgi medeni duruma bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Kabul
H20: Yerel halkın Barla'nın tanıtım ve gelişim ihtiyacına ilişkin algılamaları medeni duruma bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Red
H21: Yerel halkın Bediüzzaman Hz.'lerine duydukları sevgi yaşa bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Red
H22: Yerel halkın Barla'nın tanıtım ve gelişim ihtiyacına ilişkin algılamaları yaşa bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Red
H23: Yerel halkın Bediüzzaman Hz.'lerine duydukları sevgi eğitim düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Kabul
H24: Yerel halkın Barla'nın tanıtım ve gelişim ihtiyacına ilişkin algılamaları eğitim düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir.	Red

Diğer yandan evli ve bekar yerel halkın “Bediüzzaman Hz.lerine duyduğu sevgi ve saygı” arasında ise istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir ($p=0.004<0.05$) ve H19 "Yerel halkın Bediüzzaman Hz.'lerine duydukları sevgi medeni duruma bağlı olarak farklılık göstermektedir" hipotezi kabul edilmiştir. Evli olanlar bekar olanlara oranla Bediüzzaman Hz.lerine daha yüksek bir sevgi ve saygı duymaktadır (Tablo 8 ve Tablo 9)

Tablo 10: Eğitim Değişkenine Bağlı Varyans (Anova-Tukey) Analizi Sonuçları

<i>Faktör Grubu</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>	<i>Yaş Grubu</i>	<i>Ort. Farkı</i>	<i>Sig.</i>
Bediüzzaman Hz.lerine Duyulan Sevgi	5.172	0.004	İlköğretim	0.258	0.011
			Üniversite		

$p<0.05$

Yapılan Varyans (Anova-Tukey) analizi sonucunda, yerel halkın araştırma değişkenlerine ilişkin değerlendirmeleri arasında “yaş” değişkenine bağlı istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiş, H21 "Yerel halkın Bediüzzaman Hz.'lerine duydukları sevgi yaşa bağlı olarak farklılık göstermektedir" ve H22 "Yerel halkın Barla'nın tanıtım ve gelişim ihtiyacına ilişkin algılamaları yaşa bağlı olarak farklılık göstermektedir" hipotezleri reddedilmiştir.

Diğer yandan “Bediüzzaman Hz.lerine duyulan sevgi ve saygı” açısından ilköğretim ve üniversite mezunu olan yerel halk arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir. H23 "Yerel halkın Bediüzzaman Hz.'lerine duydukları sevgi eğitim düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir" hipotezi kabul edilmiş ($p=0.011<0.05$) ve İlköğretim mezunu olanların üniversite mezunu olanlara oranla Bediüzzaman Hz.lerine daha yüksek bir sevgi ve saygı duyduğu belirlenmiştir (Tablo 10).

Yerel Yöneticilerle Yapılan Mülakat Bulguları

Barla Belediye Başkanı ve mahalle muhtarları ile yapılan mülakatlarda da ziyaretçilere sunulan hizmetlerin yetersiz olduğu; ulaşım, dinlenme ve konaklama olanaklarının geliştirilmesi temel öncelikler olarak belirlenmiştir. Barla'ya gelen yıllık ziyaretçi sayısının 500.000 bine yaklaştığı yerel yöneticilerle yapılan mülakatların en önemli bulgularından bir tanesi olarak kaydedilmiştir. Ancak Barla'nın bu potansiyeli ekonomik olarak değerlendiremediği de ortak bir görüş olarak dile getirilmiştir. Yerel yöneticiler Barla'yla ilgili yerel ya da ulusal düzeyde bir projenin olmadığını, bu konuda da gerek devletten gerekse il düzeyindeki kurum ya da kuruluşlardan bir destek almadıklarını vurgulamışlardır. Barla'nın tanıtım ve

gelişimi konusunda kendilerinin yapabileceklerinin çok sınırlı olduğunu, ancak il ve devlet düzeyinde destek almalarının önem ve önceliği vurgulanmıştır. Barla'yla ilgili yapılacak her çalışmaya da ellerinden geldiğince destek vermeye hazır olduklarını önemle belirtmişlerdir. Ayrıca de, ziyaretçilere yönelik tuvalet ve abdesthanelerin sayısının bir an önce artırılması, otopark sorununun çözülmesi, bayan ziyaretçilere yönelik abdesthane ve süt emzirme alanlarının yapımı, çay bahçesi, restoran, lokanta vb. mekanların açılması, piknik alanlarının düzenlenmesi, Çam Dağı'na yürüyüş yolunun yapılması, Bediüzzaman Hz.'lerinin yaşadığı eve giden yolun düzenlenmesi yerel yöneticilerle yapılan mülakatlarda öne çıkan somut ihtiyaçlar dizisi olarak belirlenmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmadan çıkan sonuçları,

- Barla ziyaretçilerinin yıllık yüz binlerle ifade edildiği,
- 2012 yılında ziyaretçi sayısının yerel yöneticilerin ifadesiyle 400 bini aştığı,
- Ziyaretçilerin Barla'yı en çok arkadaşları aracılığıyla duyup öğrendiği,
- Barla'nın genel olarak Bediüzzaman (Said Nursi) Hz.'lerinin yaşadığı ortamı görmek ve manevi ortamı yaşamak için ziyaret edildiği,
- Ziyaretçilerin Barla'nın “turizm potansiyelini” ve “manevi atmosferini” oldukça yüksek buldukları,
- Ancak bir o kadar da “tanıtım”, “altyapı ve gelişim” faaliyetlerine ihtiyaç duyduğuna inandıkları,
- Ziyaretçilere rehberlik hizmeti verilmesinin büyük bir ihtiyaç olduğu,
- Barla'nın inanç ve doğa turizminde önemli bir potansiyele sahip bir mekan olduğu,
- Ancak ulaşım, konaklama ve dinlenme olanaklarının geliştirilmesinin bir zorunluluk olduğu,
- Kadın ziyaretçilerin Barla'nın “turizm potansiyelini” erkek ziyaretçilere oranla daha yüksek buldukları,
- Kadın ziyaretçilerin, Barla'daki “altyapı ve gelişim” ihtiyacına olan inançlarının erkek ziyaretçilere oranla daha yüksek olduğu,
- Bekar ziyaretçilerin evli ziyaretçilere oranla Barla'nın “turizm potansiyelini” daha yüksek buldukları,

- 18-25 yaş grubunda olan ziyaretçilerin Barla'nın "turizm potansiyelini" 36-45 yaş grubunda olanlara oranla daha yüksek buldukları,
 - Yerel halkın Bediüzzaman (Said Nursi) Hz.lerine büyük bir sevgi ve saygı duyduğu,
 - Ayrıca yerel halkın Barla'nın "tanıtım ve gelişim" faaliyetlerine ihtiyaç duyduğuna inandıkları,
 - Özellikle konaklama olanaklarının geliştirilmesinin en önemli gerekliliklerden bir tanesi olduğuna inandıkları,
 - Barla'nın tanıtımında ulusal projelere ihtiyaç olduğu düşüncesi taşıdıkları,
 - Evli olan yerel halkın bekar olanlara oranla Bediüzzaman Hz.lerine daha yüksek bir sevgi ve saygı duyduğu,
 - İlköğretim mezunu olanların da üniversite mezunu olanlara oranla Bediüzzaman Hz.lerine daha yüksek bir sevgi ve saygı duyduğu,
 - Barla'nın ziyaretçi potansiyelini ekonomik olarak değerlendiremediği,
 - Barla'yla ilgili yerel ya da ulusal düzeyde bir projenin olmadığı şeklinde sıralamak olanaklıdır.
- Çalışmadan çıkarılabilecek önerileri de
- Ziyaretçilere yönelik tuvalet sayısının artırılması,
 - Abdesthane sayısının artırılması,
 - Çocuklu bayanlar için süt emzirme mekanlarının yapımı,
 - Otopark alan/alanlarının yapımı,
 - Çay bahçesi, restoran, lokanta vb. mekanların açılması,
 - Piknik alanlarının düzenlenmesi,
 - Çocuklar için oyun alanlarının düzenlenmesi,
 - Çam Dağı'na yürüyüş yolunun yapılması,
 - Bediüzzaman Hz.'lerinin yaşadığı eve giden yolun düzenlenmesi,
 - Bediüzzaman Hz'lerinin hayatını ve Barla'yı anlatan bir fotoğraf salonunun düzenlenmesi,
 - Bediüzzaman Hz'lerinin hayatını, yaşam felsefesini ve hoşgörüsünü anlatan bir sinevizyon gösterim salonunun düzenlenmesi,
 - Bediüzzaman Hz'lerinin yaşadığı evin minyatürlerinin hediyelik eşya olarak ziyaretçilere satışı,
 - Çam Dağı minyatürlerinin hediyelik eşya olarak ziyaretçilere satışı,

- Yöre kurum ve kuruluşlarınca Çam Dağı doğa yürüyüşlerinin düzenlenmesi,
- Barla'daki turizm potansiyelinin değerlendirilmesinde yerel yönetim ve kurumların işbirliği ve dayanışma içerisinde olmasının gerekliliği,
- Yöre belediyeleri, üniversite, il, ilçe turizm müdürlükleri gibi kilit kuruluşların konuyla ilgili etkileşim ve işbirliğine içine girmesi,
- Üniversite ve bölge kalkınma ajansının konuyla ilgili araştırma ve projeleri desteklemesi,
- Yöre, bölge ve ülke yatırımcılarına bölgenin turizm potansiyelinin gerektiği gibi anlatılabilmesi,
- Yöre üniversitesinin “İnanç ve Hoşgörü Turizmine” ev sahipliği yaparak Barla'ya olan dikkatleri çekmesi,
- Bediüzzaman Hz'lerinin hoşgörü, insan huzur ve mutluluğu ile doğa ve canlıya verdiği değer anlatımını hedefleyen kongre, seminer ve konferansların düzenlenmesi,
- Hayırseverlerin belirli hizmetlerde (tuvalet, abdesthane vb) dikkatlerinin çekilmesi ve desteklerinin sağlanmaya çalışılması olarak sıralanabilir.

KAYNAKÇA

- AKAR, Mehmet (2011), *İkram*, 7. Baskı, Şahdamar Yayınları, İstanbul.
- AKAR, Mehmet (2012a), *Dava Adamı*, 10. Baskı, Şahdamar Yayınları, İstanbul.
- AKAR, Mehmet (2012b), *Secdede Bir Ömür*, 17. Baskı, Şahdamar Yayınları, İstanbul.
- ALBAYRAK, Tahir ve CABER, Meltem (2011), “Önem-Performans Analizi: Destinasyon Yönetimine Dair Bir Örnek”, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, C. 11, S. 3: 627-638.
- ERGÜN, Mustafa (1995), *Bilimsel Araştırmalarda Bilgisayarla İstatistik Uygulamaları*, Ocak Yayınları, Ankara.
- HAUGLAND, A. Sven, GRONSETH, N. B. Havard and AARSTAD, Jarle (2011), “Development of Tourism Destinations: An Integrated Multilevel Perspective”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 38, No. 1: 268-290.

- KARAKAŞ, Vehbi (2012), *Hz. Peygamberden Bediüzzaman'a Yansımalar*, Hayat Yayınları, İstanbul.
- KINNEAR, C. Thomas and TAYLOR R. James (1991), *Marketing Research*, McGraw-Hill International Editions, Fourth Edition, Singapore.
- ÖLMEZ, Adem (2012), *Uzun Yürüyüş*, Nesil Yayınları, İstanbul.
- ÖZDAMAR, Kazım (2004), *Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi*, Kaan Kitabevi, Eskişehir.
- ÖZDEMİR, Gökçe (2007), *Destinasyon Yönetimi ve Pazarlama Temelleri: İzmir İçin Bir Destinasyon Model Önerisi*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, DEÜ SBE İzmir.
- SHEEHAN, R. Lorn and RITCHIE, J. R. Brent (2005), "Destination Stakeholders: Exploring Identity and Saliency", *Annals of Tourism Research*, Vol. 32, No. 3: 711-734.
- TINSLEY, Ross and LYNCH, Paul (2001), "Small Tourism Business Networks and Destination Development", *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 20, No. 4: 367-378.
- <http://risaleoku.wordpress.com/barlanin-huzunlu-gulu-bediuzzaman-said-inursi-ks/> (Erişim Tarihi: 6 Aralık.2012).
- <http://erengenc.com/post/barla-nerede-allahin-sadik-kulu-barla> (Erişim Tarihi: 6 Aralık 2012).
- <http://truva.dergisi.com/?p=503> (Erişim Tarihi: 6 Aralık.2012).
- http://www.turkcellbilgi.com/ansiklopedi/barla,_egirdir. (Erişim Tarihi: 17 Aralık.2012).