



www.turkishstudies.net/social

Turkish Studies - Social Sciences

eISSN: 2667-5617

Research Article / Araştırma Makalesi



INTERNATIONAL
BALKAN
UNIVERSITY
Sponsored by IBU

İnanç Turizmi Açısından Türkiye’de Dini Çekiciliklerin Dağılışı

Distribution of Religious Attractions at Turkey in Terms of Religious Tourism

Ayşe Okuyucu*

Abstract: Attractions are one of the most important elements of the tourism system. Religious attractiveness has existed since the early era. However, these attractions become more complicated with tourism. Religious sites such as temples and mosques attract more and more visitors not only for their spiritual value but also for entertainment, education and cultural purposes. Religious tourism areas and attraction types are increasingly diversified worldwide. From this point, in this study it is aimed that determining religious tourism attractions in Turkey and also spatial distribution of these attractions. In this study Religious Tourism Inventory, Turkey Culture Portal datas, promotional brochures of provinces have been used as data source. A data file has been created containing the location and attribute information of religious tourism attractions, in ArcGIS 10.1 software which entered as point data. With the queries has been made religious tourism attractions have been classified to various features such as attraction type, depending religion so on. Also distribution maps have been prepared regarding religious tourism attractions of Turkey. Thus religious tourism attractions of Turkey are evaluated by a holistic perspective. This study showed that Turkey has a significant potential for religious tourism, particularly for Islam and Christianity. It is necessary to develop tourism marketing for Islam in Bursa, Isparta, Sanliurfa, Amasya, and Istanbul provinces. On the other hand, a tourism promotion and marketing concerning Christianity should be performed in Nevsehir, Aksaray, Mardin, and Izmir provinces. Also religious festivals, events, and commemorations should be increased for the development of religious tourism in Turkey.

Structured Abstract: Today, tourism mobility is dominated by conventional tourism based on the sea, sand, and sun. On the other hand, however, the interest, particularly in cultural tourism rapidly increased due to various reasons such as globalization, technological developments, increased level of education, and increased desire for experiencing and learning different cultures since the 1970s. The growth in cultural tourism also affected the development of different types of tourism like heritage tourism, religious tourism, etc. While cultural tourism, heritage tourism, and religious tourism support the development of each other, they cause the difference between them to deepen. The cause underlying this situation is the fact that religious places gradually attract more visitors not only for their spiritual value but also for entertainment, educational and cultural purposes. Even though the secular lifestyle becomes prevalent throughout the world, the sense of religious belonging or the religious identity of individuals still remains as one of the most important facts giving meaning to human life. Thus, attractions regarding religious existed since early periods. However, as tourism grows up and gets diverse, such attractions get complicated. Attractions are the critical sources for the development of the destination. In religious places, the increased popularity of tourism poses difficulties for administrators. For this reason, for effectively managing and planning such places, first, the elements

* Dr. Öğr. Üyesi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Fakülte, Coğrafya Bölümü
Asst. Prof. Dr. Bilecik Şeyh Edebali University, Faculty of Science and Arts, Department of Geography
ORCID 0000-0002-4415-6520
ayse.okuyucu@bilecik.edu.tr

Cite as/ Atıf: Okuyucu, A. (2020). İnanç turizmi açısından Türkiye’de dini çekiciliklerin dağılışı. *Turkish Studies - Social*, 15(5), 2611-2628. <https://dx.doi.org/10.47356/TurkishStudies.44886>

Received/Geliş: 06 July/ Temmuz 2020

Accepted/Kabul: 20 August/ Ağustos 2020

Copyright © INTAC LTD, Turkey

Checked by plagiarism software

Published/Yayın: 30 August/ Ağustos 2020

CC BY-NC 4.0

constituting attractions must be defined and the motivations, demands, and experiences regarding the area must be specified. From this point of view, in this study, it was aimed to determine the attractions that are already subject to religious tourism in Turkey, and to reveal the spatial distribution thereof. It was further aimed to produce comparable data in the GIS environment on the attractions subject to religious tourism in Turkey, their types, and the religions they relate to. Besides, it was aimed to have a better understanding of the artifacts, buildings, and places that make up an attraction source about the visited faith by evaluating the faith-tourism attractions in Turkey with a holistic approach.

In this study, the attractions subject to religious tourism in entire Turkey have been discussed within the scope of the three Abrahamic religions. First, the existing literature has been reviewed. Based on the information obtained from the literature review, three sources have been found that might provide data to the place and name details of the faith tourism attractions in Turkey. First of those sources is the inventory of religious tourism attractions that the Republic of Turkey, the Ministry of Culture and Tourism has prepared within the scope of Faith Tourism Project in 1993. Other sources are the data from Turkey Culture Portal and the “promotional brochures of our provinces” from the website of the Ministry of Culture and Tourism. The religious tourism attractions obtained from data sources were searched on Google Earth Pro by their names, or by address details, if the name did not give any result for location, and were located in Google Earth Pro using the “Add Placemark” option. The point data produced on Google Earth Pro by location and name details were converted into a new layer in shapefile format (with .shp extension) using ArcCatalog. Thuswise, usable spatial data were produced. Subsequently, attribute information about the types of attraction elements (such as mosques, churches, etc.) and the provinces where the attractions are located, and the religions pertaining thereto were entered to this file which contains only the location and name information of the faith tourism attractions. Using attribute information about how many religious tourism attractions are located in each province and to which religion such attractions pertain to, a new data file was created. In the created data files, the attribute information regarding the location, type, religion, and province of the attractions were queried. The information obtained as a result of the inquiry were summarized as maps and tables. Also, thematic maps regarding the religious tourism attractions in Turkey were prepared. The faith tourism attractions throughout Turkey were evaluated with a holistic perspective using visualization and inquiries, and ArcGIS 10.1 software was utilized.

The information obtained from data sources reveal that there are data entrances made on 1.259 faith tourism attractions subject to faith tourism in Turkey. According to the results of the research, the religious tourism attractions in Turkey belong to Islam (80.1%), followed by Christianity (18.1%), and Jewishness (1.7%). The distribution of religious tourism attractions by religions shows spatial differences. The attractions associated with Islam are located the most in Bursa, Isparta, Sanliurfa, Amasya, and Istanbul provinces. The attractions associated with Christianity are located the most in Nevsehir, Aksaray, Artvin, Mardin, and Izmir provinces. The attractions associated with Jewishness are located the most in Istanbul, Izmir, and Bursa provinces. It was found that the buildings built for religious purposes such as mosques, shrines, churches constitute the majority of the attractions in Turkey that are subject to religious tourism. Mosques constitute 46.7% of the religious tourism attractions in Turkey. The mosques thought to be subject of religious tourism are mainly located in Isparta, Sanliurfa, Istanbul, Amasya, and Kirklareli provinces. Shrines were found to be the second most important source of attractions for religious tourism in terms of Islam. Bursa, Isparta, and Amasya provinces were found to have the highest number of shrines. The churches, where are prayer halls for Christianity, ranked the third as sources of religious tourism attractions in Turkey. It was found that the provinces with the highest number of churches are Aksaray, Nevsehir, Artvin, and Mardin.

This study showed that Turkey has a significant potential for religious tourism, particularly for Islam and Christianity. It is necessary to develop tourism marketing for Islam in Bursa, Isparta, Sanliurfa, Amasya, and Istanbul provinces. On the other hand, a tourism promotion and marketing concerning Christianity should be performed in Nevsehir, Aksaray, Mardin, and Izmir provinces. The results of the study revealed that the shrined areas in Turkey such as mountains, seas, caves are not used sufficiently as attractions yet. Whereas, conducting in-depth researches on these shrined areas will bring many places into religious tourism in Turkey. Besides, increasing the number of religious festivals, events, and commemorations will be effective in increasing the number of religious tourism attractions.

Keywords: Tourism geography, religious tourism, attractions, GIS, Turkey.

Öz: Çekicilikler turizm sisteminin en önemli unsurlarından biridir. İnançla ilgili çekicilikler erken dönemden beri vardır. Ancak turizmle birlikte bu çekicilikler karmaşıklaşmaktadır. Tapınaklar ve camiler gibi dini yerler, sadece manevi değerleri için değil aynı zamanda eğlence, eğitim ve kültürel amaçlar için de giderek daha fazla ziyaretçi çekmektedir. Dünya genelinde inanç turizmi alanları ve çekicilik türleri giderek çeşitlenmektedir. Bundan hareketle bu çalışmada, Türkiye’de inanç turizme konu olan çekiciliklerin tespit edilmesi ve mekânsal dağılışının ortaya konulması amaçlanmıştır. Çalışmada veri kaynağı olarak İnanç Turizmi Envanteri, Türkiye Kültür Portalı verileri ve illere ait tanıtım broşürleri kullanılmıştır. ArcGIS 10.1 yazılımında nokta verisi olarak girilen inanç turizmi çekiciliklerinin konum ve öznelik bilgilerini içeren bir veri dosyası oluşturulmuştur. Yapılan sorgulamalara, Türkiye’de inanç turizmi çekicilikleri türleri, tabii oldukları din vb. gibi çeşitli özelliklerine göre sınıflandırılmıştır. Ayrıca Türkiye’nin inanç turizmi çekiciliklerine ilişkin dağılışı haritaları hazırlanmıştır. Böylece Türkiye’deki inanç turizmi çekicilikleri bütüncül bakış açısı ile değerlendirilmiştir. Bu çalışma, Türkiye’nin özellikle İslam ve Hıristiyanlık dinleri bakımında inanç turizminde, önemli bir potansiyele sahip olduğunu göstermiştir. Bursa, Isparta, Şanlıurfa, Amasya ve İstanbul illerinde İslam dini bakımından turizm pazarlaması geliştirmek gerekmektedir. Diğer taraftan, Nevşehir, Aksaray, Mardin ve İzmir illerinde Hıristiyanlıkla ilgili bir turizm tanıtım ve pazarlaması yapılmalıdır. Aynı zamanda Türkiye’de inanç turizminin gelişmesi için dini bayramlar, etkinlikler ve anma törenleri artırılmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Turizm coğrafyası, inanç turizmi, çekicilikler, CBS, Türkiye

1. Giriş

Turizm çekicilikleri sundukları aktivite ve deneyimlerle birçok yeri ziyaret etmek için neden oluşturmaktadır. Bu nedenle turizm çekicilikleri, turizm sürecinin merkezi olarak görülmektedir. İnsanların “olağanüstü” veya “harika” olarak nitelendirilen yerleri görme dürtüsü tüm kültürlerde mevcuttur. Bu durum turizmde çekicilik merkezlerinin ya da cazibe merkezlerinin üretim ve tüketiminin büyük ilgi görmesine neden olmaktadır. Turizm çekicilikleri sahip oldukları teorik ve pratik öneme rağmen bu konudaki araştırmalar yeterli düzeyde değildir. Kültürel turizm ve miras turizmindeki büyüme ile bu konudaki eksikliklerin giderilmesine yönelik çabalar gösterilmiş, turizm çekiciliklerinin işlevlerine ve anlamlarına daha fazla önem verilmeye başlamıştır (Richards, 2002: 1048).

Erken dönemlerden beri inanç, seyahat için güçlü bir motivasyon kaynağı olmuştur (Henderson, 2002: 447). Bu nedenle kutsal yerler ve etkinlikler en eski seyahat destinasyonları arasındadır. Günümüzde ise inançla ilgili çekicilikler en önemli ziyaretçi çekiciliklerindedir. İnanç turizmindeki gelişmelerle, ilahi olanla, olağandışı bağlarla donatılmış; türbeler, tapınaklar, kiliseler, manzara özellikleri ve dini festivaller en karmaşık çekicilik merkezleri haline gelmiştir (Nolan & Nolan, 1992: 68). Dini yerler, sadece manevi değerleri için değil aynı zamanda eğlence, eğitim ve kültürel amaçlar için de giderek daha fazla ziyaretçi çekmeye başlamıştır. Dini yerler turizm pazarlama materyallerinde yoğun bir şekilde yer aldıklarından ve genellikle turizm destinasyonu olarak “eşsiz” yerler oldukları için rekabet gücü yüksek önemli çekicilik merkezleri haline gelmektedir (Hughes vd., 2013: 2010). İnanç turizmindeki büyümede kültürel turizm ve miras turizmindeki gelişmeler etkili olmuştur. Bu durum, kültürel miras kapsamına giren dini yerlerin ve çekiciliklerin, kültürel turizm ve miras turizmi bakımından da çekicilik yaratmasından kaynaklanmaktadır. Gerçekte inanç turizmi; kişilerin kendi inançları ya da diğer dinlerin inançlarına uygun olduğu düşünülen dini yerlerin ziyaret edilmesini içermektedir (Hughes vd., 2013: 2010). Vukonić (1996) inanç turizmi dini yerlere dünyevi ya da manevi nedenlerle yapılan yolculuklar olarak tanımlamaktadır. Genellikle aynı mekânlarda gerçekleşen kültürel turizm, miras ve inanç turizmi birbirlerinin gelişmelerini desteklemektedir, aynı zamanda çoğu durumda birbirleri arasında ayrımın güçleşmesine yol açmaktadır (Henderson, 2002).

UNESCO’ya göre dünya nüfusunun % 60’ı bir dine bağlıdır ve bir dine mensup olan kimseler inanç turizmi için demografik temeli oluşturmaktadır (Griffin vd., 2018: 1). Derinden inanılan değerler içerdiği için, dünya genelinde her yıl çok sayıda turist inançla ilgili çekicilik alanlarını

ziyaret etmektedir. Dini turistik yerler her yıl 300 milyondan fazla ziyaretçi çekmektedir. Ayrıca, dini turizm endüstrisinin yıllık değeri 20 milyar dolar civarındadır (Huang & Pearce, 2019: 1).

Türkiye Cumhuriyeti sınırları içerisinde geçmişten günümüze; Hititler, Sümerler, Urartular, Likyalılar, Lidyalılar, Frikyalılar, İyonlar, Romalılar, Bizanslılar, Selçuklular, Osmanlılar gibi çok sayıda medeniyet kurulup gelişmiş ve yok olmuştur. Türkiye Cumhuriyetine gelinceye kadar bütün bu uygarlıklar çok sayıda kültürel unsur bırakmışlardır (Emekli, 2004: 11). Hristiyanlığın ilk dönemlerindeki Havarilerin, Ortaçağ'da ise; Musevilerin buldukları ülkelerde karşılaştıkları ağır baskı ve yok etme politikalarının sonucu olarak, bu topraklara sığınmış olmaları, Selçuklu ve Osmanlı Devletleri vasıtasıyla İslam'ın yaygınlaşması ile bugünkü Türkiye toprakları, üç büyük dine (Müslümanlık, Hristiyanlık ve Musevilik) ait birçok kültürün doğduğu bir dini merkez konumuna ulaşmıştır (Kozak vd., 2010).

1.2. Literatür

İnanç turizminin çeşitli özellikleri; dini çalışmalar, psikoloji, boş zaman, sosyoloji, turizm ve coğrafya gibi alanlarındaki araştırmacıların dikkatini çekmiştir (Huang & Pearce, 2019: 1). İnanç turizmi ile ilgili çeşitli araştırma temaları bulunmaktadır. Bunlar arasında; inanç turizmi destinasyonlarındaki ziyaretçi algıları, kutsal yerlerde çeşitli toplumlar arasında meydana gelen çatışmalar, inanç turizmi motivasyonu, inanç turistlerinin kutsal alanlardaki deneyimler ve memnuniyet konuları yer almaktadır (Andriotis, 2009; Kreiner vd., 2015; Terzidoua vd., 2018; Albayrak vd., 2018; Huang ve Pearce, 2019). İnanç turizminin ekonomik etkileri ve sosyo-kültürel etkileri araştırmacılar için bir başka tartışma konusu olmuştur (Vukonić, 2002; Fernandes vd., 2016; Albayrak vd., 2018). İnanç turizmi ile ilgili yürütülmekte olan bir diğer çalışma konusu da dini yapıların turizm vasıtası ile aşırı kullanımı sonucunda meydana gelen bozulmalardır (Talã ve Pãdurean).

Dünya tarihi boyunca pek çok din ortaya çıkmış ve yok olmuştur. Bu dinlerin bazıları arkalarında tapınaklar, mabetler, heykeller ve anıtlar gibi etkileyici eserler bırakmışlardır. Bu nedenle inanç turizminin sınırları ve kapsamı oldukça geniş ve belirsizdir. Ne inanç turizmi kaynaklarına ne de turistlerin onları kullanmasına kesin özellikler yüklemek neredeyse imkânsındır. Bu nedenle çeşitli çalışmalarda inanç turizmi çekiciliklerinin neler olduğunun belirlenmesi konusu ele alınmıştır (Vukonić, 1996; Henderson, 2002). Raj ve Morpeth (2007) dini temelli çekicilikleri dört grupta sınıflandırmıştır:

- Dini amaçlar için inşa edilmiş binalar
- Dini olmayan alanlarda düzenlenen, dini öneme sahip olan özel etkinlikler
- Trajedi ya da politik öneme sahip olaylarla ilişkili, dini olmayan, kutsallaştırılmış alanlar (Örneğin, Robben Adası'ndaki Nelson Mandela'nın hapisanesi) şeklinde sınıflandırılabilir (Raj & Morpeth, 2007).

Nolan ve Nolan (1989: 14-14) inanç turizmi çekiciliklerini Batı Avrupa'da Hristiyan hac merkezleri ile ilgili ankete dayalı yürüttükleri çalışmalarında; (1) Yakın konumun ötesinde dini motivasyonlu yolculukların destinasyonu olarak hizmet veren hac tapınakları; (2) Dini, tarihi ve mimari öneme sahip yapılar ve siteler şeklinde dini turistik yerler; (3) dini festivaller olarak belirtmişlerdir.

İnançla ilgili çekicilik kaynağı yaratan dini yapılar, turistlere ve günübirlikçilere pazarlanmak üzere büyük potansiyele sahip ticari bir ürün olarak görülmektedir. Bu nedenle çekiciliklerin iyi tanımlanması, turizm gelişmesinde bilgi eksikliği ve eksik kullanıma gibi sorunların aşılmasında önemlidir. Bununla birlikte turizm ürünlerinin ve deneyimlerinin planlanmasına ve tasarlanmasına yardımcı olabilir (Yu ve Xu, 2019: 41).

Son yıllarda hac yerleri dışında kalan dini yerlere olan ilgi giderek büyümektedir. Dini yerlerde turizmin artan popülaritesi yöneticiler için bir zorluk oluşturmaktadır. Çünkü dini yerler bir yandan ibadet ve törenlerin yapıldığı yerler olarak diğer yandan da eğlence, kültür, estetik vb. şeyler arayan kişilerin varış noktası haline gelmektedir. Bu nedenle, böyle yerlerin etkili bir şekilde yönetilebilmesi ve planlanabilmesi için öncelikle başlıca çekicilik yaratan unsurların tanımlanması, alanda ilişkin motivasyon, talep ve deneyimlerin belirlenmesi gerekmektedir (Huges vd., 2013: 211). Bundan hareketle bu çalışmada, Türkiye’de hâlihazırda inanç turizme konu olan çekiciliklerin tespit edilmesi ve mekânsal dağılışının ortaya konulması amaçlanmıştır. Çalışmada ayrıca Türkiye’de inanç turizme konu olan çekiciliklerin, türlerine ve mensup oldukları dine ilişkin CBS ortamında karşılaştırılabilir veriler üretilerek, Türkiye’deki inanç turizmi çekiciliklerinin bütüncül olarak değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Böylece Türkiye’de halihazırda ziyaret edilen inançla ilgili çekicilik kaynaklarının daha iyi anlaşılması ve illere göre potansiyel inanç turizmi olanaklarının ortaya konulması amaçlanmaktadır.

2. Veri ve Yöntem

Çalışmada tüm Türkiye’de inanç turizmine konu olan mekanlar üç semavi din kapsamında ele alınmıştır. Çalışmada öncelikle mevcut literatür gözden geçirilmiştir. Literatür taramasından elde edilen bilgilere göre Türkiye’de inanç turizmi çekiciliklerinin konum ve ad bilgilerine ilişkin veri kaynağı sağlayabilecek başlıca üç kaynak tespit edilmiştir. Bunlar; Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın İnanç Turizmi Projesi kapsamında 1993 yılında hazırlanmış olduğu, inanç turizmi çekicilikleri envanteri, Türkiye Kültür Portalı’ndaki veriler ve Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın web sitesinden “İllerimize ait tanıtım broşürleri”dür (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019 ve 2020a; Türkiye Kültür Portalı, 2020). Çalışmada ayrıca Bingöl (2007) ve Küçük (2015)’in eserlerinde tüm Türkiye’ için illere ve ilçelere göre belirtmiş olduğu çekicilikler de veri tabanının oluşturulmasında kullanılmıştır.

Coğrafi Bilgi Sistemi (CBS) mekânsal veya coğrafi verileri kaydetmek, saklamak, düzenlemek, analiz etmek ve çoğaltmak için kullanılmaktadır. Veri kaynaklarından elde edilen inanç turizmi çekicilikleri, isimlerine göre, eğer isim bilgisinden konumu çıkmamışsa, adres bilgilerine göre Google Earth Pro’da aratılmış ve “yer işareti ekle” seçeneği ile Google Earth Pro’da konumlandırılmıştır. Google Earth Pro’da konum ve isim bilgilerine göre üretilmiş olan nokta verileri ArcCatalog’ta shp (shapefile) uzantılı yeni bir katmana dönüştürülmüştür. Böylece kullanılabilir konumsal veriler üretilmiştir. Yalnızca inanç turizmi çekiciliklerinin konum bilgisi ve isim bilgisini içeren bu dosyaya daha sonra her bir çekicilik unsurunun türlerine ilişkin (cami, kilise vb. gibi) ve çekiciliklerin buldukları illere ve dinine ilişkin öznel bilgileri girilmiştir (Şekil 1).

| ID | Adı | Tipi | Dini | İl | Sembolü | Bakımlık | Yerleşim | Özellik |
|-----|------------------|------|-------|--------|---------|----------|----------|----------------------|
| 1 | 1. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 2 | 2. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 3 | 3. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 4 | 4. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 5 | 5. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 6 | 6. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 7 | 7. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 8 | 8. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 9 | 9. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 10 | 10. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 11 | 11. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 12 | 12. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 13 | 13. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 14 | 14. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 15 | 15. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 16 | 16. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 17 | 17. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 18 | 18. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 19 | 19. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 20 | 20. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 21 | 21. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 22 | 22. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 23 | 23. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 24 | 24. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 25 | 25. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 26 | 26. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 27 | 27. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 28 | 28. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 29 | 29. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 30 | 30. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 31 | 31. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 32 | 32. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 33 | 33. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 34 | 34. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 35 | 35. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 36 | 36. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 37 | 37. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 38 | 38. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 39 | 39. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 40 | 40. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 41 | 41. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 42 | 42. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 43 | 43. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 44 | 44. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 45 | 45. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 46 | 46. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 47 | 47. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 48 | 48. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 49 | 49. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 50 | 50. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 51 | 51. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 52 | 52. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 53 | 53. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 54 | 54. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 55 | 55. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 56 | 56. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 57 | 57. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 58 | 58. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 59 | 59. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 60 | 60. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 61 | 61. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 62 | 62. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 63 | 63. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 64 | 64. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 65 | 65. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 66 | 66. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 67 | 67. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 68 | 68. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 69 | 69. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 70 | 70. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 71 | 71. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 72 | 72. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 73 | 73. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 74 | 74. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 75 | 75. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 76 | 76. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 77 | 77. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 78 | 78. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 79 | 79. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 80 | 80. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 81 | 81. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 82 | 82. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 83 | 83. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 84 | 84. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 85 | 85. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 86 | 86. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 87 | 87. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 88 | 88. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 89 | 89. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 90 | 90. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 91 | 91. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 92 | 92. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 93 | 93. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 94 | 94. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 95 | 95. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 96 | 96. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 97 | 97. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 98 | 98. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 99 | 99. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 100 | 100. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 101 | 101. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 102 | 102. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 103 | 103. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 104 | 104. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 105 | 105. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 106 | 106. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |
| 107 | 107. Pazar Camii | 0 | İslam | Artvin | 0 | Portali | Deniz | Somut Kültür Varlığı |

Şekil 1: Veri Girişi Yapılan Öznitelik Bilgiler

Öznitelik bilgiler kullanılarak, her bir ilde kaç adet inançla ilgili çekicilik unsuru olduğu ve bu çekiciliklerin hangi dine dahil olduklarına ilişkin verilerden yeni bir veri dosyası oluşturulmuştur. Oluşturulan veri dosyalarında; çekiciliklerin konumları, türleri, hangi dine ait oldukları ve buldukları illere ilişkin öznitelik bilgileri sorgulanmıştır. Yapılan sorgulamalar sonrasında elde edilen bilgiler, oluşturulan haritalar ve tablolar halinde özetlenmiştir. Ayrıca Türkiye'deki inanç turizmi çekiciliklerine ilişkin tematik haritalar hazırlanmıştır. Görselleştirme ve sorgulamalar vasıtasıyla tüm Türkiye'deki inanç turizmi çekicilikleri bütüncül bakış açısı ile değerlendirilmiştir ve ArcGIS 10.1 yazılımı kullanılmıştır.

2.1. Varsayımlar ve Sınırlılıklar

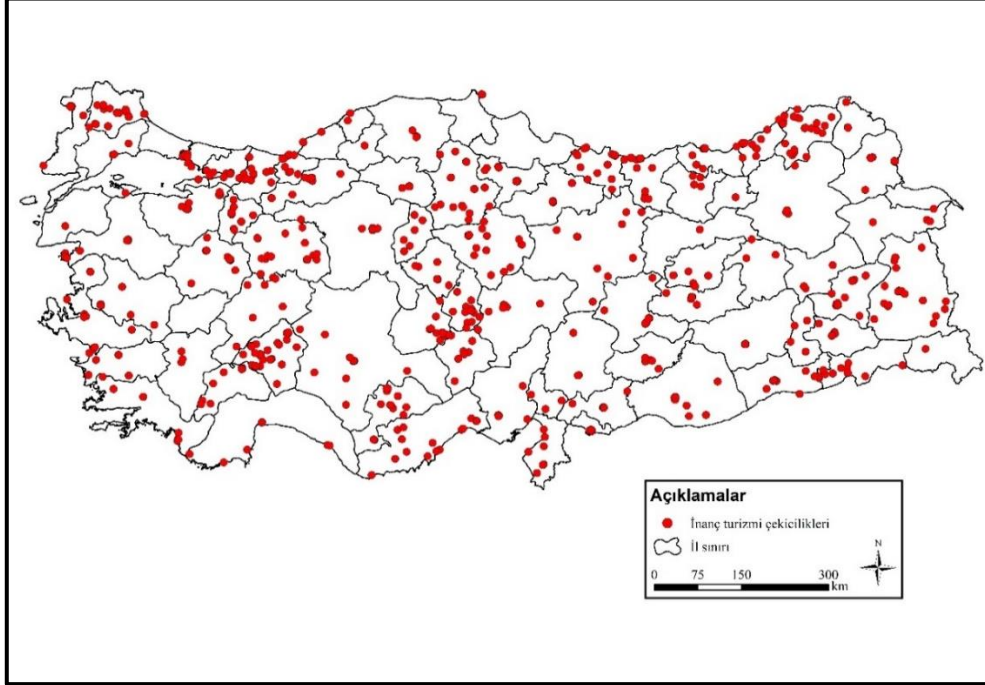
Çalışmanın temel varsayımı veri kaynaklarından elde edilen çekiciliklerin, Türkiye'deki inanç turizmi çekiciliklerini oluşturduğudur. Çalışmada başlıca beş adet sınırlılık bulunmaktadır. Birincisi Türkiye'deki inanç turizmi çekiciliklerine ilişkin istatistiklerin ve verilen bulunmamasıdır. İkinci sınırlılık çalışmanın yalnızca üç semavi din bakımından yürütülmesi olmuştur. Ancak bütünlüğün bozulmaması için 1993 yılında hazırlanmış olan inanç turizmi envanterinde yer alan bazı tapınak, sunak vb. gibi pagan inançlara ait çekicilikler değerlendirilmiştir. Çalışmadaki üçüncü sınırlılık da külliye vb. gibi bazı kompleks yapıların tek bir çekicilik kaynağı olarak gösterilmesi olmuştur. Bu durum İstanbul gibi bazı illerdeki çekicilik miktarının daha az görünmesine yol açmıştır. Çalışmadaki dördüncü sınırlılık, bazı yapıların Hristiyanlık dinine aitken sonradan cami vb. gibi dönüşümü ile İslam dini yapısı olarak görünmesi ya da müze olarak görünmesi olmuştur. Bu durum, illerdeki gerçek çekicilik sayılarının, türlerinin ve dinlerinin net olarak tespit edilememesine yol açmıştır. Çalışmadaki bir diğer sınırlılık, inanç turizmine konu olan öğelerin, sadece somut çekicilik unsurlar üzerinden değerlendirilmedi. Veri kaynaklarında; festivaller, dini etkinlik ve kutlamalara ilişkin yeterli bilgi bulunamadığından değerlendirmeye alınmamıştır.

3. Bulgular

3.1. Türkiye'de İnanç Turizmine Konu Olan Çekiciliklerin Dağılışı

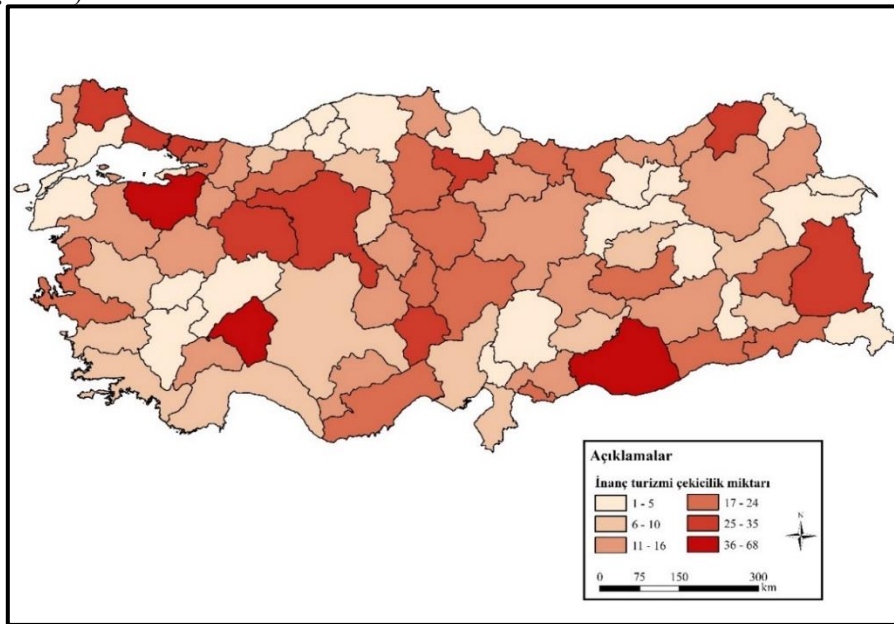
Bu kısımda Türkiye'deki inanç turizmi çekicilikleri üç semavi din olan Müslümanlık, Hristiyanlık ve Musevilik bakımından değerlendirilmiştir. 12.000 yıllık bir medeniyet tarihine ev sahipliği yapan Anadolu topraklarında, üç büyük semavi dine ait önemli inanç turizmi çekicilikleri yer almaktadır. Ancak, özellikle uzak kırsal ilçe ve kasaba vb. alanlarda bulunan cami, türbe, kilise

vb. gibi çekicilikler genellikle turistik yerler olarak nispeten düşük değere sahiptir. Ancak önemli ulaşım hatlarında yer alan ve kentlerde yer alan dini çekicilikler, şehir turizminin de temelini oluşturmaktadır. Türkiye’de inanç turizmine konu olan 1.259 adet inanç turizmi çekicilik kaynağının illere göre dağılışı Şekil 2’de verilmiştir.



Şekil 2: Türkiye’de İnanç Turizmine Konu Olan Mekânların Dağılışı

Veri kaynaklarından oluşturulan veri tablosuna göre Türkiye’de inanç turizme konu olan çekiciliklerin sırasıyla; Bursa (71), Isparta (67), Şanlıurfa (56), İstanbul (47), Amasya (40), Van (33), Kırklareli (29) Artvin (28) ve Ankara (28) illerinde en fazladır. Samsun, Iğdır, Uşak, Bayburt, Çanakkale, Erzincan ve Hakkari ve Osmaniye tespit edilen inanç turizmi çekicilikleri en düşük iller olmuştur (Şekil 3).



Şekil 3: İllere Göre İnanç Turizmine Konu Olan Mekânların Dağılışı

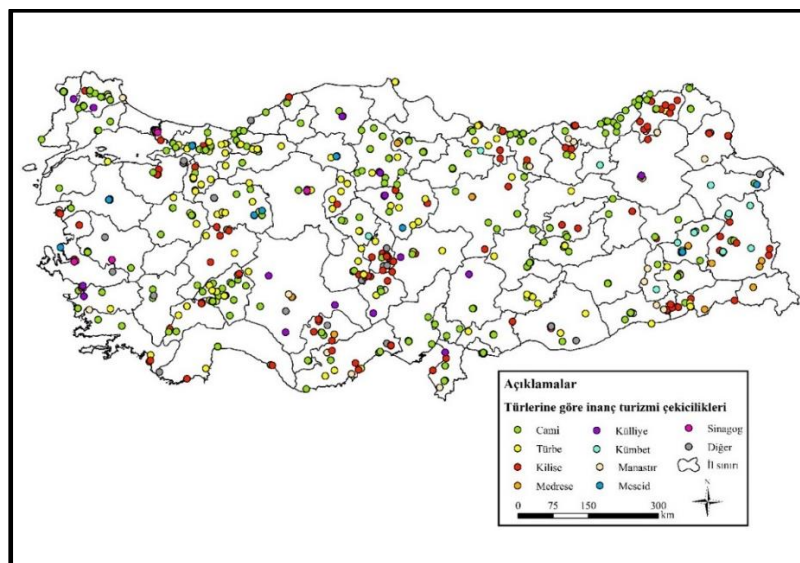
3.2. Türkiye’de İnanç Turizmi Çekiciliklerinin Türleri

Türkiye’de inanç turizme konu olduğu düşünülen mekânların sayısı 1.259’dur (Tablo 1). Türkiye’de inanç turizmine konu olan çekicilikler arasında en fazla dini amaçlarla inşa edilmiş binalar bulunmaktadır. İnanç turizmine konu olan çekiciliklerin başında cami (550), türbe (238), kilise (173) ve medreseler (67) yer almaktadır. Doğaüstü olayların gerçekleştiği kabul edilen; dağ, deniz, mağara vb. gibi alanlar oldukça azdır. Bunlar içerisinde Ağrı Dağı, Balıklıgöl, Eshab-ı Kehf Mağarası başlıcalarıdır. Elde edilen bulgulara göre, Türkiye’deki inanç turizmi çekicilikleri ağırlıklı olarak; dini, tarihi ve mimari öneme sahip yapılar ve siteler şeklindedir.

Tablo 1: Türkiye’de Türlerine Göre İnanç Turizmi Çekicilikleri

| Türü | Sayı | % |
|-----------|-------|------|
| Cami | 588 | 46.7 |
| Türbe | 238 | 18.9 |
| Kilise | 173 | 13.7 |
| Medrese | 67 | 5.3 |
| Külliyeye | 40 | 3.2 |
| Kümbet | 35 | 2.8 |
| Manastır | 29 | 2.3 |
| Mescid | 28 | 2.2 |
| Sinagog | 20 | 1.6 |
| Diğer | 41 | 3.3 |
| Toplam | 1.259 | 100 |

Türkiye’de inanç turizmine konu olan en yaygın beş çekicilik sırasıyla; camiler, türbeler, kiliseler, medreseler ve külliyelelerdir. Camiler, Türkiye’deki inanç turizmi çekiciliklerinin %46.7’sini oluşturmaktadır. İnanç turizmine konu olduğu düşünülen camiler ağırlıklı olarak Isparta (43 adet), Şanlıurfa (34 adet), İstanbul (28 adet), Amasya (22 adet), Kırklareli (20 adet), Çorum (17 adet) ve Ankara (16 adet) illerinde yer almaktadır. Türbeler, İslam dini bakımından inanç turizmi için ikinci önemli çekicilik kaynaklarıdır. Türbeler ise en çok Bursa (27 adet), Isparta (14 adet) ve Amasya (11) illerinde tespit edilmiştir. Kiliseler en fazla Aksaray (16 adet), Nevşehir (14 adet) Artvin (12 adet) ve Mardin (8 adet) illerinde yer almaktadır. Medrese, külliye, kümbet ve mescitler İslam dini bakımından ziyaret edilen diğer çekiciliklerdir (Şekil 4).



Şekil 4: Türlerine Göre İnanç Turizmine Konu Olan Mekanlar

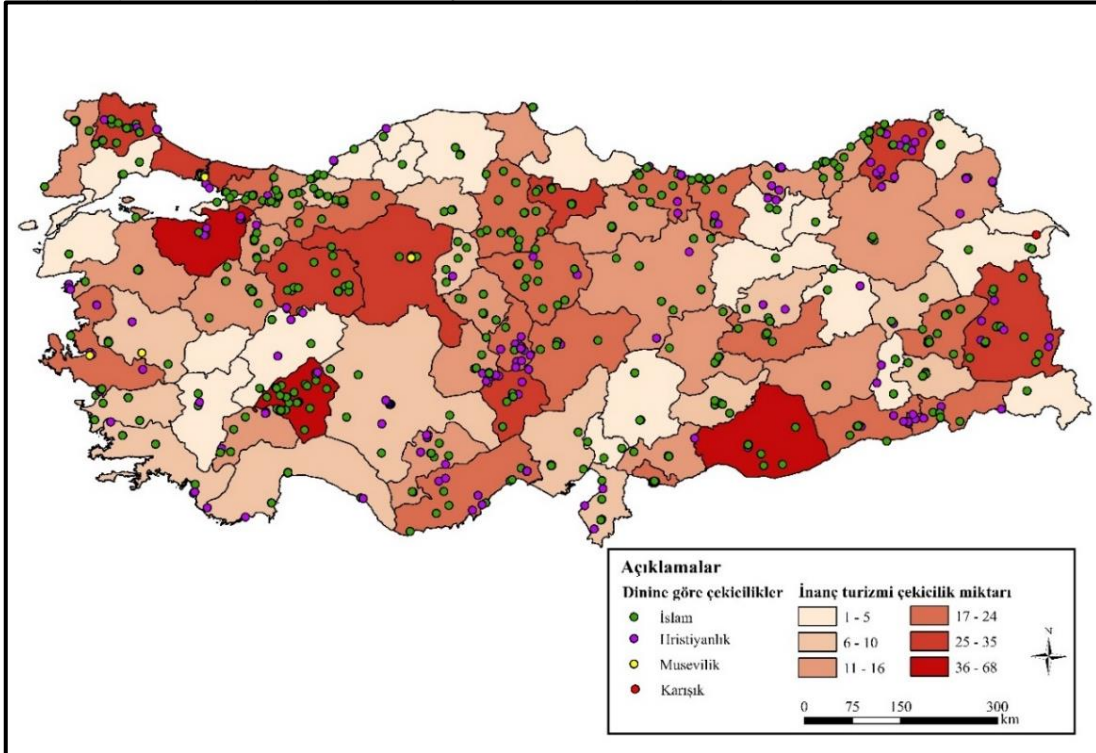
3.3. Dinlere Göre İnanç Turizmi Çekicilikleri

Türkiye’de inanç turizmine konu olan çekicilikler ağırlıklı olarak İslam dinine tabidir. Bunda özellikle iç talep dolayısıyla illerdeki başta tarihi camilerin vb. ziyaret edilmesi ile bu çekiciliklerin daha çok ön planda olması etkili olmaktadır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre Türkiye’de inanç turizmi çekiciliklerinin %80.1’i İslam dini ile ilgili çekiciliklerden oluşmaktadır. Türkiye’de Hristiyanlık inancı bakımından çekicilik yarattığı kabul edilen yerler ise, toplam çekicilikler içerisinde %18.1’lik paya sahiptir. Hristiyanlık dönemine ait bazı eserlerin cami ya da müze vb. yapılara dönüştürülmüş olmaları, Hristiyanlıkla ilgili çekiciliklerin oranının düşmesi üzerinde etkili olmuştur. Musevilik inancı bakımından çekicilik kaynaklarının oranı %1.7’dir (Tablo 2).

Tablo 2: Dinlere Göre Türkiye’deki İnanç Turizmi Çekicilikleri

| Dini | n | % |
|--------------|-------|------|
| İslam | 1.009 | 80.1 |
| Hristiyanlık | 227 | 18.1 |
| Musevilik | 21 | 1.7 |
| Karışık | 2 | 0.2 |
| Toplam | 1.259 | 100 |

Oluşturulan veri tablosuna göre Türkiye’de inanç turizmine konu olan çekicilikler en çok sırasıyla; Bursa, Isparta, Şanlıurfa, İstanbul, Amasya, Van, Kırklareli, Artvin ve Ankara illerindedir. Ancak bu çekiciliklerin dinlere göre dağılışı mekânsal farklılıklar göstermektedir. İslamiyetle ilgili çekicilikler en fazla Bursa (62 adet), Isparta (62 adet), Şanlıurfa (52 adet), Amasya (40 adet), İstanbul (31 adet), Kırklareli (30 adet), Bitlis (27 adet) ve Van (27 adet) illerinde yer almaktadır. Hristiyanlık dinine ilişkin çekicilikler en fazla Nevşehir (20 adet), Aksaray (17 adet), Artvin (15 adet), Mardin (14 adet) İzmir (12 adet) illerindedir. Musevilikle ilgili çekicilikler ise en fazla İstanbul (10 adet), İzmir (4 adet) ve Bursa (3 adet) illerinde yer almaktadır (Şekil 5).



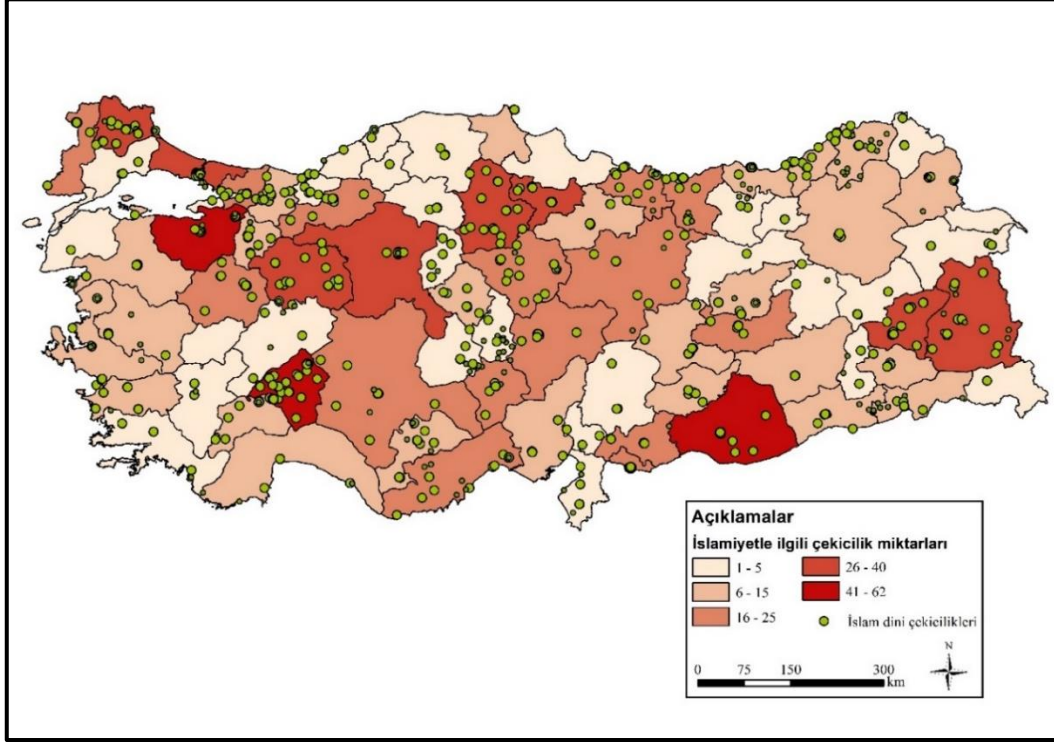
Şekil 5: İnanç Turizmine Konu Olan Mekânların Dinlere ve İllere Göre Dağılışı

İslamiyet'e ait çekicilikler

İslam inancı Türk yaşamının tüm yönlerini etkilemiştir. Başta Selçuklu ve Osmanlı Devletleri vasıtası ile İslam inancı Anadolu'ya binlerce cami kazandırmıştır (Türker, 2016: 163). Türkiye'de Mevlana Türbesi ve Müzesi, Eyüp Sultan ve Urfa Halil-ür Rahman Gölü Müslümanlar için en önemli dini cazibe merkezleridir (Türker, 2016: 163). Müslüman âlemi için kutsal sayılan yerlerin başında; Ağrı Dağı, Hazreti İbrahim'in yaşadığı Urfa ili, kutsal emanetlerin bulunduğu Topkapı Müzesi, Hazreti Muhammed'in sancaktarlığını yapmış olan Halid Bin Zeyd'in türbesinin bulunduğu İstanbul-Eyüp semti yer almaktadır (Okuyucu ve Somuncu, 2013: 633). Türkiye'de İslam dinine ilişkin çekicilikler en fazla Bursa (62 adet), Isparta (62 adet), Şanlıurfa (53 adet), Amasya (40 adet), İstanbul (31 adet), Van (27 adet), Bitlis (27 adet), Ankara (26 adet), Kırklareli (25 adet) ve Çorum (24 adet)'da yer almaktadır (Şekil 6).

Bursa İslam dini ile ilgili çekiciliklerin en fazla olduğu ildir. İlde İslamiyet ile ilgili çekicilik miktarı en fazla olan tür camilerdir. İlde 23 adet cami, 6 külliye, 6 medrese, 27 türbe vardır. Bursa 1326'da Orhan Gazi'nin şehri almasından sonra teşkilatlanmaya başlamıştır. Osmanlılar döneminde Bursa'da çok sayıda cami, türbe, imaret vb. yapılar inşa edilmiştir. Ulu Cami, Emir Sultan Cami, Yeşil Cami, Muradiye Camisi bunların başlıcalarıdır. Bursa Türklerin fethinden günümüze kadar önemli bir din ve bilim merkezi olmuştur. Osmanlı camisi ilk mimari örnekleri İznik ve Bursa'da görülmektedir. (Tatar Timur, 2019: 14, 18). Isparta ilinde cami (43 adet) ve türbeler (14 adet) İslam dini bakımından en çok çekicilik yaratan yapılar olmuştur. Ayrıca merhum 9. Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel adına Atabey, İslamköy'de yaptırılan külliye ve anıt mezar Isparta turizmi açısından önemli bir çekim merkezi yaratmıştır (Ongun vd., 2015: 126). Şanlıurfa İslam dini çekiciliklerinin en fazla olduğu üçüncü il olmuştur. İldeki en fazla çekicilik türü cami (34 adet) ve türbelerdir (10 adet). İslamiyet'in Mezopotamya'da yayılmaya başlaması ile Şanlıurfa'da hızlı bir yayılma meydana gelmiştir. Bu nedenle ilde İslam dinine ait çok sayıda çekicilik yer almaktadır (Göktaş, 2016: 46-51). Şanlıurfa ayrıca Hristiyanlık ve Musevilik dinleri için de çekici bir yerdir. Bunda her üç dinin peygamberlerinin atası sayılan Hz. İbrahim'in Urfa'da doğup yaşadığına, Nemrut ve halkının taptığı putlarla mücadele ettiği için burada ateşe atıldığına inanılması etkilidir. Hz. İbrahim'in ateşe atıldığında düştüğü yerde oluştuğuna inanılan Halil ür Rahman Gölü (Balıklıgöl) her üç dinin mensuplarınca ziyaret edilmektedir. İldeki diğer önemli inanç turizmi çekicilikleri adını Şuayb Peygamber'den alan Şuayb Şehri Harabeleri'dir. Rızvaniye cami, Fırfırlı cami, Selahattin Eyyubi Dergah cami, Hz. Eyyub ve Hz. Elyasa Peygamber'in makamları yer almaktadır (Göktaş, 2016: 46-51). Amasya sahip olduğu zengin tarihi ve kültürel çekiciliklerle UNESCO Dünya Mirası Geçici listesinde yer almaktadır. Sahip olduğu çok sayıda cami, türbe vb. yapılar nedeniyle Amasya ili inanç turizmi potansiyeli açısından çeşitli çalışmalarda incelenmektedir. Oluşturulan veri tablosuna göre ilde; İslam dini bakımından ilde camiler (22 adet), türbeler (11 adet) ve medreseler (5 adet) ön plandadır. Gökmedrese cami, Burmalı minare cami, Sultan II. Bayezit külliyesi bu çekiciliklerin başlıcalarıdır. İstanbul, İslam dini çekicilikleri bakımından önemli olan bir diğer ildir. Özellikle Osmanlı padişahlarının büyük önem verdiği İstanbul şehrinde çok sayıda cami bulunduğundan "camiler şehri" ya da "minareler beldesi" olarak anılmaktadır. Bunun yanı sıra İstanbul'da inanç turizmi kaynaklarının en önemlisi şüphesiz Peygamber Efendimizin kutsal emanetlerinin sergilendiği Topkapı Sarayı ve Hırka-ı Saadet Dairesi'dir. İstanbul'daki tarihi camilerden en öne çıkanları Eyüp Sultan (İstanbul'un manevi kurucusu) ve Sultanahmet camileridir. İstanbul'da inanç turizmi için çekicilik yaratan çok sayıda cami ve tekke yer almaktadır (Tuzcu, 2019: 52-54). Bununla birlikte ildeki türbeler inanç turizmi için önemli çekicilik kaynaklarına sahiptir. Eyüp Sultan Türbesi (1458) ile başlayan türbe mimarisi geleneği imparatorluğun son dönemlerine kadar devam etmiştir. Şehrin çeşitli yerlerinde padişahlar, devlet adamları, makam sahipleri ve alimlere ait çok sayıda türbe bulunmaktadır. Bu türbeler gerek kent halkı gerek ziyaretçiler tarafından büyük ilgi görmektedir. İstanbul'da inanç turizmine konu olan türbeler arasında Aziz Mahmut Hüdayi, Hz. Yuşa, Telli Baba, Yahya Efendi, Eyüp Sultan, Karaca Ahmet

Sultan dergâhı ve türbesi en fazla ziyaret edilenlerin başında yer alır (Tuzcu, 2019: 57). Oluşturulan veri tablosuna göre İslami çekicilikler bakımından diğer önemli bir il de Kırklareli olmuştur (30 adet). Rumcada Yurttaşlar Topluluğu anlamına gelen “Saranta Ecclesia” yani “Kırk Kilise” olan ve 1924’te adı Kırklareli olarak değiştirilen bu ilde, İslamiyet’le ilgili başlıca çekicilikleri camiler oluşturmaktadır (İnce, 2017: 66). Cedit Ali Paşa Cami, Gazi Süleyman Paşa Cami, Sokullu Mehmet Paşa Külliyesi, Hızırbey Külliyesi ildeki başlıca İslami çekiciliklerdir. Bitlis (27 adet) ve Van (27 adet) İslamiyet’le ilgili inanç turizmi çekicilikleri yüksek olan illerdendir. Van’da kümbet (9) ve medreseler (8 adet), Bitlis’te cami (15 adet) ve kümbetler (9 adet) başlıca İslami çekicilikleri oluşturmaktadır. Bu iki il özellikle kümbetler önemli çekicilik kaynaklarıdır.



Şekil 6: İslamiyet İle İlgili Çekicilik Miktarları Ve İllere Göre Dağılışı

Türkiye’de inanç turizminde en önde gelen illerden biri de şüphesiz Konya’dır. Bölgede Türk devletlerinin varlığı ve Türklerin İslamiyet’i kabul etmiş olmaları ilde İslamiyet dönemine ait çok sayıda eserin olmasına yol açmıştır. Ayrıca XIII. yüzyılda eserleri ile dünya tarihinin en büyük sevgi mirasını bırakan büyük Türk mutasavvıfı, Mevlânâ Celâleddîn-I Rûmî’nin burada yaşamı olması ve türbesinin burada yer alması inanç turizmi bağlamındaki en büyük çekicilik kaynağıdır. Hz. Mevlânâ’nın türbesi yurt içinden ve yurt dışından çok sayıda kişi tarafından ziyaret edilmektedir. Nitekim 2019 yılında Konya Mevlana Müzesi 3.5 milyon ziyaretçi ile İstanbul Ayasofya Müzesi’nden sonra en çok ziyaret edilen ikinci müze olmuştur (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020c). Türkiye’de inanç turizmi ile ilgili gerçekleştirilen en büyük etkinliklerden biri Şeb-i Arus (Vuslat Törenleri)’dur. Hz. Mevlana ölümünü “Hakk’a vuslat”, “Düğün günü” saymıştır. Bu nedenle her yıl 7-17 Aralık tarihlerinde Konya şehrinde Mevlana’nın Vuslat Yıldönümü (Şeb-i Arus) uluslararası anma törenleri yapılmaktadır. Bu etkinliğe her yıl yaklaşık 50-60 bin kişi katılım sağlamaktadır (Göktaş, 2016: 79). Türkiye’de inanç turizmi bağlamında yapılan en kapsamlı etkinliklerdendir.

Hristiyanlığa ait çekicilikler

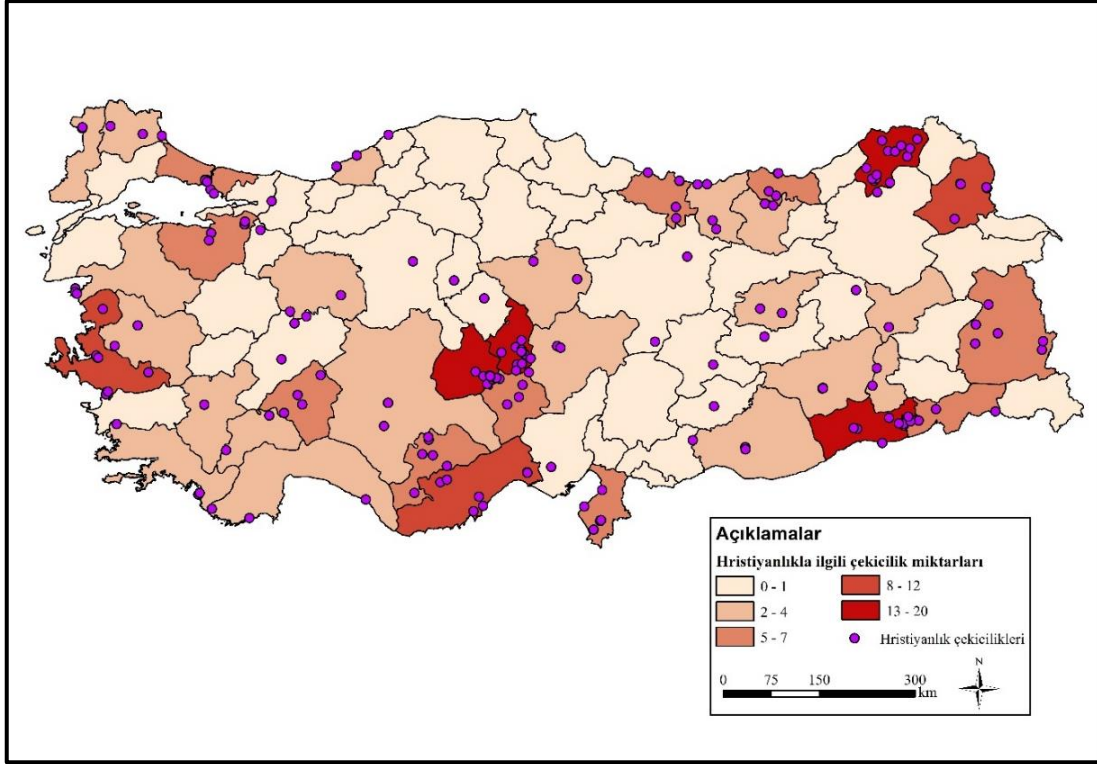
Hristiyanlık, Güneybatı Asya’da doğmuş bir dindir ve nüfus olarak en çok mensubu olan aynı zamanda coğrafi olarak Avrupa, Amerikalılar ve Okyanusya başta olmak üzere çok geniş bir alanda yayılmış göstermektedir. Dünya genelinde her üç kişiden biri Hristiyan’dır (Berktaş ve Atasoy,

2007: 27). Hristiyanlık Anadolu'da erken dönemlerden itibaren havariler; Pavlos, Lukas ve İohannes'in ziyaretleri ile birlikte yayılmaya başlamıştır. Özellikle Havarî St Paul'un Suriye, Türkiye ve Yunanistan gezileri bu yayılda etkili olmuştur. İlk aşamada bu yayılma Roma İmparatorluğu tarafından engellenmeye çalışılmıştır. Hristiyanlık 4. yüzyılda İmparator Konstantin tarafından devletin resmi dini ilan edilmiştir. Bu evreden sonra Hristiyanlık Anadolu'da hızla yayılma hızlanmıştır (Tümertekin ve Özgüç, 2010: 196) Anadolu'da çok sayıda kent olması bölgelerin Hristiyanlaşmasını çabuklaştırmıştır. Bu nedenle günümüzde Anadolu'da Hristiyanlık için çok sayıda önemli kent ve yapı bulunmaktadır (Ceylan, 2004: 2). Hristiyanlığın gelişim sürecinde Anadolu, Kudüs'ten sonra ikinci merkez olarak görülmektedir (Aktaş ve Ekin, 2007). Anadolu, Aziz Paul'un doğduğu, "Noel Baba"nın (Aziz Nicholas) yaşadığı, Aziz John'un daha sonraki yaşamında yaşadığı ve Hz. İsa'nın annesinin gömüldüğü topraktır (Türker, 2016: 156). Türkiye sınırları içinde Hristiyanlık için çok sayıda çekicilik bulunmaktadır. Bunların başında Vatikan tarafından hac merkezi olarak ilan edilen Meryem Ana Evi (Efes), Saint Pierre Kilisesi (Hatay), Aziz Pavlus Evi (Tarsus) gelmektedir (Başer ve Başçı, 2012: 424). Aziz Pavlus, İsa'nın çarmıha gerilerek ölümünden sonra, tekrar dirilen Rab İsa Mesih'in mesajını vazetmek üzere seçilerek görevlendirilen kişi olarak nitelendirilmektedir. Anadolu, Yunanistan, Trakya, Ege Adaları ve diğer bölgelerde yoğun misyon faaliyetinde bulunmuştur. Tarsus'ta doğmuş olan Aziz Pavlus, doğumdan itibaren seçilmiş İsa Mesih elçisi olduğu kabul edilmektedir (Başçı, 2011: 53, 58). Aziz Pavlus; gece gündüz demeden, açlık, susuzluk ve Roma'nın tepkilerine rağmen İsa'nın öğretilerini yaydığı için Hristiyanlığa en çok hizmet eden kişilerden biri kabul edilmektedir (Başçı, 2011: 73). Hristiyanlığın Aziz Pavlus'un inanç ve düşünceleri çerçevesinde gelişip şekillendiği görüşü hakim olduğundan Aziz Pavlus Hristiyanlığın en önemli şahsiyetlerinden birisidir (Başer ve Başçı, 2012: Aziz Pavlus'un öğretileri Hristiyan geleneğinin temelini oluşturmakta, Hristiyanlık onun inanç ve düşünceleri çerçevesinde gelişip şekillenmektedir. Tarsuslu olan Aziz Pavlus'un Tarsus'ta yaşadığı sanılan ev ve evin bahçesindeki kuyu Hristiyanlar için önemli bir merkezdir. Burası, yılın her dönemi dünyanın dört bir yanından ziyaretçi çekmektedir (Şaman, 2009: 53). Görüldüğü üzere Hristiyanlığa ait düşünceler dahi Anadolu topraklarından yayılmıştır. Türkiye'de Hristiyanlıkla ilgili diğer önemli çekicilikler arasında İznik Ayasofya Camisi (Bursa) ve Pisidia Antik Kenti (Isparta) gelmektedir.

Hristiyanlık çeşitli mezheplere ayrılmakla birlikte en belirgin olarak Katolik ve Ortadoks dünyası olarak birbirinden ayrılmaktadır. Onbirinci yüzyılda Bizans İmparatorluğu, dolayısıyla bugünkü İstanbul Ortadoksluğun merkezi olmuştur (Berktay ve Atasoy, 2007: 27). Ortadoks Hristiyanlık Rusya, Ukrayna ve diğer pek çok Doğu Avrupa ülkesine buradan yayılmıştır. Hristiyanlığın Ortodoks mezhebinin merkezi sayılan İstanbul özellikle Ortodoks Hristiyanlar için önemli inanç turizmi çekiciliklerine sahiptir. İstanbul'da çoğu Ortadokslara ait olmakla birlikte, Bulgar ve Ermenilere ait manastır, kilise ve anıtlar bulunmaktadır. Az sayıda da olsa Katolik mezhebine ait çekicilikler de bulunmaktadır. Ancak İstanbul'daki başta kiliseler olmak üzere çok sayıda Hristiyanlık yapısı cami, müze vb. yapılara dönüştürüldüğünden sayısal olarak ildeki çekicilik kaynakları olduğundan daha az görülmektedir.

Çalışmada oluşturulan veri tablosundan elde edilen sorgulamalara göre, Hristiyanlık ile ilgili çekicilik miktarları en fazla olan iller Nevşehir (20), Aksaray (18), Artvin (15), Mardin (14), İzmir (12), Kars (9), Mersin (9), Şırnak (7), Hatay (7), İstanbul (6) illeridir (Şekil 7). Aksaray ilinde Hristiyanlık için çekicilik yarattığı kabul edilen 16 adet kilise veri tabanına girilmiştir. Aksaray ilinde Aziz Anargiros Kilisesi, Aziz Gregorius Kilisesi, Sivişli Kilise, Ala Kilise, Bahattin Samanlığı Kilisesi, Direkli Kilise, Kara Gedik Kilisesi, Selime Katedrali, Yüksek Kilise-Kızlar Manastırı başlıca çekiciliklerdir (Adak, 2018). Nevşehir ilinde; Tokalı Kilise, Rahipler ve Rahibeler Manastırı, St. Basil Şapeli, Elmalı Kilise, Çavuşin Kilisesi, Yılanlı Kilise, Karanlık Kilise başta olmak üzere 14 adet kilise veri tabanına girilmiştir. Artvin Hristiyanlık için çekicilik kaynağının en fazla olduğu üçüncü il olmuştur. Artvin'deki başlıca çekicilikler Hamamlı Kilise, Barhal Kilisesi, İştan Kilisesi, Cevizli Kilise ve Köprülü Kilise'dir. Toplam 12 adet kilise için veri girişi yapılmıştır. Mardin ilinde

ise 9 kilise 5 manastır için veri girişi yapılmıştır. Deyr Ul Zaferan Manastırı, Mar İzozil Manastırı, Deyr Ul Umur Manastırı, Meryem Ana Kilisesi ve Maryakup Manastırı bunların başlıcalarıdır (Kültür ve Turizm Bakanlığı 2020b). Deyrul-Zafaran manastırı çok kez Süryani Ortodoks patrikliğine ev sahipliği yaptığı için bölgenin en önemli manastırdan birisidir. Mor Gabriyel Manastırı (Deyrul-Umur) Hristiyan dünyasının günümüze de kullanılan en eski manastırlardandır (Tiğiz, 2019: 29, 33).



Şekil 7: Hristiyanlık İle İlgili Çekicilik Miktarları ve İllere Göre Dağılışı

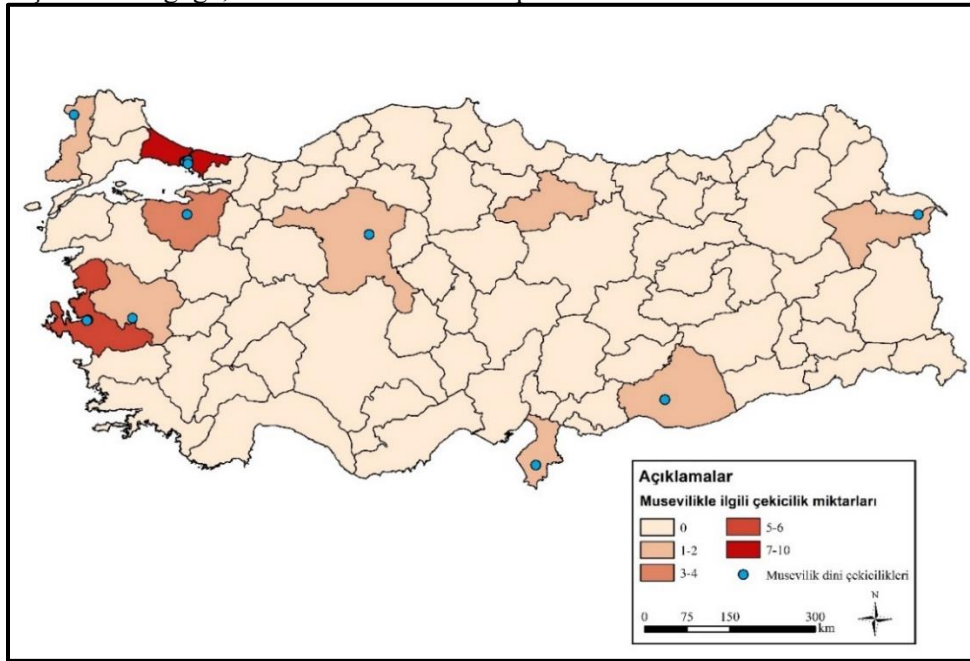
Museviliğe ait çekicilikler

Tarihte ortaya çıkmış tek tanrılı monoteist dinlerin ilki olan Museviliğin geçmişi Güneybatı Asya'ya dayanır. 4000 yıllık geçmişi vardır ve Sami (Semitik) kabilelere kadar gitmektedir. M.Ö 2000 yıllarında Mezopotamya'nın Ur şehrinde yaşayan Hz. İbrahim'in öğretilerini benimsemiştir. Yahudiler Hz. İbrahim'den geldiklerini benimsemiştir ve Tevrat'a göre Yahudilerin tarihi Hz. İbrahim ile başlar. MS. 70'te Romalılar Kudüs'ü aldıktan sonra dinsel ve siyasal baskıdan dolayı göçler-diaspora olmuştur. Roma İmparatorluğu Hristiyanlığı benimsedikten sonra Yahudilere yapılan baskılar Avrupa'da devam etmiştir (Tümertekin ve Özgüç, 2010: 194). Kuzey Afrikalı Müslümanların İspanyayı kontrol altına alması ile birçok Yahudi buraya göç etmişti. Ancak Ferdind ve İsabella 1492'de Yahudileri sınır dışı etmiştir. Karşılaştıkları güçlükler nedeniyle Böylece Musevilik içe dönük etnik bir din haline geldi. İspanya'da sınır dışı edilen Yahudilerin çoğu Osmanlı İmparatorluğu tarafından kabul edildiler (Tümertekin ve Özgüç, 2010: 194). Türkiye'de yaşayan Yahudilerin büyük bir çoğunluğu 1492'de İspanya zulmünden sonra Osmanlı Devleti'ne sığınan Yahudiler'den oluşmakla birlikte Anadolu'da Yahudilerin varlığı milattan önceki yıllara uzanmaktadır (Tuzcu, 2019: 62; Adak, 2018: 29). Tevrat'a göre Hz. İbrâhim'in doğduğu yer Kuzey Suriye'de Harran'a çok yakın olan Ura'dır (Uzun, 2000: 272). Hz. İbrahim bir müddet Harran'da yaşamıştır. Tevrat'ta da bugün Türkiye sınırları içinde bulunan birçok yerin ismi geçmektedir (Serçek, 2011). Özellikle Dicle ve Fırat nehirleri bulunduğu bölge Yahudiler açısından kutsaldır. Çünkü Tanrı, Mısır'daki Nil nehrinden Fırat'a kadar olan bu bölgeyi Yahudilere vaat etmiştir. Yahudilik için kutsal sayılan bir diğer yer de Tevrat'ta geçmesi nedeniyle Nuh peygamberin üç oğlu

ve gelini ile birlikte gemisinin karaya oturduğu iddia edilen Ağrı Dağı'dır. Ağrı Dağı ayrıca Kitab-ı Mukaddes'te (Tevrad ve İncil) eski İranlılar yani Persler devrinin inancı olan Ahura Mazda dini açısından kutsal sayılmaktadır. Bu inanışın kurucusu Zerdüş'tür (Kaya, 2016: 223). Bu değerlere ek olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı İnanç Turizmi Projesi kapsamında İstanbul'da sekiz, Bursa'da üç, İzmir, Manisa, Ankara, Gaziantep, Edirne'de birer adet olmak üzere toplam onaltı sinagog belirlemiştir (Okuyucu ve Somuncu, 2013: 635).

Nüfusları nispeten küçük olmasına rağmen, Yahudi cemaati Anadolu tarihinde, özellikle ticari hayatta önemli bir rol oynamıştır. Kudüs'ün yıkılmasının ardından Yahudi halkı Küçük Asya'ya dağıldı. Avrupa'daki Engizisyon sırasında, zulüm gören Yahudiler Osmanlı İmparatorluğu tarafından mülteci olarak kabul edilmiştir. 1900'e gelindiğinde toplam Yahudi nüfusu yaklaşık 300.000 idi. Bugün 22.000'i İstanbul'da olmak üzere Türkiye'de 26.000 Yahudi yaşamaktadır. Türkiye'de, özellikle İstanbul'un Galata ve Balat Yahudi mahallelerinde ve İzmir'de, bölgedeki Yahudi cemaatinin önemini gösteren birçok sinagog bulunmaktadır (Türker, 2016: 165).

Oluşturulan veri tabanına göre çalışmada Musevilik ile ilgili çekicilikler en fazla İstanbul (10), İzmir (4), Bursa (3) illerinde yer almaktadır (Şekil 8). Türkiye'de Musevilik ile ilgili kutsal sayılan alanların başında İstanbul'da Neva Şalom, İtalyan, Aşkenazi, Zulfaris, Ahrida, Ets Ahayim, Hemdat İsrail ve Yanbol Sinagogları, Manisa'da Sardes Sinagogu, İzmir'de Senora ve Bet İsrail Sinagogları, Edirne Büyük Sinagogu ve Ankara'da Samanpazarı Sinagogu'dur (Tuzcu, 2019, : 62; Adak, 2018: 29). Neva Şalom Sinagogu, İstanbul'daki Yahudi toplumunun merkezi olarak kabul edilmektedir.



Şekil 8: Musevilik İle İlgili Çekicilik Miktarları ve İllere Göre Dağılışı

4. Sonuç ve Değerlendirme

İnançla ilgili çekiciliklerin iyi bir şekilde tanımlanması, çeşitli özelliklerinin ön plana çıkarılması, turistik ürün geliştirme ve pazarlama bakımından faydalıdır. Bundan hareketle bu çalışmada Türkiye'de inanç turizmine konu olan çekiciliklerin belirlenmesi, sayılarının ve türlerinin tespit edilmesi ve mekânsal dağılımlarının ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu bağlamda üç semavi din olan İslamiyet, Hristiyanlık ve Musevilik için Türkiye'de en önemli olduğu kabul edilen dini mekânlar üzerinde durulmuştur. Araştırmada temel veri kaynaklarından elde edilen konum ve isim bilgilerinden yola çıkılarak konumsal bir veri dosyası hazırlanmıştır. Oluşturulan veri dosyasına Türkiye'de inanç turizmi çekiciliklerinin; konum, ad, hangi dine ait oldukları, buldukları iller,

türleri (cami kilise vb.) vb. gibi öznitelik bilgiler eklenmiştir. Böylece Türkiye’deki inanç turizmi çekicilikleri, miktarlarına, mensup oldukları dinlere, türlerine göre çeşitli kriterlere göre sorgulanmıştır. Yapılan sorgulamalar sonrasında elde edilen bilgiler harita ve tablolar halinde özetlenmiştir. Böylece Türkiye’de inanç turizmi çekiciliklerine bütüncül açıdan bakmak mümkün olmuştur ve oluşturulan veri tabanından yapılan konumsal ve öznitelik sorgulamalar konunun daha hızlı ortaya çıkarılmasını sağlamıştır.

Bu çalışmada coğrafi bilgi sistemleri, Türkiye’de inanç turizmi çekiciliklerine ilişkin verilerin toplanması, analizi, sorgulanması ve görsel sunumu için bir araç olarak kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, Türkiye’de inanç turizme konu olduğu düşünülen toplam 1.259 adet önemli dini mekân belirlenmiştir. Türkiye’de inanç turizmine konu olan mekanlar arasında en fazla cami, türbe, kilise vb. gibi, dini amaçlarla inşa edilmiş binalar bulunduğu belirlenmiştir.

Türkiye’nin üç semavi din bakımından çekiciliklere sahip olmakla birlikte en çok İslam ve Hristiyanlık dinlerine ait çekiciliklere sahiptir. İslam dini çekicilikleri iç turizmde önemli olduğu kadar özellikle İstanbul ve Bursa gibi illerde yer alan cami türbe vb. gibi yapılar başta Ortadoğu’dan gelen ziyaretçiler tarafından ilgi görmektedir. Hristiyanlık için ise yine önemli çekiciliklere sahip olan Türkiye’de inanç turizmi çekiciliklerinin iyi bir tespiti yapılarak daha sonra turizm için geliştirme ve izleme süreçlerinin gerçekleştirilmesi yerinde olacaktır. Nitekim altyapı, erişilebilirlik, yerel kültür, iklim, rekreasyon olanakları, çevre yönetimi, hizmet kalitesi, güvenlik ve üstyapı ile ilgili özellikler, turist deneyimlerinin yaratılmasını ve talebi potansiyel olarak etkileyebilmektedir.

Türkiye’de inanç turizme konu olan mekânlar sırasıyla; Bursa, Isparta, Şanlıurfa, İstanbul, Amasya, Van, Kırklareli, Artvin ve Ankara illerinde yer almaktadır. Türkiye’de inanç turizmine konu olan mekânların başında cami, türbe, kilise ve medreseler yer almaktadır. Türkiye’de inanç turizmi çekiciliklerinin %80.1’i İslam, %18.1’i Hristiyanlık ve %1.7’si Musevilik dinine aittir. İnanç turizmi çekiciliklerinin dinlere göre dağılışı mekânsal farklılıklar göstermektedir. İslamiyet’le ilgili çekicilikler en fazla Bursa, Isparta, Şanlıurfa, Amasya ve İstanbul illerinde yer almaktadır. Hristiyanlık dinine ilişkin çekicilikler en fazla Nevşehir, Aksaray, Artvin, Mardin ve İzmir illerinde yer almaktadır. Musevilikle ilgili çekicilikler ise en fazla İstanbul, İzmir ve Bursa illerinde yer almaktadır. Bu çalışmada Türkiye’de inanç turizmi çekicilikleri için bir envanter çalışması yapılmıştır. CBS ortamında hazırlanan veri tabanı sayesinde inanç turizmi çekiciliklerine ait bilgiler sistematik, kolay erişilebilir, güncellenebilir ve çoğaltılabilir bir niteliğe kavuşmuştur. Ayrıca yine oluşturulan veri tabanına göre, inanç turizm çekiciliklerine ilişkin bilgiler ayrı ayrı ya da birbirleri ile ilişkili olarak sorgulanabilmektedir. Sorgulamalar vasıtası ile yeni bilgiler üretilmiştir. Bu sayede Türkiye’de inanç turizmine konu olan çekicilik ve eserlerin neler olduğu, mekânsal dağılışı, illere göre miktarları ve çekiciliklerin türlerinin neler olduğu belirlenmiştir.

Bu araştırma göstermiştir ki Türkiye’de özellikle İslam ve Hristiyanlık dinleri bakımından önemli bir inanç turizmi potansiyeli bulunmaktadır. Çalışmada inanç turizmi çekiciliklerinin dinlere göre mekânsal farklılıklarına ilişkin bulgulardan yola çıkılarak; Bursa, Isparta, Şanlıurfa, Amasya ve İstanbul illerinde İslam dini yönünde bir turizm pazarlaması geliştirilmesi gerekmektedir. Buna karşılık Nevşehir, Aksaray, Mardin ve İzmir illerinde Hristiyanlıkla ilgili bir turizm tanıtımı ve pazarlaması gerçekleştirilmelidir. Çalışma sonuçlarına göre Türkiye’de kutsal kabul edilen dağ, deniz, mağara vb. gibi alanların çekicilik olarak henüz yeterince kullanılmadığı belirlenmiştir. Oysa bunların da iyi bir şekilde araştırılması, Türkiye’de pek çok yerin inanç turizmine kazandırılmasını sağlayacaktır. Ayrıca Türkiye’de dini festival, etkinlik ve anmaların artırılması inanç turizmi çekiciliklerinin artmasında etkili olacaktır.

Türkiye’deki inanç turizmi çekiciliklerine ilişkin, web tabanlı CBS uygulamalarının artırılması, farklı pazarlama stratejilerinin de gelişmesine katkı sağlayacaktır. İnançla ilgili çekicilikler sabit gibi görülse de gerçekte inanç turizmi dinamik bir unsurdur. Çeşitli dinlerle ilgili yerler farklı zamanlarda yeniden popüler hale gelebilmektedir. Bu nedenle dini destinasyonlar çekiciliklerin

belirlenmesi dışında, alandaki turizm hacmi, arz kapasitesi, ziyaretçi akışları ve dönemleri ve mekânsal değişimi izlemek, alandaki yapıların restorasyonu ve korunması gibi pek çok konuda CBS araçlarının kullanımının ve web tabanlı CBS uygulamalarının artırması gerekmektedir. Nitekim inanç ve dini uygulamalar her ne kadar güçlü bir motivasyon kaynağı olsa da turizmde destinasyon imajı alanın kaderini olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Günümüzde insanlar, arkadaşlarından, ünlülerden ya da diğer gezginlerden ve gezi sonrası bloglarından ya da sosyal medya hesaplarından destinasyona ilişkin hızlı bir şekilde bilgi alabilirler.

Kaynakça

- Adak, Y. (2018). *Aksaray ilinde kültürel bir değer olarak inanç turizmi potansiyelinin incelenmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aktaş, A. & Yakın, E. (2007). The importance and the role of faith (religious) tourism tourism as alternative tourism resources in Turkey. R. Raj ve N.D. Morpeth (Eds.), *Religious tourism and pilgrimage festivals management an international perspective* (pp. 170-183). CABI.
- Albayrak, T., Hersteinb, R., Caber, M., Drori, N., Bideci, M. & Berger, R. (2018). Exploring religious tourist experiences in Jerusalem: The intersection of Abrahamic religions. *Tourism Management*, 69, 285-296. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.06.022>
- Andriotis, K. (2009). Sacred site experience: A phenomenological study. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 64-84. <https://doi.org/10.1177/160940690400300104>
- Başçı, A. (2011). *Türkiye’de inanç turizmi kapsamında Aziz Pavlus’un yeri önemi ve turistik ürün potansiyelinin değerlendirilmesinde tanıtım faaliyetlerinin rolü* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Başer, F., Başçı, A. (2012). İnanç turizmi kapsamında Aziz Pavlus Evi’nin Önemi ve tanıtım faaliyetlerine ilişkin ziyaretçi görüşlerinin değerlendirilmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(19), 423-443.
- Berktaş, F. & Atasoy, E. (2007). Dinlerin coğrafyasına küresel bir bakış. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(18), 18-44.
- Bingöl, Z. (2007). *Gelenekten evrensele Anadolu’da inanç turizmi*. Detay Yayınları.
- Ceylan, B. (2004). Hıristiyanlık Merkezleri Olarak Anadolu Kentleri. Uluslararası Türk Dünyası İnanç Merkezleri Kongresi Bildirileri, https://www.academia.edu/10674288/H%C4%B1ristiyanl%C4%B1k_Merkezleri_Olarak_Anadolu_Kentleri
- Dikici, E., Sağır, A. (2012). Antalya’da inanç turizminin sosyolojik çözümlemesi: Demre-Myra Örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22), 35-43,
- Emekli, G. (2004). Türkiye’de kültürel turizm. *II. Uluslararası Turizm, Çevre ve Kültür Sempozyumu*: 10-11 Mayıs 2004: Bildiriler Kitabı (s.11-20), İzmir.
- Fernandes, C., Melo, C., & Cardoso, M. (2016). Monitoring the tourism impact of a cultural and religious event: A case study in Northern Portugal. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 4(2), 5. doi:<https://doi.org/10.21427/D71T5P>
- Göktaş, L. S. (2016). *Şanlıurfa ve Konya illerinin İnanç turizmi potansiyelleri ve halkın inanç turizmine bakışı açısından iki ilin karşılaştırılması* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Griffin, K., Raj, R. & Yasuda, S. (2018). Religious tourism and sacred sites in Asia. S. Yasuda, R. Raj, K. Griffin (Eds). In *Religious tourism in Asia tradition and change through Case Studies and Narratives*. CABI
- Henderson, J.C. (2002). Managing tourism and Islam in peninsula Malaysia. *Tourism Management*, 24, 447–456. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00106-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00106-1)
- Huang, K. & Pearce, P. (2019). Visitors' perceptions of religious tourism destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*. 14: 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.100371>
- Hughes, K., Bond, N.& Ballantyne, R. (2013). Designing and managing interpretive experiences at religious sites: Visitors’ perceptions of Canterbury Cathedral. *Tourism Management* 36, 210-220. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.11.022>
- İnce, Y. (2017). *İnanç turizmi potansiyeli açısından Kırklareli il ve ilçelerinin değerlendirilmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Kırklareli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaya, F. (2016) Ağrı Dağı’nın turizm potansiyeli ve değerlendirme durumu. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 34: 217-229.
- Kozak, M.A., Kozak, N. & Kozak, M. (2010). *Genel turizm: ilkeler-kavramlar*. Detay Yayınları.
- Kreiner, N. C., Shmueli, D. F. & Gal, M. B. (2015). Understanding conflicts at religious-tourism sites: The Baha’i World Center, Israel. *Tourism Management Perspectives*, 16: 228-236. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.04.001>
- Küçük, M. A. (2015). *İnanç turizmi açısından Türkiye’de dini mekânlar* (Yahudilik-Hristiyanlık örneği). Berkan Yayınevi.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2019). Erişim: 10 Nisan 2019, <https://www.ktb.gov.tr/TR-96271/tanitim-brosurleri.html>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2020a). İnanç Turizmi, Erişim: 08 Nisan 2020, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10173/inanc-turizmi.html>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2020b). Erişim: 05 Nisan 2020, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9983/mardin.html>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2020c). DOSİM. Erişim: 21 Nisan 2020, <http://www.dosim.gov.tr/assets/documents/2019-ZIYARETCI-WEB-SITESI.pdf>
- Nolan, M. L. & Nolan, S. (1989). *Christian pilgrimage in modern Western Europe*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.
- Nolan, M. L. & Nolan, S. (1992). *Religious sites as tourism attractions in Europe. Annals of Tourism Research*, 19(1), 68–78. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90107-Z](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90107-Z)
- Okuyucu. A. & Somuncu, M. (2013). Türkiye’de inanç turizmi: Bugünkü durum, sorunlar ve gelecek. *International Conference on Religious Tourism and Tolerance: 9-12 May 2013-Konya Proceedings* (s: 627-643). Aybil Yayınları.
- Ongun, U., Gövdere, B. & Kaygısız, A. D., (2015). Isparta ili kırsal alanlarında yapılabilecek kırsal turizm türlerinin kırsal kalkınmaya etkisi. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*. 5(1): 122-131.
- Raj, R. & Morpeth, N.D. (2007). Religious tourism and pilgrimage management: an International Perspective. CABI

- Richards, G. (2002). Tourism attraction systems exploring cultural behavior. *Annals of Tourism Research*, 29(4): 1048–1064. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00026-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00026-9)
- Serçek, S. (2011). *Bütünleşik pazarlama iletişimi çerçevesinde Türkiye’de inanç turizminin geliştirilmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Şaman, E. (2009). *Mersin ili inanç turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi: Mersin’de inanç turizmine katılanların profile üzerine bir araştırma* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Talã, M. L., Pãdurean, A. M. (2008). Dimensions of religious tourism. *Towards Business Excellence*. Numer special: 242-253.
- Tatar Timur, Ö., (2019). *Bursa kalesi içindeki Osmanlı Dönemi mimari eserler (cami, mescit, medrese, tekke, darûlkûrra, türbe, hamam)* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Terzidoua, M., Scarlesb, C. & Saundersc, M. N. K. (2018). The complexities of religious tourism motivations: Sacred places, vows and visions. *Annals of Tourism Research*, 70: 54-65. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.02.011>
- Tiğiz, M. (2019). *Süryanilerin inanç turizmine katılım motivasyonları: Mardin ili örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tuzcu, F. (2019). *İstanbul’un dört türbesinin (Aziz Mahmut Hüdayi, Hz. Yuşa, Telli Baba, Yahya Efendi) inanç turizmi açısından değerlendirilmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tümertekin, E. & Özgüç. N. (2010). *Beşeri coğrafya insan kültür mekân*. Çantay kitabevi.
- Türker, N. (2016). Religious Tourism in Turkey. In I Egresi, *Alternative Tourism in Turkey* (pp 151-172). Springer International Publishing.
- Türkiye Kültür Portalı (2020). Haritada keşfet. Erişim: 05 Şubat 2020 <https://www.kulturportali.gov.tr/>
- Uzun, M. (2000). İbrâhim. Türkiye diyanet Ansiklopedisi (c 21, s. 272-273), Erişim: 10 Mayıs 2020 <https://cdn.islamansiklopedisi.org.tr/dosya/21/C21016465.pdf>
- Vukonic, B. (1996). *Tourism and Religion*. Pergamon Press
- Vukonić, B. (2002). Religion, tourism and economics: A convenient symbiosis. *Tourism Recreation Research*, 27(2), 59–64. <https://doi.org/10.1080/02508281.2002.11081221>
- Yu, X., Xu, H. (2019). Cultural heritage elements in tourism: A tier structure from a tripartite analytical framework, *Journal of Destination Marketing & Management* 13, 39–50. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.05.003>