

T. C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ PROGRAMI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

İNANÇ TURİZMİ KAPSAMINDA İMAM-I BİRGİVİ TÜRBEİ'Nİ
ZİYARET EDEN KADINLARIN İNANCA İLİŞKİN BEKLENTİ VE
DENEYİMLERİNİN ANALİZİ

Havva GÖZGEÇ

Danışman

Prof. Dr. Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN

İZMİR-2017

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “**İnanç Turizmi Kapsamında İmam-ı Birgivi Türbesi’ni Ziyaret Eden Kadınların İnanca İlişkin Beklenti ve Deneyimlerinin Analizi**” adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

.... / / 2017

Havva GÖZGEÇ

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

**İnanç Turizmi Kapsamında İmam-ı Birgivi Türbesi'ni Ziyaret Eden Kadınların
İnanca İlişkin Beklenti ve Deneyimlerinin Analizi
Havva GÖZGEÇ**

Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Turizm İşletmeciliği Programı

Bu araştırmada inanç alanlarını ziyaret eden kadınların seyahat beklentileri ve deneyimleri analiz edilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın amacı Kadın ziyaretçilerin inanç alanlarındaki inanca ilişkin beklentilerini ve deneyimlerini betimsel analiz yöntemiyle saptamak ve değerlendirmektir.

Araştırmada öncelikle ilgili literatür taranarak yapılandırılmış bir soru formu oluşturulmuştur. Ardından İzmir'in Ödemiş ilçesinde yer alan İmam-ı Birgivi Türbesi'ni ziyaret eden 50 kadın ile yapılan yüz yüze görüşmeler derlenerek analiz edilmiş ve bulgular saptanmıştır.

Araştırmanın sonuçlarına göre kadın ziyaretçilerin birçoğunun inanç alanlarını dini nedenlere ziyaret ettikleri ve Tanrı'dan maddi ve manevi yaşamlarını güzelleştirecek beklentiler içine girdikleri görülmüştür. Kadın ziyaretçilerin birçoğunda dini ve kültürel, tarihi beklentiler birlikte görülmüştür. Dini amaç gütmeyen sadece ziyareti farklılık, stres atmak için gelen ziyaretçilerin sayısı nispeten çok daha azdır. Kadın ziyaretçilerin birçoğu ziyaretlerinden memnun kaldıklarını manevi, sosyal ve psikolojik olumlu deneyimler edinmiştir ve kadın ziyaretçilerin birçoğu mutluluk, huzur ve maneviyat gibi rahatlatıcı deneyimler yaşamıştır.

Anahtar Kelimeler: İnanç Turizmi, Kadın, Dini Seyahat Beklentisi, Dini Seyahat Deneyimi.

ABSTRACT

Master's Thesis

Analysis of the Expectations and Experiences of Women Visiting the Imam-ı Birgivi Shrine in the Scope of Religious Tourism

Havva GÖZGEÇ

Dokuz Eylul University

Graduate School of Social Sciences

Department of Tourism Management

Tourism Management Program

This research tried to point out travel expectations and experiences of women visiting sacred places. The aim of study is to figure out and evaluate the expectations and experiences of the women in the religious places by means of descriptive analysis.

First of all, in the research, a structured questionnaire was created by searching the related literature first. Then face-to-face interviews with 50 women who visited Imam-i Birgivi Shrine in Ödemiş district of İzmir were compiled and analyzed and the findings were defined.

According to the results of the survey, the majority of women visited by religious motivation, religious sites, and entering into anticipations that would enhance God's material and spiritual life. In most of the women, religious and cultural, historical expectations were seen together. Except for religious purpose, it is relatively much less than the number of woman visitors who come for difference and to blow off steam. Many of the women participants have expressed that they are satisfied with their travelings, they experienced spiritual, social and psychological positive experiences. Most of the women participants had experience relaxing experiences such as happiness, peace and spirituality.

**Key Words: Religious Tourism, Female, Religious Travel Expectations,
Religious Travel Experiences.**

**İNANÇ TURİZMİ KAPSAMINDA İMAM-I BİRGİVİ TÜRBESİ'Nİ
ZİYARET EDEN KADINLARIN İNANCA İLİŞKİN BEKLENTİ VE
DENEYİMLERİNİN ANALİZİ**

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI	ii
YEMİN METNİ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLOLAR LİSTESİ	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	ix
EKLER LİSTESİ	x
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

İNANÇ TURİZMİNDE KADIN BEKLENTİLERİ VE DENEYİMLERİ

1.1. İNANÇ, DİN VE SEYAHAT İLİŞKİSİ	3
1.2. İNANÇ TURİZMİ	6
1.3. İNANÇ TURİZMİNDE KADIN	14
1.3.1. İnanç Turizminde Beklentiler ve Kadın	17
1.3.2. İnanç Turizminde Deneyim ve Kadın	27

İKİNCİ BÖLÜM

YÖNTEM

2.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	39
2.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	39
2.3. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ	41
2.4. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI	42

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

3.1. KATILIMCILARIN ZİYARETLERİ ÖNCESİNDEKİ ZİYARET NEDENLERİ, BEKLENTİLERİ VE BİLGİ KAYNAKLARI	44
3.2. KATILIMCILARIN ZİYARETLERİ SİRASINDAKİ DENEYİMLERİ VE HİSLERİ	47
3.3. KATILIMCILARIN ZİYARETLERİ SONRASINDAKİ ZİYARET ETTİKLERİ DİĞER İNANÇ ALANLARIYLA İMAM-I BİRGİVİ TÜRBEİ'Nİ KARŞILAŞTIRMALARI, ZİYARET EDECEK OLANLARA VE BELEDİYEYE ÖNERİLERİ	48
DEĞERLENDİRME VE SONUÇ	57
KAYNAKÇA	66
EK	

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: 2013 Yılı Türkiye’den Umreye ve Hacca giden Ziyaretçi Sayıları	s.11
Tablo 2: 2013 Yılı Dünya da En Fazla Ziyaret Edilen Kutsal Mekânlar	s.13
Tablo 3: 2013 Yılı Türkiye’den Suudi Arabistan’a Hacca Giden Kadın Sayısı	s.16
Tablo 4: Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Türbeyi Ziyaret Sayıları	s.43
Tablo 5: Katılımcıların İnançları Kapsamında Ziyaret Ettikleri İnanç Alanları ve Ziyaret Nedenleri	s.49



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: 2016 Ziyaret Amaçlarına Göre Turizm Yüzdeleri

s. 10

Şekil 2: İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi Türbesi'nin Yeri

ek s. 4



EKLER LİSTESİ

EK 1: Mülâkat Formu

ek s. 1

EK 2: İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi'nin Hayatı, Eserleri ve Kabrinin Yeri ile İlgili Bilgiler

ek s. 2



GİRİŞ

Din, antik zamanı, ilk insanların geleneksel inanışlarını, günümüzü içinde barındıran çok eski bir dinamiktir (Raj, 2012: 95-96) ve uzun zamanlardan beri seyahate yöneltten içsel bir güdü ve genellikle seyahatin en eski ekonomik olmayan şekli olarak düşünülmektedir (Timothy ve Olsen, 2006:1). Milyonlarca insan yıl içinde büyük dini tutkularla seyahat etmekte (Levi ve Kocher, 2012: 911-912) ve dünyada 300 milyon kişi tatiline inancı da dâhil etmektedir. Ayrıca, dünyada giderek büyüyen inanç turizminden elde edilen gelir 20 milyar dolara yaklaşarak ekonomik boyutunun önemi anlaşılmıştır (TÜRSAB, 2014: 1).

İnanç herkesin de bildiği gibi alınıp satılan bir ürün değildir. İnsanlar, inançlarından ötürü hacı olmak, kutsal yerleri görmek, manevi tatmine sahip olmak için seyahat etmektedir ve hatta bu mekânlar yalnız inananlar tarafından değil, meraklıları tarafından da ziyaret edilmekte ve bu alanlar tur organizasyonları içinde yer almaktadır (Özgüç, 2003: 84). Olsen ve Timothy (2006: 2), din ve turizm üzerine yapılan çalışmaların yetersiz olduğunu iddia etmektedir. Literatürde inanç turizmi ve hac ile ilgili birçok çalışma olsa da (Raj ve Morpeth 2007; Rinschede 1992; Eade 1992; Timothy ve Olsen 2006) kadın seyahatçilerin inançları kapsamında gerçekleştirdikleri ziyaretlerindeki deneyim ve beklentilerine pek yer verilmemiştir. Ayrıca, (Bianchi, 2016: 134) günümüzde bütün deniz aşırı hacların yaklaşık yüzde 45'ini kapsamaya başlayan kadınların bu tarz seyahatlerdeki yerleri yadsınamaz hale gelmiştir. Bu yüzden, önemli bir pazar bölümünü oluşturan kadınlarla ve kadınların inanç alanlarındaki beklenti ve deneyimleriyle ilgili çalışmalara yönelik eksiklik tespit edilmiştir.

Tezin ünite planı 3 bölüm şeklindedir. Birinci bölümde inanç turizminde kadın beklenti ve deneyimlerine ilişkin literatür taramasına yer verilmiştir. Birinci bölümünde ilk olarak din, inanç ve seyahat bileşkesi ve bu terimlerin önemleri açıklanmaya çalışılmıştır. İnanç turizminin kavramsal çerçevesine, ekonomik boyutuna, inanç alanlarının kategorize edilmesine ve turist-hacı arasındaki benzerliklere, farklılıklara ve aralarındaki geçişlere yer verilmiştir. Kadınların daha fazla tercih ettiği dini alanlardan örnekler verilerek inanç turizmine katılım oranları ve

bu tarz seyahatlerde ne durumda oldukları literatürdeki mevcut bilgilerle açıklanmaya çalışılmıştır.

Ayrıca birinci bölümde, seyahat beklenti ve deneyimlerinin kavramsal çerçevesi açıklanmıştır. Ardından inanç turizmi kapsamındaki beklenti ve deneyimlerin kavramsal çerçevesine yer verilmiştir. Literatür taramasının son kısmında ise mevcut çalışmalar örneklerle pekiştirilerek kadınların inançları kapsamında gerçekleştirdikleri seyahatlerinde beklentileri ve deneyimleri açıklanmıştır.

İkinci bölümde araştırma yönteminden bahsedilmiştir. Araştırmanın amacı ve önemi, yöntemi, örnekleme ve sınırlılıklarına yer verilmiştir. Ayrıca, araştırmada cevap aranacak sorular ortaya konmuştur. İlk olarak araştırmanın amacı inanç turizmi kapsamında İmam-ı Birgivi Türbesi'ni ziyaret eden kadın ziyaretçilerin beklenti ve deneyimlerinin analizidir. Beklenti ve deneyim ölçmeye yönelik bir çalışma olduğu için derinlemesine yapılandırılmış mülakat tekniği İmam-ı Birgivi Türbesi'ni ziyaret eden 50 kadın ziyaretçi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Mülakatların yapıldığı alan tarihi, dini ve turistik olma özelliklerini bir arada taşıdığı için mülakat yapmaya uygun görülmüştür. Yapılan mülakatların içerikleri derlenerek betimsel yöntemle analiz edilmiştir. Katılımcılar ise cinsiyet faktörü göz önünde bulundurularak seçilmiştir.

Tezin üçüncü bölümünde bulgulardan bahsedilmiştir. 50 kadın katılımcının yaşı, eğitim durumu gibi demografik özelliklerine, katılımcıların türbeyi kaçınıcı kez ziyaret ettiklerine, yapılan mülakatların sonucunda elde edilen bulgulara ve bu bulguların yorumlanmasına yer verilmiştir.

Ardından değerlendirme ve sonuç kısmında bulgulardan çıkarılan sonuçlar literatür ile ilişkilendirilerek kadınların inançları kapsamında İmam-ı Birgivi Türbesi'ndeki beklenti ve deneyimleri analiz edilmeye çalışılmıştır. Son olarak gelecek çalışmalarla ilgili öneriler sunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

İNANÇ TURİZMİNDE KADIN BEKLENTİLERİ VE DENEYİMLERİ

İnanç alanları, çok eskilerde genellikle hac veya dini nedenler için ziyaret edilmekteydi. İnanç, turizmin bir şekline dönüştükçe günümüzde artık farklı bir takım nedenler ortaya çıkmıştır. Nedenler değiştikçe insanların inanç alanlarındaki beklenti ve deneyimlerinde de farklılıklar görülmeye başlamıştır. Bu kapsamda çalışmada, literatürde az bir yere sahip olan inanç alanlarındaki kadın beklenti ve deneyimlerinin belirlenip analiz edilmesine yer verilecektir.

1.1. İNANÇ, DİN VE SEYAHAT İLİŞKİSİ

“İnanç, çare olarak gördüğü bir varlığa veya bir kişiye tam olarak güvenmeyi güçlü ve sarsılmaz bir şekilde inanmayı ifade etmektedir (Hamilton ve Higgins, 2014: 1584)”. Duygusal nedenlerle oluşan ve toplumun etkisi ile beslenen inançlar, kişilerce ya da toplumlarca, bir düşüncenin bir olgunun, bir nesnenin, bir varlığın gerçek olduğunun benimsenmesidir (Eyckay, 2013: 16). İnanç, ilk ortaya çıktığı günden bugüne insanların yaşamını ve kimliğini yönlendirmiştir ve yönlendirmeye devam etmektedir. İnançların kurallarla sistemleştirilmesiyle oluşan dinlerin insan yaşamının içindeki rolü, etkisi ve önemi günümüzde de mevcuttur (Şaman, 2009: 9). Başlıca inanç sistemleri Budizm, Hristiyanlık, Musevilik, İslam, Hinduizm’dir ve bu inanç sistemleri, hac faaliyetlerine kaynaklık etmektedir (Griffin, 2012: 158).

Din, antik zamanı, ilk insanların geleneksel inanışlarını, günümüzü içinde barındıran çok eski bir dinamiktir. Zaman ilerledikçe yeni dinler ve din benzeri hareketler ortaya çıkmıştır (Raj, 2012: 95-96). Din, tek başına bir yapı olmadığı için çok fonksiyonlu seyahatleri ifade etmeye başlamıştır (Henderson, 2011: 542) ve aynı dinden olan inançlı kişilerin hem toplumsal bağlantı veya etkileşimleri hem de kişisel dini deneyimlerini içeren dini kimlik oluşumunun ortaya çıkması ve şekillendirilmesinde önemli yeri vardır (Liutikas, 2015: 208). Din, insan kültürünün en önemli ögesidir ve her din bir kültüre sahiptir (Iheanacho, 2015: 262). Ayrıca, insanların farklı yaşam şekilleriyle ilişkilidir (Finney ve Orwig, 2008: 135). Bir nesne, yüce duygu ve inançlarla bağdaştırıldığında kutsallaştırılmış sayılmaktadır.

Kutsallaştırılan nesne bir dinin veya başka bir inancın ifadesi olabilmektedir. Bu yüzden kutsal objeler değerli varlıklardır. Önceleri laiklik ve kutsallık arasında katı bir çizgi mevcut iken zamanla bu durum yerini hem laik görüş hem de kutsal dini görüşün birlikte kullanılmasına bırakmıştır (Belk vd., 1989: 17-18).

Kişisel inanç ve kültürler genellikle kişiler üzerinde etkin rol oynadığı için dini yapıların ve geleneklerin oluşturulmasına başvurulmuştur (Woodward, 2004: 174). Dinin bilinen öğeleri, Tanrı aşkı, cennetlik varlıklar, şeytan ve kehanet iken ayrıca uzak yerlere yapılan dini seyahatler de bu grubun içine dâhil edilmiştir. Günümüzün modern dünyasında turistler ve onların inanışları arasındaki ilişki bireylerin inanç alanlarını ziyaretlerinde büyük rol oynamakta ve bireylerin dini inanışlarının gücü ziyaretlerin şekillenmesine yardımcı olmaktadır (Raj, 2012: 96). Yani din, farklı modern dünyalardaki kültür ve hayatın en önemli yapıtaşlarından biridir (Raj ve Rashid, 2011: 5). Bir varlığa olan inancın, inanma, az inanma veya hiç inanmama gibi farklı boyutları vardır. Yine de insanların bir kısmı inanmakta ve bu inançlarının da kültüre derin etkileri mevcuttur (Holderness, 2009: 342).

Sürekli değişen küresel siyasal manzara içerisinde, din, kültür ve gelenekleri içinde barındıran fonksiyon ve yapıların karmaşıklığına rağmen sosyal bir hareket olarak önemli bir yer tutmaktadır (Raj, 2012: 96). Milyonlarca insan yıl içinde büyük dini tutkularla seyahat etmektedir (Levi ve Kocher, 2012: 911-912). Hac artık, belirli inanç sitemleri olarak ifade edilememekte ve maneviyatın ve hayran olmanın daha fazla kişiselleşmesiyle yeni dönem hac tanımları ortaya çıkmaya başlamıştır (Henderson, 2011: 542). İnsanlar birden fazla nedenden ötürü seyahat etmeye başlamıştır (Finney vd., 2009: 149). İnsanların seyahat motivasyonlarında çoklu motivasyon durumları etkilidir. Din ve dini gelenekler yüzyıllardır insanların boş zamanlarını nasıl değerlendireceği ve yararlanacağı konusunda kilit rol oynamıştır (Iheanacho, 2015: 264-271). Din, uzun zamanlardan beri seyahate yönelten içsel bir güdü ve genellikle seyahatin en eski ekonomik olmayan şekli olarak düşünülmektedir (Timothy ve Olsen, 2006: 1).

Seyahat niyeti, bir eylemi başlatan zihinsel bir işlemin sonucudur ve motivasyonu davranışa dönüştürür (Jang vd., 2009: 52). Turizm bir özgünlük arayışıdır (Collins-Kreiner ve Sagi, 2011: 132) ve “sürekli kalışa dönüşmemek ve gelir sağlayıcı hiç bir uğraşıda bulunmamak koşulu ile yabancıların geçici süre kalışlarından

doğan olay ve bu ilişkilerin tümüdür (Eyckay, 2013: 6) ”. Turizm sektörü, algı, deneyim ve beklentiden oluşan karmaşık bir sistemdir (Collins-Kreiner ve Gatrell, 2006: 33). Birçok ülkenin ekonomisinin gelişmesinde önemli bir uyarıcı rol oynamaktadır. Ayrıca din, kültür ve yabancı turistlerin tutum ve davranışlarından etkilenmektedir. Turizmin din algısı, ülkelerin politikası, hükümetin tutumları ve dini liderlerin politik dini algılarıyla ilişkilendirilmektedir (Khaksari vd., 2014: 97).

Uluslararası turizm, büyük sermaye, mal ve insan akışının gerçekleştiği küresel dünyanın en önemli ve en geniş ekonomik sektörlerinden biridir. Kültürel deneyimleri, sermayeyi, tüketici zevklerini hepsini bir arada içinde barındırarak çalıştığı için her zaman küreselleşmenin ilk sıralarında yer almaktadır (Hazbun, 2003: 1). “Turizm, dünyada petrol ticaretinden sonra en hızlı gelişen sektörlerden biridir. Katılımcıların yaptığı turistik tüketim harcamaları ile sektör, günden güne büyüyen dev bir endüstri konumuna gelmiştir (Sargın, 2006: 2)”. Seyahat dünya ekonomisinin büyük bir kısmını temsil etmektedir (Finney vd., 2009: 148). Uluslararası turizm gelirleri yüzde 2.6 büyüyerek 2016 yılında 1 milyar 220 milyon dolar olarak kayıtlara geçmiştir. Ayrıca turizm, istihdamın yüzde 10’unu ve dünyanın gayri safi yurtiçi hasılasının yüzde 10’unu oluşturmaktadır (UNWTO, 2017: 3).

Dini motivasyonlu seyahat veya turizm, dünyanın büyük bir kısmında özellikli bir öneme sahiptir (Drule vd., 2012: 431). Turizm ve kutsal alanlara gerçekleştirilen hac, en eski zamanlardan modern zamanlara kadar seyahat için güçlü bir motivasyon olan din ile karşılıklı bağlılık içerisinde (Henderson, 2003: 447). Turizm ve din uzun yıllardan beri birlikte hareket etmiş ve din olgusu seyahat davranışlarını yönlendiren ilk etkenlerden biri olmuştur (Wiltshier ve Clarke, 2012: 133). İkisi de seyahate güdüleme ve çeşitli turistik çekiciliklere kaynaklık etme konularında ortak paydalara sahiptir (Henderson, 2011: 541).

Din, destinasyon imajını karalayan sıkıntıları başlatmaya ve fikir ayrılıklarını artırmaya neden olabilmektedir. 20. yüzyılda İrlandalı Protestanlar ve Katoliklerin arasındaki tansiyonun yükselmesiyle oluşan provakatif hareketlerin olumsuz etkileri (Lennon ve Titterington, 1996: 11) ve Orta Doğu’da Filistin ve İsrail çatışmaları bu duruma verilebilecek örneklerdendir. Örneklerden de yola çıkılarak dini ve politik çatlaklar uzlaşmayı zorlaştıran ve turizmi engelleyen iç içe geçmiş durumlardır (Henderson, 2011: 542). Tarihsel olarak hacca güdüleyen nedenler arasında kutsal

mekânların korunması da vardır. Örneğin; tarihte Kudüs'ün korunması için büyük haclar düzenlenmiş ve bu durum dinler arasında çatışmalarla sonuçlanmıştır (Blackwell, 2007: 45). Dünya sürekli olarak radikal dini grupların faaliyetleri ve farklı kültürler arasındaki oluşan sorunlar için dini suçlamakta fakat din laikliğin ve bununla ilgili faaliyetlerin ortaya çıkmasına rağmen son yüzyılda hala küresel politik dünya içerisinde önemli bir yer tutmaktadır (Raj, 2012: 96). Ayrıca olumlu olarak hacılar ziyaret ettiği ev sahibi ülkeyi değiştirebilme potansiyeline de sahiptir. Örneğin; İsraili ve aşırı sağcı Yahudileri ziyaret eden aşırı tutucu Hristiyanlar arasında yoğun bir yakınlık oluşmuştur (Finney ve Orwig, 2008: 136). Turizm, toplum için ritüellere bir saygı formudur ve bu şekilde sosyal dayanışma güçlenir (Cohen, 1979: 188). Hemen hemen bütün dinlerin turizm seyahatleri açısından zengin bir geçmişi bulunmaktadır dolayısıyla inanç turizmi veya dini seyahatler, tatil endüstrisinde en hızlı büyüyen alanlardan biri olmuştur (Eyckay, 2013:18).

1.2. İNANÇ TURİZMİ

İnanç turizmi, birinin kendi dini veya başkalarının diniyle ilgili olan inanç ortamlarını ziyareti içermektedir (Hughes vd., 2013: 210). İnanç turizmi, insanların temel geçim ihtiyacını karşılamak dışında sürekli ikamet ettiği yerden uzaklaşarak kutsal alanlara yapılan yürüyüş olarak ifade edilmektedir (Fernandes vd., 2012: 85). İnanç turizmi ve hac, turizmin en eski formudur, genellikle inanç veya kutsal turizm olarak isimlendirilir (Iheanacho, 2015: 261). İnanç turizmi, Blackwell (2007: 38)'e göre beş özelliğe sahip olmalıdır. Bunlar;

- Gönüllülük ve geçicilik içermelidir,
- Din tarafından güdülenmelidir,
- Diğer motivasyonlarla takviye edilmelidir,
- Destinasyon, yerel, bölgesel, ulusal veya uluslararası konumda dini bir nitelik taşımalıdır,
- Destinasyona seyahat sadece dini bir uygulama olarak kabul edilmemelidir.

İnanç turizmi, din ve turizmin bir birleşimidir ve mutlak olarak kendini dine, gizeme, halk azizliğine adanmış kişilerin ve herhangi bir din veya mezhebin papazları tarafından üstlenilen bir turizm değil, kişinin dini amacı, zorunluluğu ve destinasyonu ziyaret etme güdüsüyle şekillenen bir turizm hareketi şeklindedir. Ayrıca, büyük inanç ve

bağlılık ile daha yüksek bir varlığa olan inançlar sistemi olarak tanımlanır (Fernandes vd., 2012: 85). Sargın (2006: 3), kutsal yerlerin belirli dinlere sahip kişilerce ziyaret edilmesine turizm olayı içerisinde bakmanın inanç turizmi olarak ifade edilebileceğine değinmiştir. Ayrıca Şaman (2009: 10) inanç turizminin;

- Hac amacıyla kutsal alanlara gerçekleştirilen grup ya da bireysel ziyaretler,
- Belirli dini tarihlerde önemli dini hadiselerin yıl dönümlerinde gerçekleşen büyük ölçekli toplantılara katılım,
- Turistik rota üzerindeki önemli görülen dini yerlere ve yapılara gerçekleştirilen ziyaretler gibi farklı şekillerde ortaya çıkabileceğinden bahsetmiştir.

İnsanlık tarihinde Hristiyanlık ortaya çıkmadan çok zaman önce hac var olmuştur. Örneğin; Mısırlılar, Yunanlar ve Yahudiler dini motivasyonlu turlarla inançlarına bağlılıklarını göstermiştir ve ardından dini nedenlerle seyahatler Afrika ve Asya'da da ortaya çıkmıştır. Hac ve dini seyahatler din kadar eskidir fakat organize haclar Orta Çağ zamanlarında başlamıştır (Iheanacho, 2015: 265). Geleneksel haclar çok uzun bir geçmişi olan, turizm ve din etkileşiminin farklı bir dışavurum yolu ve temelinde din tarafından yönlendirilen aktivite ve hareketlerdir (Henderson, 2011: 542). İnanç turizmi fikri, hacdan ayrı bir olay olarak dini uygulamalardaki azalmanın, araba ve otobüsle yapılan turların yaygınlaşmasının, geleneksel hac akımlarındaki azalmanın bir sonucu olarak savaş sonrası Avrupa'da ortaya çıkmıştır. Bu durum geleneksel dinin anlamını yitirmesinden çok dinin farklı bir şekil alışı olarak düşünülmektedir (Fernandes vd., 2012: 85).

Bütün dinlerin rehberleri, dini mekânların, kutsal şehir ve tapınakların inananları tarafından ziyaret edilmesini koşullandırırken, aynı zamanda bu şehir ve tapınakların bulunduğu ülkeler, bu ziyaretlerden sürekli yarar sağlayacağı ekonomik bir hareket başlatmıştır. Özellikle, Hristiyan Avrupa' da teokrasinin egemen olduğu dönemlerde kutsal şehirlerde görülen zenginlik ve refah, egemen gücün bu merkezlerde bulunması ve elde ettiği zenginliği kutsal mekânlara yatırarak dini seyahatlerin meydana gelmesine neden olmuştur (Sargın, 2006: 3). Haccın popülerliğinin son on yıl içerisinde arttığı saptanmış ve inanç ve kutsal mekânları ziyaret, kültürel miras turizminin özel tiplerinden birisi haline gelmiştir (Levi ve Kocher, 2012: 911-912).

Hacılar, ilk kitlesel turizm hareketi örneğidir ve onların manevi arayışının somut boyutları çevre gezileri ve hediyelik eşya satın alma üzerine yoğunlaşmaktadır. Ama turizm sektörü mensupları ve turizm araştırmacıları Orta Çağ hacıları ve modern turizm arasında büyük farklar olduğunu düşünmektedir. Orta Çağ'da hac amaçlı seyahatler gerçek dini inanışları kapsamaktayken modern çağ, modern dini dönemi yaratmıştır bu yüzden bazı dinler, eğitilmiş ve seküler turistler için aynı durumu savunulamaz hale getirmiştir (Holderness, 2009: 342). Günümüz dünyasında hac yolculuklarında canlanmaya tanık olunmuş, sürekli ve benzer hac şekilleri değişerek yerini maneviyatı bulmanın yeni yolları ve alternatif dini seyahatler almıştır (Raj, 2012: 96).

Hac, kutsal yolculukların fermanları aynı zamanda gerek dini ve dine dayalı zorunlulukların ve duaların gerekse de seküler ve daha çok gönüllülük içeren birden fazla anlamı ifade eden bir aktivitedir (Lloyd, 2015: 25-36). Genellikle turizm literatüründe hac, yapılandırılmış, örgütlü ve düzenli aktiviteler olarak ifade edilmektedir (Griffin, 2012: 158). Ayrıca, hac alanları dini toplulukların farklı inanç derecelerindeki ziyaretçilerin başvurduğu birden fazla ürünü içinde barındıran mekânlardır (Yeh vd., 2009: 582).

Batıda modern turizm endüstrisi kavramsal olarak seküler bir gündem üzerinde yoğunlaşmaktadır fakat çoğu turizm, dinle ilgilidir (Holderness, 2009: 342). Hac, bir dini seyahat şeklidir ayrıca, seyahatin ve grubun deneyimleri açısından turizm ve hac arasında belirgin bağlantılar mevcuttur (Abbate ve Nuovo, 2013: 501). Haccın kitleselleşmesi, seküler topluluklara haccın işlevselliğini ve doğasını yaymak için fırsatlar sunmuştur. Yani alternatif olarak geleneksel hac ibadetini anlayabilmeleri için laik toplumlara farkındalık imkânı sağlamıştır (Lloyd, 2015: 28).

Uzun zaman tüm turistler aynı kavram da değerlendirilmiştir (Wiltshier ve Clarke, 2012: 133) ve dini merakla güdülenmiş ziyaretçi ile sadece dini etkinliklerin ve dini mekânların kültürlerine ilgi duyan ziyaretçiler arasında farklılıklar, dini ziyaretlerde karmaşıklığa neden olmuştur (Fernandes vd., 2012: 85). Ziyaretçiler için mekânın niteliğinin kişiye ne ifade ettiği ve kişinin mekâna bağlılığı benliğin dışı vurumu, özgünlük arayışı gibi deneyimsel ve algısal farklılıklar ortaya çıkmıştır (Bremer, 2004: 3-6).

Hacılar, toplumlarının sosyo-kültürel merkezlerine seyahat eden, turistler ise kendi merkezlerinin dışına farklı kültürlere seyahat eden seyahatçilerdir (Cohen, 1979: 188). Bu görüşleri destekler nitelikte hacı ve turistlerin seyahat motivasyonlarından ötürü birbirinden farklılık gösterdiği fikri savunulmaktadır. Turistler basitçe birer gezgin olarak sayılırken, hacılar fanatik dini taraftarlar olarak değerlendirilmiştir (Timothy ve Olsen, 2006: 7). Fakat değişen dünya içerisinde hacı ve turist arasında (Badone ve Roseman, 2004: 2) ve toplumların laikleşmesi ile birlikte hac ve turizm arasında sert ayrımlar artık modern dünyada kolay savunulabilir görünmemektedir (Lloyd, 2015: 28). Örneğin; Hristiyan ve Musevi hacıları ne mekânlarda ne de faaliyetlerinde kesin bir şekilde turistlerden ayırmak mümkün değildir (Collins-Kreiner, 2009: 10).

Hacı, dini amaçla seyahat eden kişi turist ise tatilci olarak tanımlanmaktadır. Eskiye dayanan hacılarla bir popüler kültür olarak turizm arasındaki farklar daralıp benzerlik ortaya çıkarken, hac kelimesi artık geniş ve seküler kavram içinde bahsedilmeye başlanmıştır (Collins-Kreiner ve Sagi, 2011: 135). Hacılar da genellikle normal turistler gibi uğrak turist yerleri olan kafeleri, müzeleri, dükkânları ayrıca inanç alanlarını ziyaret etmek gibi ihtiyaçlara sahip oldukları için turizmin giderek bu kitleye doğru genişlemesi sağlanmıştır (Abbate ve Nuovo, 2013: 501).

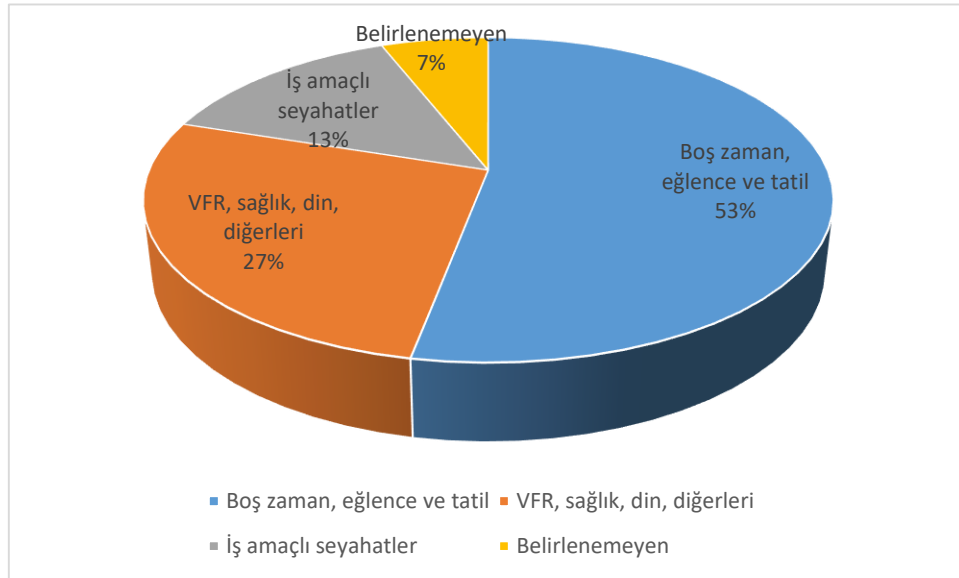
Smith (1992: 2) turist ve hacının gelir ve boş zaman gibi seyahatin özünü oluşturan ortak unsurlara sahip oldukları görüşündedir. Turner (1978: 20) bu durumu “*bir turistin yarım bir hacı, bir hacının yarım bir turist olduğu*” sözüyle özetlemiştir. Ayrıca bu iki ziyaretçi tipi arasındaki fark birbirini takip eden bir süreç olarak da açıklanmaktadır (Smith, 1992: 3). Örneğin; ilk olarak hacılar ritüellerde ibadetlerini gerçekleştirdikten sonra ardından plajda gerçekleştirilen bir gece gezintisine katılabilir (Timothy ve Olsen 2006: 8). Blackwell (2007: 39) de kutsal alanları ziyaret edenleri şu şekilde gruplandırmıştır;

- Kutsal mekânın onlar için bir anlam ifade ettiği hacılar,
- Dini turistler,
- Seküler turistler,
- Kutsal mekânın onlar için anlam ifade etmediği hacılar,
- Dini festival ve etkinlik katılımcıları.

İnanç turizmi, dünya turizminin en önemli ekonomik dinamik sektörlerinden birini oluşturmakta ve son çalışmalarda araştırmacılar, seyahat acenteleri ve hükümetler dini nedenlerle kutsal mekânları seyahat eden çok sayıda turistini farkına varmıştır. Bu yüzden kutsal mekânların artık sadece kültürel yer olarak değil ayrıca bir inanç ögesi olarak da görülmesi gerektiğine de değinmiştir (Cristea vd., 2015: 303). 2015 yılına göre 46 milyon artarak 2016 yılında dünyada turizm amaçlı seyahat edenlerin sayısı yüzde 3.9 artarak 1 milyar 235 milyona erişmiştir. 2010'dan beri turist sayısında yıllık yüzde 4 civarlarında artış görülmektedir (UNWTO, 2017: 1). 300 milyon kişi tatiline inancı da dâhil etmektedir. Dünyada giderek büyüyen inanç turizminden elde edilen gelir 20 milyar dolara yaklaşmıştır (TÜRSAB, 2014: 1).

2016 yılında uluslararası varışların yarısından fazlası yüzde 53 yani 657 milyon kişinin amacını rekreasyon ve bunun gibi boş zaman aktiviteleri ve tatiller oluşturmaktadır. İş amaçlı seyahatler yüzde 13'ünü, arkadaş, akraba ziyaretleri, sağlık amaçlı, hac ve dini nedenlerle vb. yapılan seyahatler yüzde 27'sini oluşturmaktadır. %7 lik kısım ise tam olarak belirlenememiştir (UNWTO, 2017: 5).

Şekil 1: 2016 Ziyaret Amaçlarına Göre Turizm Yüzdeleri



Kaynak: UNWTO, 2017: 5

Suudi Arabistan'a 2017 yılında hacca giden yerli ve yabancı hacı sayısı 2.352.122 olarak belirlenmiştir (www.stats.gov.sa: 2017:19 Ekim 2017). Türkiye,

Suudi Arabistan'a hacı gönderen ülkeler içerisinde yüzde 5'lik bir dilimi oluşturmaktadır (TÜRSAB, 2014: 1).

Tablo 1: 2013 Yılı Türkiye'den Umreye ve Hacca giden Ziyaretçi Sayıları

Yıl	Umre 'ye Gidenlerin Sayısı	Hacca Gidenlerin Sayısı
2011	411.495	89.033
2012	381.881	75.607
2013	391.500	60.892
2014	400.526	61.300

Kaynak: TÜRSAB, 2014: 3

TÜRSAB'ın inanç turizmine yönelik en son çalışması 2014 inanç turizmi raporu olduğu için bilgiler 2013 yılına ait verilerdir. En güncel verilere erişilemediği için bu verilere yer verilmiştir.

Şaman (2009: 10)'a göre, dini inançlar nedeniyle gerçekleştirilen seyahatler, çok sayıda insanın farklı ülkelere gitmesini gerektirmiştir. Bu seyahatler, ekonomik, sosyal ve kültürel bakımdan gidilen destinasyonu etkilemektedir. Öncelikle inanç turizmi turizmin gelişmesine ve on iki aya yayılmasına, ekonomiyi hızlandırmaya, ekonomik bir kaynak ve istihdam yaratmaya, sosyal ortamın gelişmesine, yerel halkın farklı kültürlerle tanışıp kültürel etkileşimler yaşamasına ayrıca, destinasyonun dış kamuoyunda bilinirliğini artırmaya ve dolaylı olarak sağlık, alt ve üst yapı gibi şehircilik faaliyetlerinin artmasına ve de birçok farklı konuda inanç çekim merkezi olan bölgenin gelişmesine olanak sağlamaktadır.

Din amaçlı seyahat eden turistler, dini nedenler dışında kutsal alanları seçen modern hacılar olarak nitelendirilir (Abbate ve Nuovo, 2013: 502). Tarihi, sanatsal, doğal alan olmasının yanında dini festivallere yer vermesinden, ibadet ve inanç turizmi çekiciliklerine sahip olmasından ötürü dini bağlılık üzerinde tapınakların yeri büyüktür. Bu tarz ibadet alanları ayrıca yapay ve doğal turizm ürünleri, servisleri hem dindar hem de seküler, modern turistler üzerinde etkileri vardır (Wiltshier ve Clarke, 2012: 134).

Avrupa ve Kıbrıs Turizm Organizasyonu, inanç turizm sistemini; a) hac mabetleri, b) tarihi, sanatsal inanç alanları, c) dini festivaller şeklinde üç kategoriye ayırmaktadır (Fernandes vd., 2012: 85). Kendini dine adanmış bireyler için, dini yapılar, ritüeller, festival ve seremonik etkinlikler önemli birer turistik çekiciliktir (Henderson, 2002:447). Bond vd., (2014: 472-473)'ne göre inanç turizmi kapsamında ziyaret edilen alanlar ve başlıca özellikleri şu şekildedir;

- Tarihi katedraller gibi turistik çekicilik olarak yüksek değerli alanlar, sanatsal, mimari ve tarihsel nitelikleriyle ünlüdür ve çok sayıda turist çeker. Ziyaret edenlerin sayıca çoğunluğu hacı veya ibadetçilerdir,
- Hac alanları, hacılara hizmet eden, turist çekiciliği açısından düşük değere sahiptir ve az miktarda tören veya festivale ev sahipliği yapar,
- Dini festivaller, yılda ve iki yılda bir olan ve sıklıkla yerin dini önemiyle ilgili gerçekleştirilen etkinliklerdir.

Birçok kültürde kutsallık direkt olarak bir yere bağlılığı ifade eder (Levi ve Kocher, 2012). Geleneksel hac alanlarında, büyük toplumsal değişim süresi boyunca yeni turistik fuarlar ve festivaller ortaya çıkmıştır (Lloyd, 2015: 29). İnanç alanlarındaki hem yapay hem de doğal seremoni ve festivallerin hepsi kültürel bir çekicilik olarak görülür (Fernandes vd., 2012: 85). Doğal çekicilikler, etkinlikler, festivaller, insan yapımı çekicilikler de kullanılabilir. İngiltere'deki katedral ve kiliseler bu çerçevede düşünüldüğünde farklı amaçlarla yapılmış fakat şimdilerde turistik çekicilik olarak kullanılmaktadır (Raj, 2012: 97). İnanç alanlarını ziyareti içeren birçok ziyaret, kültürel turizm olarak düşünülür. Örneğin; Paris'teki Notre Dame'ı ziyaret her zaman kültürel bir ziyareti içerirken aynı zamanda inanç turizmini de içermektedir (Richard'dan aktaran Iheanacho, 2015: 274).

Bazı dini liderler laik dönem içerisinde dini taraftarların görmek istediği mekânları kutsallaştırma girişiminde bulunmuştur (Henderson, 2011: 542). Papa 6. Paul'un hac yeri ilan ettiği Hatay'daki St. Pierre kilisesi kutsallaştırılan mekânlara örnek olarak verilebilir (TÜRSAB, 2016: 19). Küresel turizm endüstrisi dünya ölçeğindeki bütün büyük dünya dinleri üyelerini kutsal mekânları ziyaret etmeleri için teşvik etmektedir. Örneğin; Mekke, Kyoto, Kudüs, Santiago, Compostela, Lourdes, Roma gibi şehirler birçok dini nedenden ötürü bireyleri seyahate yönlendirmektedir (Holderness, 2009: 342). Orta Doğu'da, birçoğu ibadet eden Müslümanların ziyaret

etmek istedikleri kutsal ibadethaneler şehirler, dini yapılar, festivaller ve seremoniler vardır. Suudi Arabistan'daki en ünlü şehirler Mekke, Medine, Irak'taki Kerbela, Necef, Samara ve İran'daki Meşhed ve Kum'dur. Bu şehirler dünya üzerinde Müslümanlar tarafından en çok ziyaret edilen şehirlerdir. Ayrıca Hristiyanlar Vatikan'ı, Müslümanlar hac için Mekke'yi, Museviler Kudüs'ü ziyaret etmektedir (Khaksari, vd., 2014: 97).

İslam'da kurban kesmek, Mekke'deki ibadetler ve Kâbe'nin ziyaret edilmesinin farz olması, Suudi Arabistan'ın hac gelirlerinden büyük kazanç elde etmesinde etkin rol oynamıştır. Musevilerin Noel'de Kudüs'teki Ağlama Duvarı ziyaretleri, Hristiyanların Vatikan'da Papa'nın yönetiminde 24 Aralık'tan itibaren bir hafta boyunca devam eden Noel ibadetleri, bu alanlarda özellikle bu dönemlerde ziyaretçi yoğunluğunun oluşmasına neden olmaktadır. Dünyanın pek çok yeri için bu örnekleri çoğaltmak mümkündür (Sargın, 2006: 3). İnanç herkesin de bildiği gibi alınıp satılan bir ürün değildir. İnsanlar, inançlarında ötürü hacı olmak, kutsal yerleri görmek, manevi tatmine sahip olmak için seyahat etmektedir ve hatta bu mekânlar yalnız inanan tarafından değil, meraklıları tarafından da ziyaret edilmekte ve bu alanlar tur organizasyonları içinde yer almaktadır. Özellikle Budizm ve Hinduizm kendi din ve kültürlerini turizm amaçlı olarak pazarlama konusunda daha hoşgörülü olan dinlerdir (Özgüç, 2003: 84).

Tablo 2: 2013 Yılı Dünya'da En Fazla Ziyaret Edilen Kutsal Mekânlar

Sıra	Kutsal Mekân	Ülke	Yıllık Ziyaretçi Sayısı
1	Meji Shrine ve Sensoji Tapınağı	Japonya	30 milyon+30 milyon
2	Kashi Vishwanath Tapınağı	Hindistan	21,9 milyon
3	Our Lady of Guadalupe Bazilikası	Meksika	20 milyon
4	Tirupati Tirumula Devasthanams Tapınağı	Hindistan	18,2 milyon
5	Notre Dame Katedrali	Fransa	13,6 milyon
6	Sacre Coeur Bazilikası	Fransa	10,5 milyon
7	Naritasan Shinshoji Tapınağı	Japonya	10 milyon
8	Tsurugaoka Hachimangu Tapınağı	Japonya	10 milyon
9	Kiyomizu- dera ve kinkaku-ji Tapınağı	Japonya	10 milyon+6 milyon

10	Ise Jingu Tapınağı	Japonya	8,5 milyon
20	Sultanahmet Camii	Türkiye	5 milyon
29	Ayasofya	Türkiye	3,2 milyon

Kaynak: TÜRSAB, 2014: 7

Bilgiler Türsab 2014 inanç turizmi raporundan alındığı şekilde konulmuştur. Ziyaretçi sayılarıyla ilgili farklı kaynaklardan bulgular elde edilememiştir. Tablo 2 incelendiğinde en fazla ziyaretçiye ev sahipliği yapan kutsal mekânın Japonya'daki Meji Shrine ve Sensoji Tapınağı olduğu görülmektedir. 30 milyondan fazla ziyaretçileri olan bu tapınaklar dünya sıralamasında birinci sırayı almıştır. Genel olarak ilk onda Japonya'da bulunan tapınaklar yer almıştır. İkinci sıradaki Hindistan'ın neredeyse 22 milyon kişi tarafından ziyaret edilmesinde yukarıda bahsedildiği gibi ziyaretçilere karşı daha hoşgörülü olması gibi nedenlere bağlanabilir. Türkiye sıralamada yirminci ve yirmi dokuzuncu sırada Sultanahmet Camisi ve Ayasofya ile yer almıştır. Sultanahmet Camisi, 5 milyon ziyaretçiye ev sahipliği yaparken Ayasofya 3.2 milyon ziyaretçiye ev sahipliği yapmıştır. Bunların yanı sıra Bond vd., (2014: 471) 2003 yılında İngiltere'de bulunan katedrallerin yıllık ziyaretçi sayısının 30 milyon ziyaretçiyi aştığına vurgu yapmıştır.

1.3. İNANÇ TURİZMİNDE KADIN

Turizme dâhil olma konusunda cinsiyet farklılıkları bazı katı Ortodokslar'da ve ataerkil İslami kültürlerde kadınlar üzerindeki aşırı kısıtlama çok çarpıcı bir şekilde gözler önüne serilmektedir. Sanayi uygulamaları ve turizm hareketlilikleri toplum içerisinde mevcut olan cinsiyet eşitsizliğine dayalı olarak belirlenir (Okhovat, 2010: 303). Erkek üstünlüğü, kadınları halka açık alanlarda reddeden birçok Müslüman toplumun karakteristik özelliğidir. Ayrıca, Orta Doğu'daki kadınların turizme ve diğer faaliyet alanlarına katılımlarının engellenmesinin yanı sıra bu durum dini metinlerin yanlış yorumlanmasıyla kadınların bu ikinci sınıf durumu meşrulaştırılmaktadır. Fakat aynı zamanda kadınların birçoğu eğer metinler doğru yorumlanırsa haklarının korunacağına inanmaktadır (Henderson, 2003: 449). Müslüman kadınların konumlarının ve yetkilerinin algılanmasında farklılıklar tanınırken genel olarak turizm

endüstrisinde kadınlar, çalışan ve ev sahipliği yapma konusunda dezavantajlı görünmektedir (Okhovat, 2010: 303).

Orta Çağ hacı oldukça cinsiyetçi bir dini aktivite olduğu için Orta Çağ kadınları, hacı manevi bir yükseliş olarak tercih etmelerine rağmen, hac, her zaman onlar için özgürleştirici ve güçlendirici bir dini faaliyet olamamıştır (Reis, 2005: 155). Kadınların bulundukları çevrenin dışına çok az çıkabilmeleri, hayatlarının çoğunu dar bir çerçevede geçirmeleri onların farkında olmadan dünyalarını küçültmektedir (Yalçinkaya, 2011: 74). Kadınların dini adetlerini yerine getirmelerinin önünde güçlü bir cinsiyetçi faktör etkilidir, çünkü dini aktivitelere katılan kadınların İslami görüşler ve kilise yapıları tarafından cesaretleri kırılmakta, gerçekleştirdikleri dini aktiviteler küçümsenip uygun bulunmamaktadır. Kadınlar, neyin tam olarak bir dini hareketi oluşturduğunu içeren erkek kontrollü yorumlara ve egemenliğine direnmektedir. (Jansen ve Kühl, 2008: 296). ,

Hac her zaman kadınlar için ilgi çekici Tanrı'ya bağlılık şekillerinden biri olmuştur ve 14. Yüzyılda İngiltere'de kadın hacı sayısı artmıştır (Reis, 2005: 152-153). 19. yüzyıldan önce üst sınıfların iş seyahatleri haricindeki nedenlerden dolayı herhangi bir yere seyahat etmesi normal bir durum iken bir köylü ve bir kadının bu seyahate katılması şaşırtıcı bir durum olarak kabul edilmekteydi (Kaelber, 2006: 51). Son Yirmi yılda içerisinde İran toplumu çok değişti ve önceden haclarda erkekler daha büyük bir rol oynarken, günümüzde kadınları da içeren genç insanlar evlerinden kilometrelerce uzaktaki hac yolculuğuna katılmaya başlamıştır (Adelkhah, 2009: 41).

Kadın hacı sayısındaki çarpıcı artış etkileyici bir dönüşümdür. Hava yolu seyahatlerinin öncesinde toplam kadın hacı sayısı yüzde 30- 35 olarak hesaplanırdı. Bugün yaklaşık bütün deniz aşırı hacıların yüzde 45'ini kapsamaktadır. Endonezya, Malezya ve Singapur gibi Güney Asya ülkeler kadın hacıların yoğun olduğu ülkelerdir. Aynı zamanda kuzey batı Pakistan, Batı Türkiye ve güney batı Pakistan gibi bazı bölgelerde kadın hacı yoğunluğu artmıştır (Bianchi, 2016: 134) Türkiye, Suudi Arabistan'a en fazla hacı adayını gönderen ülkelerden biridir. İnanç turizmi raporunda 2014 yılında hacca gideceklerin yüzde 53'ünü kadınların oluşturacağını belirtmiştir (TÜRSAB, 2014). Türkiye'den 2016'da 59 200 hacı adayını giderken 2017 yılında bu kota 80 bine çıkartılmıştır (www.sabah.com.tr, 2017: 20 Mart 2017).

Tablo 3: 2013 Yılında Türkiye’den Suudi Arabistan’a Hacca Giden Kadın Sayısı

Yaş Grubu	Toplam	Erkek	Kadın
	56.396	25.954	30.442
-20	204	101	103
21-25	113	42	71
26-30	388	144	244
31-35	1.229	553	676
36-40	2.108	945	1.163
41-45	3.022	1.378	1.644
46-50	5.085	2.103	2.982
51-55	7.870	3.419	4.451
56-60	10.784	4.872	5.912
60	25.593	12.397	13.196

Kaynak: TÜRSAB, 2014, s: 3

Tablodan da anlaşılacağı üzere kadın hacıların hac yolculuklarındaki yerleri kayda değer büyüklüktedir. Bütün yaş gruplarında kadın hacı sayısı erkek hacı sayısından fazladır. Toplamda 2013 yılında Türkiye’den Suudi Arabistan’a hacca giden kişi sayısının yarısından fazlasını kadın hacılar oluşturmaktadır. Benzer örnekler inanç merkezlerinin ziyaretçileriyle ilgili yapılan çalışmalarda (Bideci ve Albayrak, 2015: 11; Bond vd., 2014: 475; Collins-Kreiner ve Sagi, 2011: 143; Drule vd., 2012: 433; Fernandes vd., 2012: 90; Hyde ve Harman, 2011: 1346; Richard ve Fernandes, 2007: 234; Song vd., 2015: 408; Şaman, 2009: 83) ortaya çıkmıştır. Sırasıyla, Türkiye’deki St. Nikolas kilisesini, İngiltere’deki katedral, tapınak ve ritüelleri, Hindistan’daki Drahamsala Budist tapınağını, Romanya’daki manastırı, İspanya’daki Santiago kilisesini, Çanakkale’deki Anzak mezarlıklarını, Portekiz’deki Fatima hac mekânı, Kore’de bulunan tapınakları, Mersin Aziz Pavlus kuyusunu diğer inanç alanlarını ziyaret edenlerin yarısından fazlasının kadın olduğu bulgularına varılmıştır.

İrlanda'daki kutsal mekânları ziyaret edenler üzerine yapılan bir çalışmada ilk olarak Clonmacnoise kalesini ziyaret eden erkek ve kadın sayıları birbirine eşitken, yılda ortalama 20 bin hacının ziyaret ettiği Lough Derg adasını hac için ziyaret edenlerin yüzde 70'i kadındır. Bu oranın büyüklüğünün nedeni kadınların daha çok ev işleriyle meşgul olup bütün aile için dua etmek için erkeklere nazaran daha fazla zamanlarının olmasından kaynaklandığına bağlanmıştır (McGettigan ve Griffin, 2012: 123). Ayrıca Litvanya'daki Hz. Meryem'in evinin de içinde bulunduğu mucizevi inanç mekânlarına ve etkinliklerini ziyaret edenlerin yüzde 80'inin kadın olduğu bulgusuna erişilmiştir (Liutikas, 2015: 206). Genel olarak kadınlar erkeklerden daha fazla dinsel mabetleri ziyaret etmektedir.

Kadın azizeler, erkek azizlerin aksine daha fazla ziyaret edilmekte ve inançlı kimselerin, Avrupa'da Hz. Meryem ve üç diğer azize kadına, Hristiyan veya erkek azizlerden daha fazla bağlı oldukları ortaya çıkmıştır (Jansen ve Kühl, 2008: 296). Yapılan başka bir araştırmaya göre ise, inanç turizmine katılanların cinsiyet farklılıkları bölgelere ve dinlere göre değişiklik göstermektedir. Batı Avrupa, Kuzey Amerika ve Katolik hac mekânlarının tümünde kadın hacılar çoğunlukta iken, Batı Bengal'de Hinduizm'e inanan hacılara bakıldığında, erkek ve kadın hacıların oranı birbirine yakındır. Mekke'de ise hacca gelenlerin erkek yoğun olduğu gözlenmektedir (Rinschede, 1992: 62). 2016 yılında Suudi Arabistan'a hacca gidenlerin yüzde 45,6'sı kadın yüzde 54,6'sı erkektir (www.stats.gov.sa, 2016: 16 Haziran 2016).

1.3.1. İnanç Turizminde Beklentiler ve Kadın

Motivasyon, insan davranışlarını yönlendiren ve ortaya çıkaran içsel güçleri kastedir (Hyde ve Harman, 2011: 1344) ve bir hedefi başarmak için bireysel çabaların niyeti ve uyumunu etkileyen bir süreci ifade eder (Robbins, 2003:202). Motivasyon, yapı olarak karmaşık insanı harekete yönlendiren bir şeyler olarak tanımlanır ve insanların nasıl güdülendiğiyle ilgili basit ve evrensel bir cevabı yoktur (Blackwell, 2007: 40).

Motivasyon faktörleri çekici ve itici olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Çekici faktörler insanın seyahatiyle ilgili içsel dürtülerle ilgiliyken, itici faktörler turistlerin ihtiyaç ve beklentilerini karşılayan destinasyonun özellikleriyle ilgilidir (Crompton

1979: 416). Bu çekici ve itici faktörler sık sık içsel ve dışsal motivasyonlar olarak sayılmaktadır. (Wang vd., 2015: 4). Yalçınkaya (2011: 89-90)'ya göre içsel motivasyon, zorlama olmaksızın bizi bir şey yapmak için harekete geçiren, bir davranışta bulunma gücünü içimizde var eden güçtür. Dışsal motivasyon ise dış güdümlü dini bir inancı olan kimselerin, inançlarını içselleştirmek yerine, onları bireysel ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla bir araç olarak kullanma eğilimi göstermektedir. Jang vd., (2009: 60)'ne göre farklı kültürleri ve farklı yaşam biçimlerini deneyimlemek itici motivasyona bir örnektir.

Pearce ve Lee (2005: 228)'ye göre en yaygın dört boş zamanı değerlendirme motivasyonu, yenilik arayışı, kaçış/rahatlama, ilişkilerini geliştirme ve kişilik- benlik gelişimidir. Crompton (1979: 416-421), dokuz seyahat güdüsü önermektedir, bunların yedisi sosyo-psikolojik yani itici faktördür.

- Algılanan Sıradan Çevreden Kaçış: Yaşadığı, çalıştığı çevre ve evden geçici olarak uzaklaşma isteğidir,
- Kendini Değerlendirme ve Keşfetme: Kendileri ve benlikleri hakkında keşfetme ve değerlendirme isteğidir. Bu sayede, kendini değiştirme ve arıtma fırsatı bulunur,
- Dinlenme ve Rahatlama: Günlük yaşamın stresinden zihinsel ve fiziksel olarak yenilenme isteğidir,
- Gerileme: Çocukluk ve ergenlik zamanlarını hatırlatan davranışlarında bulunma ve daha önceki hayat şeklini arama isteğidir. Bazen nostaljik faktör olarak da açıklanabilmektedir,
- Akrabalık ve Aile İlişkilerinin Geliştirilmesi: Aile ve akraba ilişkilerini geliştirme isteğidir,
- Statü/Prestij: Çevrelerindeki insanların gözünde yüksek seviyede olma isteğidir.

Diğer ikisi de kültürel motivasyonları içinde barındıran çekici faktörlerdir.

- Yenilik: Heyecan, macera deneyimi ihtiyacıyla güdülenen seyahatler aracılığıyla yeni ve farklı bir deneyim arama isteğidir,
- Eğitim: Bilgi kazanma ve entelektüel anlayışını geliştirme isteğidir.

Bu iki motivasyon faktörünün ikisinin aynı anda yaşanması muhtemeldir. (Lo ve Lee, 2008: 328). Geçmiş deneyim ve kararlar ardından oluşacak deneyimlerle

ilgi beklenti, davranış ve değerlendirmelere etki edecektir (Yeh vd., 2008: 583). Bireylerin motivasyonu önceki seyahat deneyimlerinin derecelerine göre değişir. Yüksek seyahat deneyimli bireyler kişisel gelişimle ilgili faktörlerle güdülenirken, düşük seyahat deneyimli insanlar, güvenlik, takdir ve teşvik le ilgili faktörlerle güdülenir (Pearce ve Lee, 2005: 235).

Snepenger, vd., (2006: 142), dört seyahat motivasyon şeklini geliştirerek, on iki maddelik seyahat motivasyon şekli oluşturmuştur. Bunlar;

- Kişisel kaçış
 - Normal çevresinden kurtulmak için,
 - Günlük hayatında hızlı bir değişiklik yapmak için,
 - Kötü bir ruh halinin üstesinden gelmek için.
- Kişilerarası kaçış
 - Rahatsız eden insanlardan kaçınmak için,
 - Stresli sosyal çevreden kurtulmak için,
 - Başkalarıyla etkileşimden kaçınmak için.
- Kişisel arayış
 - Başkalarına deneyimlerini anlatmak için,
 - Kendini iyi hissetmek için,
 - Tek başıma yeni şeyler yaşamak için.
- Kişilerarası arayış
 - Benzer çıkarları olan insanlarla birlikte olmak için,
 - Arkadaşlarla/ aile bireyleriyle daha yakın olmak için,
 - Yeni insanlarla tanışmak için.

Seyahatçilerin davranışları genellikle amaçları göz önünde bulundurularak tatmin edilebilir. Amaç, bazen bir insanı kavrayabilmek için davranıştan daha etkili görülür (Jang vd., 2009: 576). Turist motivasyonlarının özünde tatmin edilmesi gereken insan ihtiyaçları yatmaktadır (Hyde ve Harman, 2011: 1344). Turist motivasyonları çok yönlüdür ve tek bir seyahat içinde birden fazla güdüye sahip olunur (Uriely vd., 2002: 527).

Turistler yeni bir şeyler denemek ve kutsal siteleri ziyaret etmek için seyahat eder (Iheanacho, 2015: 272) ve hayatlarına anlam katabilmek için istek ve deneyimleri

tarafından güdülenirler (Wiltshier ve Clarke, 2012: 134). Bir bireyin kişisel gönüllülük tutumu, kişiliği ve motivasyonu seyahatin olmazsa olmaz unsurlarındandır (Liutikas, 2014: 304). Seyahatçiler, günümüzde artık daha sofistikedir ve giderek belirli ihtiyaç ve isteklerini tatmin edecek daha eşsiz ve anlamlı seyahat deneyimleri arayışındadır (Lo ve Lee, 2008: 326). Farklı güdü, tercih ve inanca sahip farklı tiplerdeki turistler kendi manevi ve seküler ihtiyaçlarına göre farklı deneyimlere gereksinim duyar (Hughes vd., 2013: 212). Collins-Kreiner ve Sagi (2011: 133)'ye göre öğrenme güdüsü turist deneyimlerinin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Örneğin, Budist tapınakları ziyaret edenlerin yarısından fazlası bu güdüyle ziyaret ettiği orta çıkmıştır.

Din, inanç merkezlerine seyahate yönelten en birincil motivasyondur (Abreu, 2006: 144). Birçok din genellikle her ne amaçla olursa olsun kutsal yerleri ziyareti gerektirir (Iheanacho, 2015: 263). Dini motivasyon, bir anlamdan çok daha fazla karmaşık bir konsepttir bu yüzden sosyal kapsamda ve bireysel inanca dayalı farklı yoğunluk seviyeleri vardır (Blackwell, 2007: 45).

İnanç turizmi kapsamında insanlar, eş zamanlı olarak yerel ve daha hızlı çevre içerisinde daha köklü bir yere sahip olmak isterken aynı zamanda küresel toplumun bir parçası olmak için bireysel arayışlara girerek, daha geniş bir dünyaya ulaşmak istemektedir (Griffin, 2012: 158). Kutsal inanç alanlarını ziyaret eden kişiler, inandıkları kişilerin gerçek hayatta kendilerinden başka bir zamanda yaşadıklarını bilmeleri inançlarını güçlendirmelerine yardımcı olmaktadır (Iheanacho, 2015: 263).

Yetkililer günahkârların da hacca gitmesini gerekli görerek bu duruma ortak olmuştur. Böylece turizm ve hacı birbirinden ayırmak oldukça güçleşmiştir (Finney ve Orwig, 2008: 135). Ayrıca dini uygulamalar hem hac motivasyonunu hem de haccın deneyiminin kalitesini etkiler. Örneğin; Orta Çağ'da Katolik kilisesinin tutumu manevi motivasyonun zayıflamasına neden olmuştur (Blackwell, 2007: 45).

20. Yüzyıl insanların aktif olarak, ben kimim ve kimdim gibi sorulara yanıt bulmak için köklerini araştırdığı ve eski sınırlarını güçlendirdikleri ayrıca yenilerini yaratmaya çalıştıkları bir zaman olarak nitelendirilir (Timothy ve Olsen, 2006: 4). Birinin aile tarihi ve köklerini bilme isteği nedenleri insanları seyahate yöneltir. Akraba ziyaretleri ve kişinin doğduğu toprakları ziyaret etmesi yaygın seyahat eğilimlerindendir. Nostalji hissi, kendi aile kalıntılarını anlama ihtiyacı veya çocukluk

ve gençlikleriyle ilgili ya da bütün yaşamları boyunca duydukları yerler insanları ziyaret etmeye güdüler (Liutikas, 2014: 306).

Amerika'daki Afrikalılar'ın parçalanmış kimliklerini tekrardan birleştirebilmek için kültür mirası ve dini turlara katılarak atalarının evlerini ziyaret etmektedir (Cohen, 2006: 79). Bazı seyahatçiler, aitlik hissini yaşamak için, bazıları nostaljik hislerini tatmin etmek için, bazıları inançlarının öğretilerini öğrenmek için dini merkezlere gitme konusunda güdülenmektedir (Iheanacho, 2015: 272). Ayrıca, dini inanışlarını derinleştirmek, bir inanç temelli tatilde dinlerinin tarihi kökleri keşfetmek, eşsiz bir kültürü deneyimlemek, dünyanın büyüleyici destinasyonlarını ziyaret etmek ve tatillerinde basitçe eğlenmek istemek dini turistlerin ana motivasyon nedenleri arasındadır (Wang vd., 2015: 4).

Hacıların beklentileri farklı ve karmaşıktır (Liutikas, 2015: 211) ve hacıların beklentisi turistlerden daha yüksektir (Blackwell, 2007: 45). Hacılar sıra dışı ve hayatlarını değiştirecek deneyimler yaşama beklentisi içerisinde ve kutsallığı en derin şekilde yaşamak ister (Digance, 2003: 146-154). Din amaçlı seyahat eden turistler belirli yerlerin zenginlikleri tarafından çekilir. Tipik tapınaklar ve güçlü bir dini atmosfer hacıların kendi içsel benliklerini bulmalarına yardımcı olur ve laik dünyanın karmaşıklığıyla rahatsız edilmeden kendilerini huzurlu hisseder (Wang, Chen ve Huang, 2015: 4). Hacılar, bir dini erdem kazanmakla veya günahlarını affettirmekle, dünyevi sorunlarına çözüm veya hastalıklarına çare arayışıyla güdülenir (Hyde ve Harman, 2011: 1345).

Kutsal mekânlar, hacıların, Tanrı'ya yakınlık, ibadet yeri, Tanrı'ya minnettarlığını göstermek ve af dileme arayışı içerisinde oldukları alanlardır (Kasim, 2011: 453). Iheanacho (2015: 272)'ya göre hacılar Tanrı'ya sevgisini göstermek, gerçek maneviyata daha yakın olmak, Tanrı'ya şükranlarını göstermek, mucize için yalvarmak veya Tanrı'dan af dilemek amacıyla manevi seyahatlere katılmaktadır. Terzidou (2010: 346)'ya göre inanan kişiler, kutsal mekânların görüntüsünden çok mucizevi güzellikleriyle ilgilenmektedir. Abbate ve Nuovo (2013: 501-502), hacıların inançlarını güçlendirmek amacıyla seyahat ederek manevi deneyimlere sahip olmayı dilediğini ve bunu ayin veya diğer dini aktivitelere katılarak ve manevi bir inzivayla gerçekleştirebileceğine vurgu yapmıştır.

Hac, Avrupa’da 16. yüzyıldan 18. yüzyıla kadar köylü kesimde seyahat etmek için birkaç kabul edilebilir gerekçeden biriymiz günümüzde modern hacıların çoğu da aynı dini motivasyonla hareket etmektedir (Finney ve Orwig, 2008: 135). Bir hac, yaratıcı düşünme, eylem ve düşüncenin daha büyük birimlere ulaşmasını mümkün kılmak için gerçekleştirilmektedir (Lloyd, 2015: 38). Hac mekânlarını ziyaret edenlerin ana amacı, bilgilerini artırmak ve zevk arayışı, sevgi ve kendilerini Tanrı’ya adamaktır (Raj, 2012: 98-99). Blackwell (2007: 44)’e göre hactan bireylerin beklentileri aşağıdaki şekillerde olabilmektedir;

- Maneviyatını arttırmak için,
- Manevi amaçları yerine getirmek için,
- İçsel ödüller (manevi doyum, kendini gerçekleştirme), dışsal doyum (tanınırlık ve kendi dini toplulukları içerisinde statüsünü artırmak) için.

Ziyaretçilerin kutsal yerlerden ve çekiciliklerden beklentisi ruhsal ve zihinsel gelişimine katkı sağlayacak faydada olmasıdır (McGettigan ve Griffin, 2012: 120). Ayrıca haccın en önemli motivasyonu sosyal veya kişisel kimliğin ifade edilme arzusu olarak görülmektedir (Liutikas, 2015: 208). İnsanların dini yerleri seyahat etmelerinde, yeni bir deneyim edinebilme isteği, yaşam şartlarının değişmesi isteği, rahatlatıcı bir gün geçirme isteği, kutsal bir ibadet arayışı veya sadece şaşırma ve keşfetme istekleri gibi güdüler etkilidir. (Rashid, 2012: 149). Hyde ve Harman (2011: 1343) çalışmalarında hac alanlarının, arkadaşlık, aile haccı, maneviyat, seyahat ve milliyetçi amaçlarla ziyaret edildiğinden bahsetmiştir. Smith (1992: 4), dini alanları tercih edenlerin dini motivasyonlarını beş şekilde birbirinden ayırmıştır. Bunlar;

- Güçlü bir şekilde dini inançları tarafından güdülenen dindar hacılar,
- İnançlarının büyük bir kısmını inançlarının oluşturduğu hacılar,
- Hem inanç hem de kültürel alanları ziyaret etmeye ilgi duyan hacılar,
- Asıl olarak kültürel nedenlerle güdülenen ve dini geleneklerin nasıl uygulandığını bilmeye eğilimli hacılar,
- Destinasyonları seçerken üzerlerinde dini etkenlerin bir anlamı olmadığı seküler turistler.

Birçok insan manevi nedenler dışında eğlence veya eğitici ilgilerinden dolayı dini kültür miras alanlarını ziyaret etmeye eğilimlidir (Hughes vd., 2013: 211). Dini tarihi mekânlar, tam olarak dini motivasyonlu turistlerden ziyade eğitim ve boş

zamanlarını değerlendirme amaçlı turistler tarafından daha çok ziyaret edilmektedir (Olsen, 2006: 114). Günübirlik ziyaretçilerin inanç alanlarına verdikleri değer manevi anlamdan ziyade mimari, sanatsal ve tarihseldir (Levi ve Kocher, 2012: 915).

Liutikas (2014: 308)'a göre seküler haclarda ana motivasyon boş zaman, iyi zaman geçirmek, dinlenmek ve yeni şeyler deneyimlemektir. İkincil motivasyon inanılan bir aktivitenin yerine getirilmesi ve üçüncül motivasyon ise manevi yenilenme ve psikolojik iyileşme gibi içsel değişikliklerdir. Kutsal mekânlar, her insan grubu için mistik, dini ve kültürel farklı anlamlar ifade etmektedir (Iheanacho, 2015: 263). Drule vd., (2012: 434) daha iyi bir benlik, eğlence, kültürel güzelliği keşfetme ve diğer insanlarla etkileşim isteğiyle kutsal alanlara güdülenmektedir ve giderek bu alanlara seyahat edenlerin motivasyonları değişmekte, çeşitlenmekte ve daha karmaşık bir hal almaktadır.

İnanç ve dini etkiler inanç alanlarının ziyaret edilmesinde etkin rol oynamaktadır fakat görkemli katedrallerin ziyaret edilmesinde birincil motivasyon din olarak görülmemektedir (Bond vd., 2014: 472). Dini yapılara hayranlıkla gerçekleştirilen ziyaretler hac olarak kabul edilmez bu gibi durumlarda kültürel motivasyon ön plana çıkar (Iheanacho, 2015: 272). Woodward (2004: 174)'a göre kilise ve katedral ziyaretlerinde beş faktör göz önünde bulundurulmuştur. Bunlar;

- Manevi motivasyon, önemlidir fakat tek başına neden değildir,
- Dürtüsel ziyaretler, bir günün parçası olarak gerçekleşen ziyaretlerdir,
- Aile bağları, özel hatıralar düğün ve vaftiz törenlerinin o alanda gerçekleşmesi ayrıca akrabalarının o mekânda gömülmesidir,
- Ünlü kişilerle bağlantı, Anne Bronte mezarlığına sahip olan Scarchborough'taki Hz. Meryem kilisesine olan ilgi,
- Kilise mimarisine kişisel ilgi, genellikle vitray veya benzeri diğer özellikler.

Örnek vermek gerekirse, Catenbury katedralini ziyaret edenlerin bir kısmı hobi olarak kendi kültürünü barındıran yerlere olan ilgiden dolayı, bir kısmı da yapının ününden ötürü ziyaret etmektedir. Buradan hareketle ziyaret edenlerin büyük çoğunluğu, kendilerini manevi deneyim arayışçısı ve hacı olarak düşünmemektedir (Hughes vd., 2013: 215). Birçok İngiliz vatandaşı, belirgin bir şekilde artık inançlarının gereklerini yerine getiremeseler de hâlâ Hristiyan kültür mirası alanlarına güçlü bir yakınlık hissetmektedir (Bond vd., 2014: 479).

İnançlı kimseler dini arka planları ve inançlarıyla güdülenirken, inanmayanlar örneğin; bir kiliseyi sanatsal çalışması, mimarisi, kültürel mirası ve yerin tarihi hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak ve dinle ilgili kültürel elementleri ziyaret etmek için bu tarz destinasyonları tercih eder (Iheanacho, 2015: 274). Örneğin; York kilisesi çift fonksiyonludur hem sekülerliği hem de kutsallığı birlikte bünyesinde barındırmaktadır. Bu kilise ziyaretçiler üzerinde yüzlerce yıldır bir miknatis görevi görmektedir ve 20. Yüzyıl içerisinde önemli bir ilerleme katetmiştir. Bu yüzden kilise gezi rotaları için temel oluşturmuştur (Raj, 2012: 97). Blackwell (2007: 40-45)'e göre inanç turizmi ve hac çok yüzlü ve karmaşık bir olgudur. Motivasyon, sıklıkla kişinin farkında olmadan hacıdan turiste yani dinden sekülerliğe veya tam tersi olarak gelişebilir ve de bir motivasyon nedeni olmadan hacı ve dini turistler fiziksel veya manevi amaçlarını elde edemez.

Genellikle dini, hac merkezleri hacı olmayan turistlerin ilgisini çeken anıtsal ve tarihsel alanlardır ve ziyaretçileri boş zamanlarını değerlendiren seyahatçiler ve manevi olarak motive edilmiş kişilerin karışımından oluşmaktadır (Liutikas, 2014: 311). Dini mekânlar sadece ibadet eden amaçlı gelen ziyaretçiler dışında bu mekânları kültürel destinasyon olarak gören birçok ziyaretçi tarafından ziyaret edilmektedir (Rashid, 2012: 149). Kültürel motivasyon her zaman birincil motivasyon değil bazen ikincil motivasyon olarak da karşımıza çıkar. İnsanlar, evlerinden belirli kültürel gösterimleri izlemek niyetiyle ayrılır (Iheanacho, 2015: 274).

Katedral, kilise ve cami gibi inanç alanları sadece manevi değerler için değil aynı zamanda eğlence, eğitici ve kültürel amaçlarla dünya çapında birçok ziyaretçiyi çekmektedir (Woodward, 2004: 174). Ayrıca farklı dini alanlar farklı çekim güçlerine sahip olduğu için örneğin; Canterbury gibi çok büyük katedraller kültürel ve tarihsel arayış içinde olanları çekerken, türbeler, tapınaklar ve dini festival alanları daha çok ibadet odaklı deneyim yaşamayı bekleyen ziyaretçileri çekmektedir (Bond vd., 2014: 479). Katedraller, gibi inanç yapılarının yerin ruhu veya gizemi gibi niteleyici elementleri içermesinden ötürü, katedral ziyaretçilerinin motivasyonlarını sınıflandırmak ve deneyimlerinin niteliğini değerlendirmek çok karmaşık bir durumdur (Shackley, 2002: 349).

Turistlerin bazıları da tarihi ve kültürel deneyim kazanmayı amaçlayabilir ve de dini ibadethanelerin bulunduğu doğal çevreye ilgi duyabilir (Wang, Chen ve Huang,

2015: 4). Günümüzde dini nedenlerle kutsal mekânları ziyaret etmeyi seçen, dini amaçla seyahat eden turistler modern hacılar olarak düşünülür. Sadece dini nitelikli olmayan nedenler dışında, özellikle modern dünyanın endişeleri ve kaygılarından dolayı insanları hac yolculuklarına yönlenir (Abbate ve Nuovo, 2013: 501-502). İnsanların belirsiz hayatlarını anlamlandırabilmeleri için insan ihtiyaçlarının bir sonucu olarak kutsal mekânlara yapılan hac ve seyahatlere olan ilgi gittikçe artmaktadır. Kişiler geleneksel ibadetlerle hayatlarına anlam katamadıkları için günümüzde dini amaçlar için farklı şekillerdeki deneyimlere yönelmektedir. Sonuç olarak kültürel ve dini motivasyon arasında ayrılması güç, çok yakın bir bağlantı oluşmuştur (Fernandes vd., 2012: 86).

Literatür tarandığında dini mekânların ziyaret güdülerinde milliyetlere göre farklılıklar da görülmüştür. Bideci ve Albayrak (2015: 11-12)'a göre Alman katılımcıların dini motivasyonlarının daha yüksek olduğu görülmüştür. St. Nikolas kilisesini ziyaret nedenleri arasında Myra antik kentinin hikâyesi, dini özellikleri yer almaktadır. Rus katılımcıların motivasyonları Myra antik kentinin tarihinden ötürü daha kültürelidir. Diğer bir farklı örnekte ise; Hyde ve Harman (2011: 1346)'ın çalışmasına göre aile haccı Gelibolu ziyaretinde Avusturalyalılar ve Yeni Zelandalılar için de önemli bir güdüdür fakat Avusturalyalılar daha güçlü bir milliyetçi motivasyona sahiptir. Diğer bir önemli husus ise İngiltere'de yaşayan Genç Avustralyalı ve Yeni Zelandalı vatandaşların arkadaşları ile iyi zaman geçirmek ve Türkiye'yi, Avrupa turunun bir parçası olarak gördükleri için ziyarete güdülenmeleridir.

Dinlerde de seyahate yönelten nedenlerde farklılıklar görülmüştür. Hristiyanlar inançlarını güçlendirmek için kendilerine İsa hadisesini ve diğer kalıntıları hatırlatan alanları ziyaret için seçmektedir (Iheanacho, 2015: 272- 274). İsrail'deki Protestanlar bir bütün olarak İncil'de geçen bütün alanlara ilgi duyarken, Katolik hacılar sadece İncil ile ilgili tarihi alanları ziyaret etmeye meyillidir. Görüldüğü gibi aynı dinden olan iki grup arasında dahi farklılıklar mevcuttur (Fleischer, 2000: 315). Yahudi hacıların inanç alanları onların kendi tarihi kalıntılarını içerdiği için motivasyonları duygusal deneyim isteklerine dayalıdır. Hristiyanların ise birincil motivasyonu, tarihi turistik çekicilik olmasıdır (Poria vd., 2003: 350). Hacılar, Mekke, Medine ve Kudüs'teki

Mescid-i Aksa’da ibadet edip namaz kıldıklarında sevaplarının katlanarak artacağına inanmaları Müslümanların hacca gitmelerinin en büyük nedenlerden biridir. Müslümanların gözünden bakıldığında hac alanlarını ziyaretin amacı sevgi ve haz duymaktır (Raj, 2012: 99).

Kadınlar ve erkekler seyahat konusunda yüksek enerjiye sahiptir ve bireyleri seyahate yönelten motivasyonel kişilik özellikleri ele alındığında kadınların erkeklerden özellikle daha duygusal ve vicdanlı oldukları ortaya çıkmıştır (Abbate ve Nuovo, 2013: 503-504). Önceki yüzyıllarda kadınların dini amaçlarla evlerinden ayrılması ve uzaklaşması, ilginç arayışları yaşadıkları toplum tarafından beklenmeyen bir durum olarak kabul edilmekteydi çünkü kadınların hacı, doğal düzeninin ihlal edildiği bir durum olarak algılandığı için 15. yüzyılın erken zamanlarına kadar dini arayış için hevesleri kırılmıştır (Reis, 2005: 157).

Kadına karşı daha sert kurallarıyla tanıdığımız İran’ın zamanla sosyal normları çok değişmiştir. Önceden haclarda erkekler daha büyük bir rol oynarken, günümüzde kadınları da içeren genç insanlar evlerinden kilometrelerce uzakdaki hac yolculuğuna katılmaya başlamıştır (Adelkhah, 2009: 41). Yine İran’daki Şia mezhebindeki kadınlar, camilerde ağlamanın feryat etmenin ve mübarek kişileri övmenin uygunsuz olacağını düşündükleri için, birçok kadın türbelere namaz, meditasyon, rahatlama veya birbirleriyle sohbet etmek için gitmektedir (Honarpisheh, 2013: 395). Ayrıca, türbeler ölümü ve dünyanın ebedi olmadığını hatırlattığı için İslam dini türbe ziyaretlerini teşvik eder (Altan, 2007: 19).

Ziyaretçiler yalnızca manevi yükselme veya haz arayışı tarafından motive edilmeleri dışında, dini inancı, kültürünü ve düşüncesini anlayabilmek için ya da sitenin geçmişi hakkında bilgi edinmek için eğitici bir ilgi duyarak mekânı ziyaret edebilir. (Timothy ve Olsen, 2006: 5). Türk kadın hacıları hacca yönelten ana motivasyon nedenlerinin, a) dini zorunlulukları ve görevleri, b) İslam’ın beş şartını yerine getirme isteği, c) İslam dünyasının merkezini ziyaret etmek ve diğer Müslümanların İslamiyet’i nasıl yaşadığını görmek istemeleri olduğu yönünde bulgulara erişilmiştir (Günlü ve Okumuş, 2010: 10-16). Sırbistan’daki St. Petka kilisesindeki bahar suyunun kadınlar için faydalı olduğuna inanıldığı ve St. Petka’nın kadınların koruyucusu olarak düşünüldüğü için sık sık ondan yardım dilemek için kadın ziyaretçiler tarafından başvurulmuştur (Bozic vd., 2014: 129).

Terzidou (2010: 344)'ya göre Hz. Meryem çoğu insan tarafından fiziksel engel, ölümcül hastalık ve doğurganlık sorunlarıyla bağlantılı mucizeleriyle tanınmaktadır. Jansen ve Kühl (2008: 299)'ün yaptığı bir araştırma da Müslüman, Protestan veya Budist kadınlar benzer amaçlarla Almanya'daki Hz. Meryem tapınağını ziyaret ettikleri kanısına varmıştır. Farklı dinlerdeki kadınlar korku ve şiddet gibi durumlar için Hz. Meryem'den yardım dilemekte, kadınsal endişelerine Hz. Meryem aracılığıyla teselli bulmak ve bunu paylaşmak istemektedir. Kadınların çektiği acılar dini farklılıklardan daha önemli görülmektedir. Diğer bir Hz. Meryem tapınağı ziyaret nedenlerine Abbate ve Nuovo (2013: 503-504)' da yer verilmiştir. Bosna Hersek'teki Meryem Tapınağı'nı ziyaret eden İtalyan turistlerin oluşturduğu bir grup üzerine yapılan bir araştırmada kadınları motivasyon nedenleri kendi benlikleri veya sosyal faktörler iken erkeklerinki keşfetme ve meraktan oluşmaktadır.

Bideci ve Albayrak (2015: 11)'a göre Myra antik kentindeki St. Nikolas kilisesini ziyaret eden kadınların amacı, ibadet, rahatlama, antik kent hayatı hakkında bir şeyler öğrenmek istemektir. Drule vd., (2012: 433), Romanya'daki Ortodoks manastırını dini motivasyonla ziyaret edenlerin büyük çoğunluğu kadınlar, düşük gelirli, yaşlı kişiler ve köy sakinlerinden oluştuğu bulgusuna erişmiştir. Yine aynı manastırda erkeklere kıyasla kadınların '*daha iyi bir insan olma*' isteği güdüsünün daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Jansen ve Kühl (2008: 307)'e göre ayrıca, kadınların Selçuk'taki Hz. Meryem evini ziyaret nedenleri arasında, daha iyi bir yaşam, kendi evlilik seçimlerinde doğru karar, yalnızlıkla yüzleşme hasta aile bireylerine şifa bulma ve şiddet meyilli eşlere karşı güç bulma gibi nedenler yer almaktadır.

1.3.2. İnanç Turizminde Deneyim ve Kadın

Bir deneyim, bir eylemi gerçekleştiren ve şekillendiren aktif bir insanı kastettiği için kişiseldir (Turner ve Bruner, 1986: 5). Turizm, deneyim ekonomisinin öncü örneklerindendir (Quan & Wang, 2004: 297) ve turizm endüstrisi, ziyaret, görme, öğrenme, zevk alma ve farklı bir çevrede farklı bir hayatı inceleme gibi önemli turist deneyimlerine dayanmaktadır (Song vd., 2015: 401-403). Deneyim ekonomisinin inanç turizmi ve hac konusu için özellikle önemli olduğuna inanılır (McGettigan ve

Griffin, 2012: 121). Ayrıca, deneyimlerin en başarılı pazarlama mesajlarından çok daha güçlü duygusal bağ kurduğu iddia edilmektedir. Bu özellikle deneyime dayanan turizm endüstrisi için önemli bir çıkarımdır (Pine ve Gilmore, 2002: 5).

Turizm ticaretindeki pazarlama uzmanları Amerika’da 1946 ve 1964 arasında doğan nüfusun bir seyahat deneyimi arayışı içinde olduklarına inandığına dikkat çekmiştir (Smith, 1992: 13). İnanç turizm belirgin bir şekilde deneyimsel üründür (Bond vd., 2015: 471), ayrıca daha özgün turist deneyimi, kişisel gelişim, kültürel ve dini miraslara olan ilginin artması nedeniyle bu turizm şekli gelişmektedir (Levi ve Kocher, 2012: 915). Kasım (2011: 442)’ye göre insanoğlu, mevcut dünyadaki farklı kültürleri anlamak ve gözlemlemek için doğuştan gelen bir isteğe sahiptir ve hayatı, gelenekleri, değerleri ve inanç sistemlerini anlama ve gözlemleme isteği turizmin her platformunda oluşmaktadır.

Bugünün turistleri olumlu ve duygusal tatmin deneyim arayışındadır (Song vd., 2015: 402). Pozitif duygu turizm sırasında oluşan ani ve geçici bir durumdur (Lin ve Kuo, 2015: 85). Bireysel deneyimler dakikadan dakikaya değişebilir (Collins-Kreiner, 2010: 453). Turistler, giderek hangi fiyatta olursa olsun egzotik, eşsiz kültürel gösteriler ve deneyimlere ilgi duymaya başlamıştır (Kasım, 2011: 445). Nadiren maruz kalınan özgün etkinlikler, turistlerin deneyimlemesi ve zevk alması için ilgi çekici hale gelmiştir (Kamil, 2000: 3).

Turist deneyimleri sıralı olarak şekillenir ve bitiş noktasında unutulmaz deneyimlerin ve anların arayışı içine girilir (Lin ve Kua, 2015: 85). Turistler, aktif olarak etkinliklere katıldıklarında en uygun deneyimi elde eder (Pine ve Gilmore, 1998: 101) ve turizm ürün veya hizmetinden yüksek değer algıladığında tatmin olmaları muhtemeldir (Song vd., 2015: 406). Memnuniyet, beklentileri aşan veya karşılayan bir durum veya etkinliğe bütünsel duygusal cevap olarak tanımlanır (Shackley, 2002: 349). Memnuniyet, bütün turist deneyimleri arasında en etkili durumdur (Oliver, 1980: 466).

Bir ziyaretçinin deneyimleri zihinsel durumuna, zamana, yoğunluğuna ve kişinin kendi kişisel karakterine göre değişir (Porie, 2003: 360). Farklı ziyaretçiler, yaşlarına, cinsiyetlerine, hayatlarındaki durumlarına ve diğer faktörlere göre farklı deneyimler yaşar (Collins-Kreiner, 2009: 9). Aho (aktaran Ritchie ve Hudson, 2009: 114), turizm deneyim sürecinin aşamalarını sırasıyla şu şekilde ifadelendirmiştir;

- Yönelim, var olan ilginin farkına varılmasıdır,
- Bağlılık, seyahat kararında ilginin güçlenmesidir,
- Ziyaret, seyahat ve destinasyona gerçekleştirilen asıl ziyaretin gerçekleşmesidir,
- Değerlendirme, daha önceki deneyim ve seçeneklerle geçmişteki eylemlerle ilgili kıyaslama ve çıkarım yapmak,
- Depolama, fotoğraf, hediyelik eşya ve film gibi fiziksel; insanları ve sosyal ilişkileri hatırlamak için sosyal ve de etkiler, izlenimler ve yeni anlamlar için zihinsel depolama olmak üzere üçe ayrılır.
- Yansıtmı, deneyimlerin zaman içerisinde tekrardan açığa çıkması, sunulmasıdır,
- Zenginleştirme, hediyelik eşyaların gösterilmesi, anıları kutlamak için toplantılar düzenlemek ve gezi boyunca yeni deneyimler yaratmaktır.

Lin ve Kua (2015: 85)'ya göre post modern çağda, tüketicilerin deneyimleri ekonomik ve sosyal yaşamda giderek daha önemli bir rol oynamaya başlamıştır. Süreç temelli deneyimler, deneyimleme süreci boyunca değişim gerektirmektedir. Kültür, tarih, din, doğa, etkinlik, alışveriş, mimari, ağırlama, konaklama ve ulaşımı içeren destinasyon bağlamındaki tetikleyici turist deneyimleridir. Sonuç odaklı deneyimler, bir deneyimin anlık sonuçlarına odaklanmaktadır. Bu sonuçlar, birinin ruh halini, hislerini ve duygularını içeren efektif deneyimsel çıktı ve düşünce veya bir bilinçli zihinsel durumu içeren bilişsel deneyimsel çıktıdır. Csikszentmihalyi (1975: 6), boş zaman kapsamında deneyimleri açıklarken hatıralarda yer alan, sevgiyle anılan en derin zevk ve neşe hissini sağlayan ideal deneyimlerin önemini açıklamıştır. Cohen (1979: 184-190), turist deneyimlerini beş gruba ayırmıştır. Bunlar;

- Dinletisel Turist Tipi: Turist, seyahatin kendisini fiziksel ve zihinsel gücü yeniden inşa ettiğinden dolayı seyahat deneyiminden haz duyar. Eğlence amaçlı turist seyahatlerinde niyet ve dini seyahatin anlamı sekülerleşir ve maneviyat içeriğini kaybeder. Bu amaçtaki turistler seyahat deneyimlerini ilginç görmekte fakat kişisel olarak anlamlı görmemektedir ve bu turist tipleri kendini gerçekleştirme ve geliştirme gibi seyahate derin bağlılık hissi duymaktadır.

- Eğlentsel Turist Tipi: Seyahati hayatın sıradanlığından ve anlamsızlığından bir kaçış olarak gören fakat anlam arayışı içinde olmayan turistler, seyahat ettikleri

destinasyonda fiziksel şifa, rahatlama, ruhu yumuşatma imkânı bulur fakat bu deneyim kişiyi yeniden yaratmaz.

- Deneyimsel Turist Tipi: Günlük hayatın anlamsızlığı, başka hayatlardaki anlamı ve otantikliğini arayarak yani hacılar kutsal mekânları deneyimlerken, turistler estetik olarak hacıların deneyimlerinin özgünlüğünü otantikliğini gözlemleyerek, gidermeye çalışır, rahatlar morali yükselir fakat hayatlarına yeni bir anlam eklemeyiz. Amaç esasen dini olsa da, asıl deneyim öncelikle dolaylı olarak ortamın estetikliğidir. Turizmin deneyimsel durumu eğlence ve oyalanma amaçlı turizmden daha yoğun ve etkili olmasına rağmen yine de gerçek dini deneyim yaratmaz.

- Varoluşsal Turist Tipi: Kişi seçilmiş merkeze bağlılık hisseder, tek anlamlı gerçeğin orada olduğuna inanır ve seyahat ettiği yerlerdeki kültürel birikimi özümsemek ister. Günlük yaşamlarını sürdürdükleri ve periyodik olarak hacca gittikleri iki dünyaları vardır. Örneğin bazı Yahudi olmayan turistler her yıl İsrail'deki kolektif çiftliklere birkaç aylığına yaşamak için giderken yılın geri kalan kısmını kendi anavatanlarında geçirir.

- Deneysel Turist Tipi: Kendi toplumlarının manevi merkezlerine bağlılık hissetmeyen insanların karakteristik turistik deneyimlerini içerir fakat birçok farklı doğrultuda bir alternatif arayış, bir manada bu turist tipinin kendini arayışıdır. Özellikle bir uğraşı olmayan ve kafası karışık post modern seyahatçiler arasında daha anlamlı ve geçerlidir. Seyahatçiler, diğerlerinin hayatlarının özgünlüğünden ve otantikliğinden tatmin olur ve zevk alır ve seyahatçi otantik hayatla bağlantılıdır fakat kendilerini tam olarak kaptırmaz aksine farklı alternatifleri dener ve kıyaslar ve özellikle kendilerine uygun olan ihtiyaç ve istekleri keşfetmeyi umar.

Bond vd., (2015: 477)'nin çalışmasına göre dini miras alanlarını ziyaret edenlerin deneyimleri beş deneysel faktörle açıklanmıştır. Bunlar;

- Ruhen ve duygusal yönden bağlantı, kişinin kendi dışındaki bir şeyler ile yoğun bir manevi deneyim kurmasıdır,

- Yeni şeylerin keşfi, sıradan şeylerin dışında yeni ve heyecanlı bir şeyler deneyimlemesidir,

- Zihinsel çekim, bilişsel öğrenme deneyimlerini içermektedir,

- Etkileşim ve aidiyet, sosyal etkileşim ve ilişkilerin kurulmasına odaklanan deneyimleri içermektedir,

- Rahatlama ve huzur bulma, yenilenme ve rahatlamayı sağlayan deneyimlerle ilgilidir.

Her bireyin yasayabileceği deneyimler doruk ve plato deneyimler olarak ikiye ayrılmaktadır. Doruk deneyimlerde, özellikle ilk defa deneyimlendiklerinde, şaşkınlık, inanmazlık ve şok etkileri daha fazla yaşanmaktadır ve kendi içlerinde, çoğu kez değişik anlamlarda bir tekrar doğuş olarak nitelenebilirler (Maslow, 1996: 12). Bu kavramlar dini çerçevede açıklandığında, doruk deneyimler, her insanın bazı zamanlarda deneyimleyebileceği, sözcüklerle ifade edilmesi güç olan manevi bir duygu yoğunluğu ve tekrar doğuş olarak nitelendirilmektedir. Hac faaliyeti yılın belli bir zamanında gerçekleştiği ve geçen süre içerisinde yoğun manevi duygular yaşattığı için doruk deneyim olarak kabul edilmektedir (Yalçınkaya, 2011: 96-97). Turistlerin ana amacı doruk deneyim yaşamaktır ve doruk deneyimler turist kimliğinin güçlenmesine yardımcı olmaktadır (Quan ve Wang, 2004: 300-301).

Kutsal bir seyahat olarak hac, bireyselleşme veya kendini gerçekleştirmeye olanak sağlamaktadır (Lloyd, 2015: 30). Plato deneyimler ise sakin yaşanan, doruk deneyimlerden daha sık meydana gelen ve daha az şiddetle heyecan ve sevinçle yaşanan alışılan deneyimlerdir. Plato deneyimlerde gelip geçici, bir anlık farkındalık yaşanması oldukça olasıdır ve herhangi bir zaman, herhangi bir yerde ve herhangi bir kişi tarafından yaşanabilir (Maslow, 1996: 11). Dinlerdeki daha sık yerine getirilen namaz ibadeti, pazar günleri ayinlere katılma gibi pratikler plato deneyim olarak düşünülebilir. Quan ve Wang (2004: 301)'a göre bu iki deneyim türünün karşılıkları genellikle, sıradan-sıra dışı, benzer-yeni, seküler-kutsal vb. şeklinde ayrılmaktadır. Abraham (1986: 49)'a göre özünde sıradan ve sıra dışı olmak üzere iki tür deneyim vardır.

Shackley' e göre (aktaran McGettigan ve Griffin, 2012: 122) turistler yerin duygusunu veya manevi atmosferini yaşayarak, ritüelleri gözlemleyerek, otantik deneyim arayışı içinde kutsal alanları ziyaret eder. Mazumdar ve Mazumdar (2004: 395) arınma ve ibadet gibi kutsal ritüellerin yerine getirilmesi veya su ve havadaki kutsallığın algılanması gibi kutsal alanların ziyaretinin deneyimsel niteliklerinden söz eder. Digance (2006: 38) dini ve seküler hacıların hepsinin, genellikle bir anlam

arayışını, dönüşüm, aydınlanma ve bilinçli ya da bilinçsiz yaşamı değiştiren olayları, yani sözlerin ifade de yetersiz kaldığı manevi deneyimleri paylaştıklarından, Kasim, (2011: 443-444) turistler inanç alanlarında daha özgün gerçek deneyimler yakalama fırsatı bulduklarından bahseder.

Turistlerin dini aktivitelere katılabilmesi, dini taraftarlar kutsal bölgenin turistik çekiciliklere ilgi duyabilmesinden ötürü belirli deneyimlerinin dini olma ve turistik olma konusunda geçişler yaşanabilmektedir (Bremer, 2006: 30). Benzer şekilde mekânın tarihi, mimarisi ve ayinle olan birleşiminin nasıl olduğunun yazılı veya sözlü olarak iletilmesi ve ziyaretçilerin ibadet için yüreklendirilmesiyle çoğu turist kutsal mekân da otantik özgün deneyim bularak turistiklikten hacılığa geçiş sağlayabilir (Olsen, 2006: 110).

Duygusal deneyimler insanların birbirleriyle etkileşimi sonucunda ortaya çıkar (Levi ve Kocher, 2012: 917). Yoğun grup deneyimleri, bağlantılı üyeler ve ev üyeleri arasında yapılan ritüellere katılımın artmasında katalizör görevi görür (Cohen, 2006: 87). Kişinin seyahat davranış ve deneyimleri ayrıca sık sık belki farkında olmadan ev çevresine aktarılır (Timothy ve Olsen, 2006: 4). Turist, ait olduğu toplum dışındaki kişilere ziyaret ettiği yerdeki hikâyeleri anlatmak, deneyimlerini paylaşmak ister. Bu yüzden turist seyahat deneyimlerinin anlamından fazlasını yaratır (Sather-Wagstaff, 2008: 79-85).

Dilthey (1976: 210)'a göre, deneyimler insanları başkalarıyla iletişim kurmaya teşvik eder. İnsanlar toplumsal varlıklar olduğu için, deneyimlerinden öğrendiklerini anlatmak ister. Bremer (2006: 28)'e göre, kutsal yerler, insanlar da mekânsal deneyimler yaratmaktadır ve bu sayede insanlar deneyimlerini mekâna katarak hikâyelerle yerin sürdürülebilirliğini arttırmaktadır. İnsan deneyimlerinin anlatılması kesinlikle bir yerin ortaya çıkmasında önemli rol oynamaktadır. İnsanların drama, trajedi, zafer veya sadece günlük yaşamlarını anlatmaları yerin karakterinin yayılmasını sağlar ve mekânın anlamlandırılmasına büyük yatırım yapar. Örneğin; Manhattan'ın silüetinin dikkat çekmesinde ve ayrıca ikiz kulelerin insanlara korku ve saldırı çağrıştırmasında anlatılanların etkisi büyüktür.

Deneyim, kişinin hem haccı hem de o deneyimi ve ziyareti nasıl algıladığına bağlıdır (Collins- Kreiner, 2009: 6). Hac, bir kurulu dini inanç, kilise veya mezhep, tarafından başlatılmış ve onaylanmış bir olgu değildir (Llyod, 2015: 36). Aslında,

ateist ve agnostikler de herhangi bir dini örgütlü yapılara yakınlık duymaksızın veya Tanrı'ya inanmaksızın bireysel farkındalık ve kendi doğalarıyla ilgili yoğun manevi deneyimler yaşayabilir (Timothy ve Olsen, 2006: 4). İnsanların dini inanışa sahip olmasa da manevi deneyim arayışı içerisinde olduklarına dikkat çekmektedir (Heelas, 1998:5). Kitle turistlerine göre dini temelli turizm kaynakları genellikle yan gezi ve eklenti olarak görülmektedir. Örneğin; bir turist İstanbul'da mavi camiyi ziyaret edebilir ve Müslümanların ibadetini gözlemleyebilir, onların gezilerinin bir kısmında hamam, kapalı çarşı, baharat pazarı ve Ayasofya gibi diğer çekicilikleri ziyaret edebilir (Kasim, 2011: 443).

Din, inananları sadece fiziksel konumu, mimari tasarımı, düzeni ve estetikliği için değil aynı zamanda mekânın tarihi ve coğrafyasını deneyimlemek için de yönlendirir (Mazumdar ve Mazumdar, 2004: 394). Hacı ve turistler mekânın mimarisi ve güzelliğiyle ilgili benzer tatil deneyimlerine sahip olabilmektedir (Collins- Kreiner ve Gatrell, 2006: 45). Çoğu ziyaretçi deneyimi ne tam olarak dini deneyim ne de sadece seküler deneyim olarak ayrılmaktadır (Hughes vd., 2013: 211). Bazı misafirler kutsal mekânlarda manevi deneyimler yaşamak istemesine rağmen, birçoğu sadece kültür mirasını görmek için orada bulunmaktadır. Sonuç olarak, hacılar ve turistler aynı alan içerisinde birbirinden farklı deneyimler edinen ve farklı aktivitelerde bulunan ziyaretçilerdir (Levi ve Kocher, 2012: 913) ve onların ayrı ayrı uygulamaları, yerin önemini farklı biçimlerde yorumlamaları edinilecek deneyimi farklılaştırır (Bremer, 2006: 29).

Orta Çağ otoriteleri tarafından hac, kadın ve erkeğe yüklenen önemli bir dini deneyim olarak tanımlanmaktadır (Reis, 2005: 152-153). Hac, kutsal bir boyuttan esinlenir ve bu seyahat, hacılar arasında manevi bir deneyim içerir, yüksek seviyede sosyal, kişisel ve de manevi bağlılığa fırsat sunmaktadır (Lloyd, 2015: 36). Dini veya inanç temelli turizm, bir inanışa göre bazı dini ritüellere katılmayı, gözlemlemeyi ve yılın belli bir zamanı içerisinde belirli bir destinasyona yapılan seyahati ifade etmektedir (Kasim, 2011: 443).

Fevkalade, sihirli deneyimler genellikle unutulamayan anları tanımlamak için kullanılan ifadeler, hac kelimesinin alanını genişletmektedir (Digance, 2006: 38). Hac sırasında kişi, önceden sahip olmadığı dini ile yoğun bir bağ kurma deneyimsi edinebilir. Kültürel değişiklikler ve mesafeler ziyaretçilerin deneyim ve görüşlerini

ibadet alanlarında belli bir forma sokabilir (Shackley, 2002: 348) ve Tanrı ile kişi arasında kulluk, bağılık gibi bireyin kendisini Tanrı'ya adanması için manevi anlaşmalar gerçekleşir (Timothy ve Iverson, 2006:190).

Hac bütününde bireysel ve toplumsal deneyimleri birleştiren mistik bir süreçtir (Collins-Kreiner ve Gatrell, 2006: 46). Din amaçlı seyahatler, derin düşünme ve rahatlama için bir vesile olabilir. Ayrıca insanların kimliklerini anlamlandırabilmek için bireysel potansiyellerini göz önüne alabilecekleri deneyimler yaşamalarını sağlayabilir (Abbate ve Nuovo, 2013: 502). Ayrıca, iç dünyasını yansıtmaya ve rahatlama için uygun bir ortam sağlamaktadır (Turner'dan aktaran Timothy ve Olsen, 2006: 9).

Haccın ilginç yönleri içerisinde seküler, dindar hacılara ev sahipliği yapması ve yabancı topluluklar arasındaki etkileşimi sağlaması sayılabilir. Hac sırasında, sosyal sınıf ayrımları ortadan kalkar yerini kardeşlik ruhu alır ve tüm hacılar birbirine sevgi duyar (Shackley, 2002: 348) ve uzun mesafeleri seyahat eden hacılar arasındaki bağ, nihai amaç kadar önemli görülmekte ve aynı dinden olan daha büyük topluluklar duygusal bağın ayrıca güçlenmesini sağlamaktadır (Cohen, 2006: 86). Raj (2012: 100)'a göre de hac sırasında insanlar birbirlerine herkesin Tanrı'nın kulu olduğu bilinciyle davranır ve çok yoğun alçakgönüllülük hissi yaşanmaktadır. Bir renk veya sosyal statü gibi herhangi ırk engeline takılmadan aynı tür hacı oldukları düşüncesi ve nezaketinde olunur. Mazumdar ve Mazumdar (2004: 395)'a göre hac gibi kolektif bir ritüel bile birey için hayatını değiştirebilecek bir deneyim niteliği taşıyabilir ve bireyin hayattaki inancı, rolü ve uygulamalarıyla ilgili netlik ve farkındalık kazanmasını sağlayabilir.

Maneviyat, her birey için farklıdır ve inanç yerleri, Tanrı ile ilişki kurabilmek konusunda ibadet etmek isteyen kişilere yardımcı olarak manevi deneyimler kazanmalarına çeşitli yollar sunma konusunda başarılıdır (Rashid, 2012: 146). Ünlü siteler ziyaret eden insanların sayısından etkilenecek ortak bir manevi deneyime dönüşmüştür (Cohen, 2006: 87). Turistler değer odaklıdır ve destinasyonlar onlar için değer yaratır. Bir destinasyon tarafından belirlenen turist deneyimlerinin doğası ve aralığı destinasyon değerini belirler (Lin ve Kua, 2015: 84). Deneyimler, ziyaret edilen destinasyonun değerine ve duygusal değerlere sahiptir. Turist deneyimi kişilerin aklı ve destinasyon ziyaretleri arasındaki karşılıklı ilişkiye dayalıdır (Song vd., 2015: 403).

Ziyaret edilen kültürel miras olan inanç mekânının duygusal ve manevi etkisinin şiddeti, büyük ölçüde ziyaretçilerin kültürlerinin ve motivasyonlarının arka planlarıyla ilgilidir (Levi ve Kocher, 2012: 915).

Yer, insan deneyimi üzerinde büyük bir etkiye sahiptir (Shackley, 2005: 35). Ziyaretçilerin duygusal, fiziksel, entelektüel veya manevi seviyelerine göre dini kültürel bir mirası ziyaret etmek genel olarak estetik bir deneyimdir (Hughes vd., 2013: 211). Kutsal alanlar ayrıca parayla elde edilmesi mümkün olmayan nostaljik, Tanrı'ya yakınlık atmosferi ve manevi değer kazanmak gibi soyut varlık sahibi olmayı sağlamaktadır (Eliade, 1981: 28). Bireysel dua, derin düşünme ve kutsal tapınakları, manastırları, anıtları ziyaret ederek din yaşanabilir. Bireyler, bu mekânlarda iç huzurla ilgili tatmin edici deneyimlere sahip olabilir (Mazumdar ve Mazumdar, 2004: 395). Bahai, Drahamsala ve İsrail hac deneyimini çoğu hacı hayatlarında ilk defa yaşadıkları bir deneyim olarak görmektedir (Collins-Kreiner, 2009: 8-9; Flesicher, 2000: 322).

Farklı ziyaretçi deneyimleri kıyaslandığında ortaya farklı tipte dini alanlar çıkmıştır ve bu alanlar insanların hayatlarında farklı rollere sahiptir. Örneğin; çok eski zamanlardan kalmış yıkılmış manastırda düzenlenen dini festivallerden, büyük katedrallerden veya küçük şapellerden edinilen ziyaretçi deneyimleri birbirinden farklıdır (Bond vd., 2014: 471). Portekiz'deki Fatima yerleşim yeri büyük ziyaretçi yoğunluğu tarafından kutsal bir inanç mekânı olarak algılanmaktadır. Geri kalan ziyaretçiler sırasıyla bu mekânda dini, huzurlu ve muhteşem bir deneyim yaşadıklarını belirtmiştir. Çok küçük bir kısım bu ziyareti sadece yan gezi olarak görmüştür (Abreu, 2006: 144). Bir katedralin ziyaretçilerine sunduğu deneyimin doğası son derece karmaşıktır ve ziyaret edenlere faydalı yönleri kişisel doyum, manevi gelişim, zihinsel anlayışın ve sosyal bağların gelişmesidir (Bond vd., 2014: 476-477).

Hac boyunca hissedilen dinginlik hissinde mimari önemli rol oynamaktadır. Camiler, duyguların serbest bırakılması, kederlerini, yaşam tansiyonlarını azaltmak için ziyaret edilmekteyken, huşu uyandıran mimari türbeler hacı deneyimlerini zenginleştirmek için ziyaret edilir (Honarpisheh, 2013: 387). İslami hac mekânlarını ziyaret etmenin en büyük faydalarından biri bireysel arınma ve haz duymaktır. Müslümanların ibadetinin ve hac ziyaretinin en önemli kısmı, Tanrı'ya bireysel şükür etme ve yalvarmadır. Medine'ye hacca gelen her hacı değerlere ve kültürel farklılıklara saygı duyması gerektiği bilinci üzerine bir standart oluşturmuştur. Müslümanlar için

dünyanın her bir köşesinden farklı insan çeşitliliklerinin bir toplum haline gelmesinden ötürü hac deneyimi eşsiz bir deneyimdir. Hacıların çoğu bu deneyimin güzelliğinin yerini hiç bir şeyin alamayacağı görüşündedir (Raj, 2012: 100).

Hindistan'ı ziyaret eden Avrupalı ziyaretçilerin deneyimleri eğitsel, turistik, manevi ve hac olmak üzere çok karışıktır. Bazıları seyahate yoğun anlam yüklerken bazıları aksine yüklememektedir. Hristiyan, Musevi, Budist ve Bahai kutsal alanlarında da aynı dinden insanlar içinde bile aynı zaman içinde farklı aktiviteler ve tutumlar mevcut olmaktadır (Collins-Kreiner, 2009: 9). Budist tapınakları eğitim, sosyal hizmetler, dini seremoni ve meditasyon gibi aktiviteler için toplum yararına kullanılmaktadır. Dini grup üyeleri, rahipler ve turistler bu aktivitelerde yer almakta ve bu aktiviteler insanların bu mekânlarda sosyal ilişkilerinin gelişmesine yardımcı olmaktadır (Levi ve Kocher, 2012: 917).

Song vd., (2015: 401-404)'ne göre tapınak sağlık, maneviyat ve sürdürülebilir yaşamla ilişkilidir ve Budist tapınaklarda Budizm, Budizm'in yaşam şekli ve törenlerini, Budist uygulayıcılarının hayatlarını ve günlük manastır hayatına özgü aktivitelerle turistlere benzersiz deneyimler sunulur. Ayrıca turistler etkin bir şekilde, eğitim, geçmişini anımsama, gelişim, kaçış vb. içsel isteklerini giderir, olumlu duygularını geliştirir, hatıralarını canlandırır, ayrıca, maneviyat ve zindelik hislerini geliştirir, bireyin kendi içine yönelip gözlemlemesini, benlik gelişimi, doğayla bütünleşme, çevreyi anlama, geçmişini yeniden adlandırma ve fark etmeyi sağlar. Collins-Kreiner ve Sagi (2011: 143)'ye göre bu tapınakların ziyareti zihinsel ve manevi olarak yeniden yapılandıran etkiler hissettirmiş, eğlenme ve oyalanma amaçlı deneyimler daha nadir yaşanmıştır. Bu seyahatçiler normlar, inançlar ve prensiplerle ilgili benzersiz bir dünya görüşü geliştirebilme potansiyeline sahip olmuştur.

Kadının yaşam düzlemi üzerinde bir yaratıcı olduğu gizemi erkek terimlerinde açıklanamayan dini bir deneyimi oluşturmaktadır (Eliade, 1981: 194). Devrimden sonra İran'da kadınlar hacıların hem hacı hem de organizatör olarak temel taşı haline gelmiştir. Dini kadın toplantıları artmış ve hac boyunca kadınlar kendilerini kamuya açık alanlarda ifade etme şansı yakalamış; uzmanlık kazanmış; sosyalleşmenin belirli formlarını geliştirmiş; sosyal ilişkileri değişmiştir. Bu örneklerden ötürü hac sadece dini bir ziyaret olmaktan çıkarak kadınların sosyal yönüne katkılar sağlamıştır (Adelkhah, 2009: 42). Hacılar arasında sosyal bağların geliştiği topluluklar oluşur ve

gelişir (Turner, 1973: 194). Sosyalleşme hac ve yer ziyaretleri aracılığıyla en yoğun öğrenilen deneyimlerden biridir. Hacda ritüel, metinler ve öyküler aracılığıyla bir araya gelerek öğrenme deneyimsel duygunun anlamının artmasını sağlamıştır (Mazumdar ve Mazumdar, 2004: 393).

Müslüman kadınların hac ibadeti yaşarken hissettikleri arınma duygusunun erkeklere nazaran daha fazla olduğu bulgularına erişilmiştir. Kadınların daha duygusal olmaları, daha önceden bu tür toplu faaliyetlere katılmamış olmaları ve bu tür deneyimleri ilk kez edinmeleri duygularını daha yoğun yaşamalarına neden olmuştur. Ayrıca, hac deneyimi kadınların mekân algılarını bir anda olağanüstü bir şekilde genişletmekte, ailenin üç beş kişilik dar kalıbını kırarak, onlarda çok büyük bir ailenin özgür üyesi olma duygusunu geliştirmiştir. Bu sayede kadınların haccın sosyal yönüne olan ilgilerinin daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır (Yalçınkaya, 2011: 69-74). Hindistan'ın kültürel sermaye olarak nitelendirdiği Varanasi (Kashi) şehri Hindular için kutsal bir hac mekânıdır. Hac zamanı sırasında hacı ve turistlere yapılan çalışma da ziyaretçiler yoğun deneyimler yaşamış ve Hindu kadınların, Hindu erkeklerden daha dindar oldukları algısı bulgularla desteklenmiştir (Sing, 2006: 230).

Türk kadın hacılar üzerine yapılan bir çalışmada (Günlü ve Okumuş, 2010: 11-15), kadın hacılar, haccı, İslam ve hacıların dini görev ve zorunluluklarıyla ilgili bilgilerin öğrenilmesi için imkânlar sağladığı için eğitici bir deneyim olarak ifade etmiştir. Hac sırasında kadınlar, Suudi Arabistan ve diğer ülkelerden ve kültürlerden gelen Müslümanlar hakkında bilgi edinmiş, günlük ve dünyevi korkularından uzaklaşmış ve kendilerini Tanrı' ya daha yakın hissetmiş ayrıca mutluluk, huzur, heyecan ve barış gibi olumlu duygulara sahip olmuştur, Böyle hissetmelerine İslam'ın beş şartından birini yerine getirmeleri yardımcı olmuştur. Kadın hacılar bunlara ek olarak haccı benzersiz, farklı ve zevkli bir deneyim olarak görmüştür. Honarpisheh, (2013: 385-397)'e göre günlük hac Şia mezhebinin iç içe olduğu bir faaliyettir, özellikle kadınlar için hayatın esasıdır. Onlar için günlük hac ziyareti ve din bir özgürlük hareketini ifade etmektedir. Kadınlar Ali İbn Hamzah Türbesi'ni ziyaret ederek hem sosyal hem de manevi yaşamlarını zenginleştirmiş ayrıca kalp açıcı, aydınlatıcı, sessiz ve yatıştırıcı deneyimler edinmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

YÖNTEM

2.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Araştırmanın amacı, kadınların inanç alanlarını ziyaretlerinden önceki beklentilerinin ve ziyaretleri sırasında edindikleri deneyimlerin, farklı inanç alanlarının hissettirdiklerinin belirlenmesini ve bunların analizini içermektedir. Ayrıca, çalışmada inanç alanlarının kadın ziyaretçilere neler hissettirdiklerini belirleyebilmek amaçlanmıştır. Bunun için İzmir'in Ödemiş ilçesinin Birgi kasabasındaki İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi Türbe alanını ziyaret eden kadınlardan seçilmiş, ziyaretlerinden sonra kadınlara türbeye geliş nedeni, beklentileri, deneyimleri ve kendilerini hissettikleriyle ilgili sorular yöneltilmiştir.

Literatür taramasında dikkat çeken husus inanç turizmi kapsamındaki Türkçe kaynaklar, çalışmaların belli bir dini mekânın potansiyelini ele alarak yazılmış olmasıdır. Beklenti ve deneyimlere yönelik çalışmalar bu kapsam da yok denecek kadar azdır. Bu yüzden bu çalışmanın gelecek çalışmalara rehberlik edebileceği düşünülmektedir. Bu çalışma verileri sayesinde kadınların benzer inanç merkezleriyle ilgili düşünceleri ve duyguları öğrenilebilecektir. Böylece inanç turizmi kapsamındaki kadın çalışmalarının literatürde artması sağlanacak ayrıca kadınların duygu ve düşüncelerine olan farkındalık artırılacaktır. Artan farkındalık destinasyonların daha doğru yönetilmesine ve kadınların istek ve önerilerine karşılık verebilecek şekilde düzenlenmesine katkı sağlayacaktır.

2.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın konusu inanç turizmi kapsamında İmam-ı Birgivi Türbesi'ni ziyaret eden kadınların inanca ilişkin beklenti ve deneyimlerinin analizi olarak belirlenmiştir. Bu çalışma İzmir'in Ödemiş ilçesi Birgi kasabasındaki İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi Türbe alanını ziyaret eden kadınlar seçilmiştir. Antik Dönemden bu yana Birgi kutsal bir kent olma vasfını sürdürmektedir. Birgi kasabası, antik dönemde Lidyalılarda, Bizans döneminde piskoposluk merkezi haline dönüşmüş ardından 13.-

14. yüzyıllarda Türkler'in eline geçerek Aydınoğulları Beyliği'ne başkentlik yapmıştır. Osmanlıya ait 500 yıllık medrese ve Aydınoğulları beyliğine ait 700 yıllık cami, günümüze ulaşmış önemli eserleridir. Birgi için en önemlisi medresede ders veren hocanın kişiliğidir. İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi değerli talebeler yetiştiren, ilim, irfan yayan ve önemli eserleriyle İslam dünyasına faydalı olmuştur ve 1573'te vefat etmiştir. Kabrinin üzerine türbe yapılmamasını vasiyet eden İmam-ı Birgivi'nin mezarı, her yıl binlerce yerli ve yabancı turist tarafından ziyaret edilirken, özellikle ilkbahar aylarında ziyaretçi akınına uğramaktadır. Eskiden beri bir piknik havası içerisinde olan İmam-ı Birgivi'nin kabir ziyaretlerinde, gelenler kurbanlarını kesip piknik yapabildikleri gibi, yandaki mescitte namazlarını kılıp, halk arasındaki deymi ile 'Dede'yi de ziyaret etmektedir. Her yıl binlerce yerli ve yabancı turist tarafından ziyaret edilen İmam-ı Birgivi Türbesi inanç turizminin önemli duraklarından kabul edilmesi araştırmanın bu alanda gerçekleştirilmesinin uygun olacağı kanaatine varılmasını sağlamıştır (Çetin, 2017: 26 Mayıs 2017). Her yıl 150 bini bulmuş ziyaretçisiyle İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi Türbesi en çok ziyaretçi çeken türbeler arasındadır (www.neredekal.com, 2017: 26 Mayıs 2017).

Beklenti ve deneyimlerin belirlenmesi için nitel araştırma yöntemlerinden yapılandırılmış derinlemesine mülakat (görüşme) tekniği uygun görülüp, kullanılmıştır. Yapılandırılmış mülakat, belirli bir sırayla önceden hazırlanmış soruların sorulması ve cevaplarının alınmasıdır (Büyüköztürk, vd., 2012: 151). Derinlemesine mülakat "belirli bir konuda bireylerle detaylı bir şekilde, bire bir görüşmeler yapılması durumunda ortaya çıkar" şeklinde tanımlanmaktadır (Gegez, 2007: 58). Mülakat tekniğinin duygu ve düşüncelerin ifadesinde daha yararlı olabileceği düşünülmüştür. Demografik verileri sorgulamanın yanı sıra mülakat soruları aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur;

Ziyaret öncesini kapsayan sorular;

- İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi Türbe alanını ziyaret etme nedeniniz nedir, bu kararı alırken neleri dikkate aldınız?
- İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi Türbe alanı ile ilgili bilgi kaynağınız nedir?
- İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi Türbe alanına gelmeden önceki beklentileriniz nelerdi?

Ziyaret sırasını kapsayan sorular;

- İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi Türbe alanında tecrübe ettiklerinizi ifade eder misiniz?
- 3 kelime ile hislerinizi ifade eder misiniz?

Ziyaret sonrasını kapsayan sorular;

- Beklentileriniz ve yaşadıklarınız arasında fark var mı? Var ise ne yöndedir?
- İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi Türbe alanı dışında inancınız kapsamında nereleri ziyaret ettiniz, neden?
- Diğer ziyaret ettiğiniz inanç alanlarında hissettikleriniz ile İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi Türbesi'nde hissettikleriniz arasındaki farkı nasıl yorumluyorsunuz?
- Gelecek ziyaretçilere önerileriniz nelerdir?
- Ödemiş Belediyesine mekân ile ilgili önerileriniz nelerdir?

Bu sorular türbeyi Aralık 2016'da ziyaret eden 50 kadın ziyaretçiye sorulmuştur. Mülakatlar, ortalama on beş dakika sürmüştür. Mülakatlarda sorulan sorular, literatür taramasının tamamlanmasından sonra çalışmanın amacına ve literatürün içeriğine uygun olarak hazırlanmıştır. Yapılan görüşmelerde elde edilen verilere betimsel analiz uygulanmıştır. Betimsel analiz yöntemine göre, elde edilen veriler, önceden belirlenmiş temalara doğrultusunda özetlenir ve yorumlanır. Veriler sunulurken temalara göre düzenlenebilir veya görüşme sürecinde kullanılan soru içeriği dikkate alınabilir. Betimsel analiz yönteminde amaç bulguları düzenleyip yorumlayarak sunmaktır. Bu süreçte bulguları daha çarpıcı bir şekilde ortaya koyabilmek için yapılan görüşmelerden doğrudan alıntılara sıkça yer verilir (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 224).

Bu kapsamdaki çalışmaların çok sınırlı olması sebebiyle çalışmamız mevcut kaynakların taranması ve mülakat yöntemiyle elde edilen bilgilerin derlenip yorumlanmasına dayanmaktadır.

2.3. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın örneklemini 50 kadın katılımcıdan oluşmaktadır. Çünkü aynı ve benzer cevaplar alınmaya başlandığı için 50 katılımcıda mülakatlara son verilmiştir. Katılımcıların hepsi İslam dinine mensup olduğunu ifade etmiştir. Ziyaretçilerin 49

tanesi Türkiye vatandaşı 1 tanesi Endonezya vatandaşıdır. Örneklem seçiminde tesadüfî örneklem seçimine gidilmiştir. Bu evrende her şey örnekleme dâhil olma konusunda eşit şansa sahiptir (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 65). Burada öğeler ya da kişiler rasgele seçilir ve bundan dolayı sistematik bir yanılğı söz konusu olmaz. Seçilen öğelerin belirlenmesinde sadece şans faktörü rol oynar. Örneklem seçiminde cinsiyet faktörü önemli görüldüğü için örneklem seçimi katmanlı (tabakalı) rasgele örnekleme olarak yapılmıştır (ms.sabis.sakarya.edu.tr, 2017: 30 Mayıs 2017). Katmanlı örnekleme, sınırları saptanmış bir evrende alt birim gruplarının var olduğu durumlarda başvurulur (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 66). Tek bir ölçüte göre (Örneğin cinsiyete göre erkek ve kadın tabakaları) veya iki veya ikiden fazla ölçüte göre yapılabilir (Balcı, 2007: 85).

2.4. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Çalışmanın ziyaretçiler tarafından yoğun olarak ilgi gören bir dini mekân olmasına özen gösterilmiştir. Daha önemli görülen turistik ve dini çekiciliği olan bir mekân yasal izin alınamamasından ötürü o mekânda mülakat yapılamamıştır. Bu yüzden araştırma İzmir'in Ödemiş ilçesinde İslam dinine mensup önemli bir din âliminin türbesinde gerçekleşmiştir. Bu alanda yine özellikle doğası ve dini niteliği açısından yerli ziyaretçiler tarafından çokça ziyaret edilmektedir

Bu tez, mülakat sorularıyla, İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi Türbesi'ni ziyaret eden rasgele seçilen Müslüman kadın ziyaretçilerin verdikleri cevaplarla ve Aralık 2016'da türbeyi ziyaret eden kadın Müslüman ziyaretçilerle sınırlıdır. Katılımcıların birçoğu tur dâhilinde orada bulundukları için soruların birkaçına yüzeysel cevaplar vermiştir. Ayrıca bazı ziyaretçiler ses kaydından rahatsız olmuş her ne kadar kişisel verilerin kullanılmayacağı bildirilse de mülakata katılmak istememiştir. Araştırmada katılımcıların konuyla ilgili görüşlerine yer verilmiş ve ifadelerine sadık kalınmıştır. Elde edilecek bulgulardan yola çıkılarak varılacak sonuçlar ve genellemeler araştırmanın evreni için geçerlidir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM BULGULAR

Bu bölümde katılımcıların yaşları, eğitim durumları gibi demografik sorulara ve İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi Türbesi'ni kaç kere ziyaret ettikleriyle ilgili bulgulara ve ziyaretçilerin mülakat sorularına verdikleri cevaplardan edinilen bulgulara ve bulgulardan çıkarılan sonuçlara yer verilmiştir.

Tablo 4: Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Türbeyi Ziyaret Sayıları

Yaş grupları	Kişi Sayısı	Eğitim Durumları	Kişi Sayısı	Ziyaret sayıları	Kişi Sayısı
-20	3	Okuma-Yazma Bilmiyor	5	1 kez	25
20-29	12	Okuma-Yazma Biliyor	2	2 kez	13
30-39	5	İlköğretim Mezunu	25	3 kez	2
40-49	12	Lise Mezunu	9	4 kez	2
50-59	9	Önlisans Mezunu	2	5 -10 kez	1
60-69	6	Üniversite Mezunu	6	10-20 kez	1
70-79	3	Yüksek Lisans mezunu	1	20'den fazla	5

Katılımcıların demografik özelliklerinin yer aldığı tablo incelendiğinde yirmili yaşlardaki ve kırklı yaşlardaki katılımcı sayısı 12'dir. Ellili yaşlardaki katılımcı sayısı 9, altmışlı yaşlardaki katılımcı 6, otuzlu yaşlardaki katılımcı sayısı 5, yirmili yaşlardaki ve yetmişli yaşlardaki katılımcı sayısı 3'tür.

Tablodan katılımcıların 25'inin yani yarısının ilköğretim mezunu, 9'unun lise mezunu, 6'sının üniversite mezunu, 5'inin okula gitmediği ve okuma-yazma bilmediği, 2'sinin okula gitmese de okuma yazma bildiği, 2'sinin ön lisans mezunu ve 1'inin yüksek lisans mezunu olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo incelendiğinde ilk kez ziyaret eden katılımcıların sayısı 25'tir. İki kez ziyaret eden katılımcı sayısı 13, üç kez ziyaret eden katılımcı sayısı ve dört kez ziyaret eden katılımcı sayısı 2, beş, beş ve on arası ve on ve yirmi arası ziyaret eden katılımcı sayısı 1'dir. Yirmi ve daha fazla ziyaret eden katılımcı sayısı 5'tir.

3.1. KATILIMCILARIN ZİYARETLERİ ÖNCESİNDEKİ ZİYARET NEDENLERİ, BEKLENTİLERİ VE BİLGİ KAYNAKLARI

Kadın katılımcıların birçoğu İmam-ı Birgivi Türbe alanını seçerken sadece dini bir amaç gütmeyerek bunun yanında türbenin kültürel, tarihi ve tabiat özelliklerini de görmek, öğrenmek ve hissetmek amacıyla türbeyi ziyaret etmiştir. Sadece dini veya manevi hisleri nedeniyle inanç alanını ziyaret eden katılımcılar da yine tüm katılımcıların önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Çok küçük bir kısım ise dini bir amaçları olmadığını sadece türbe alanıyla ilgili tarihi, kültürel bilgiye sahip olmak veya türbenin tabiatını, doğal çevresini görmek için geldiklerini ifade etmiştir.

Katılımcıların ziyaret kararlarında türbe hakkında anlatılanların merak uyandırması, mucizelere olan inanç, edilen duaların kabul olması, Allah dostlarının ziyaret edilme gerekliliği, gerçekleşen bir dileğe karşılık tekrar gelip verdiği sözü yerine getirme isteği, yarım hacı olduğu fikri ve tabiat güzellikleri öne çıkan ve etkili olan faktörler arasındadır. Ayrıca daha önceki gelişlerinde edindikleri huzur ve aldıkları haz duygusu diğer ziyaretlerinin gerçekleşmesinde önemli rol oynamıştır.

Kayınvalidemin dileği gerçekleşti adamış olduğu adağı kesmek için ailecek geldik.

(Katılımcı 47)

Halam bir sıkıntısının geçmesi için dilek dilemişti o gerçekleşmiş onun için adağını kesmeye geldik.

(Katılımcı 24)

Katılımcıların türbe hakkındaki edindikleri bilgilerin neredeyse hepsi ağızdan ağıza yayılan bilgilerden oluşmaktadır. Türbe ziyaretlerinde aile fertlerinin, arkadaş, komşu ve giden tanıdıkların kendi deneyimleri sonucunda anlattıkları, tavsiyeleri ve türbe hakkında bahsedilen mucizeler ziyaretçilerin türbe alanıyla ilgili edindikleri bilgileri oluşturmaktadır. Türbenin özellikle hastalıklara şifa, dertlere deva olduğu ve dilekleri gerçekleştirdiğiyle ilgili birçok anlatılanın olduğu edinilen bulgular

arasındadır. Ayrıca katılımcılar, genel olarak ziyaret sebeplerini kendi başlarına bağımsız olarak aldıklarını ve türbeye yapılan kadın turlarının seyahat kararları üzerinde büyük oranda olumlu etki yarattığını ifade etmiştir.

Katılımcıların büyük bir kısmı türbede yatan kişinin kutsallığına ve Tanrı katında önemli bir yerde gördüklerine, türbeyi ziyaret ederek ve İmam-ı Birgivi ismini kullanarak ettikleri duaların kabul olacağına inanmaktadır. Katılımcılar bu doğrultuda, ev, çocuk, eş, sağlık, ailedeki hasta yakınlarına şifa, hayattaki başarısızlıkların çözümüne çare ve kendilerine veya çocuklarına maddi kazanç dilemek için gelmiştir.

İmam-ı Birgivi'yi hazretlerini günahsız gördüğüm için onun adı geçtiğinde dualarımın, dileklerimin, ibadetlerimin daha geçerli olacağını düşündüğüm için sürekli geliyorum.

(Katılımcı 40)

Türbeden beklentim, günahlarımın af olması, çocuklarımın sağlığı, geleceği, maddi durumu ve ev sahibi olmaları...

(Katılımcı 6)

Bebek sahibi olmak istediğim için dilek dilemeye geldim. Saçımın bir telini ağaca bağladım. İnşallah olur.

(Katılımcı 44)

Elli bir yaşındayım ve yalnızım, Birgi dedemizden bir hayat arkadaşı istiyorum.

(Katılımcı 44)

Katılımcıların çoğu İmam-ı Birgivi Türbesi'nden dileklerinin kabul olmasının yanı sıra ziyaretlerinin maneviyatlarını güçlendirmesini de beklemektedir. Türbeye daha çok dini nedenlerle gelenlerin beklentileri arasında yarı hacı olmak da vardır. Katılımcıların bazıları ise türbeyle ilgili anlatılanlarının gerçekliğini öğrenme beklentisiyle gelmiştir.

Türbeden beklentim Birgivi hazretlerini vesile kılarak eşimin rahatsızlığına çare olması ve maneviyatımı güçlendirmesi...

(Katılımcı 33)

Türbenin dilekleri gerçekleştirmesi ve gidenlerin yarı hacı olduğu söyleniyordu ben de özendim hacı olurum diye geldim.

(Katılımcı 6)

Maneviyat ve zatın mezardan geldiği söylenen kalp atışlarını duymak öncelikli beklentilerim arasındaydı.

(Katılımcı 23)

Katılımcıların bazıları kendilerinin, aile yakınlarının veya tanıdıklarının gerçekleşen dilekleri için Allah'a teşekkürlerini iletme arzusuyla adaklarını kesmeye gelmiştir.

İlk gitme sebebim çocuklarımın gelecekteki maddi hayatları ve kendi emekliliğim için dilek dilemek içindi. Şimdi ise emekli oldum, adağımı yerine getirmeye geldim.

(Katılımcı 25)

Katılımcılar türbenin mucizeler gerçekleştirdiğini öğrendikten sonra beklentilerinin arttığını dile getirmiştir. Ayrıca kültürel veya doğa gezisi amacıyla gelip ardından atmosferden etkileneb, kesilen adaklardan dileklerin kabul olduğunu gören veya türbeyle ilgili anlatılanları duyup beklenti içine giren katılımcılar da olmuştur.

Başkaları gibi herhangi bir dilek dileme amacıyla gelmemiştim. Atmosferden etkilenip aklıma hastalara şifa ve çocuğu olmayanlara çocuk dilemek geldi. Yanımdaki çocuk için dua eden birini gördüm. Ona ve kendi çocuklarıma çocuk diledim. İkiz çocukları çok seviyorum inşallah ikiz torunum olur.

(Katılımcı 37)

Gelmeden önce pek bir beklentim yoktu. Tutulan dileklerin gerçekleştiğiyle ilgili anlatılanları ve ibadet ve dua eden insanları görünce insan ister istemez atmosferinden etkileniyor, ben de sağlık ve iş diledim.

(Katılımcı 28)

Katılımcıların ziyaretlerinde yine cevaplarının büyük bir kısmı farklılık, stres atmak, güzel vakit geçirmek, huzur - sakinlik arayışı, şehirden kaçmak, günlük sıkıntılardan uzaklaşma isteği ve tarihi - kültürel birikimleri arttırma beklentisini içermektedir.

Yoğun dini bir amaç gütmедim. Türbeden daha çok kültürel beklentim vardı. Farklılık olsun diye geldim.

(Katılımcı 7)

3.2. KATILIMCILARIN ZİYARETLERİ SIRASINDAKİ DENEYİMLERİ VE HİSLERİ

Katılımcıların büyük bir bölümününün cevapları, namaz kılıp, ölmüşlere ve ailelerine dua ettiklerini, kuran okuduklarını ve hayata dair dilekler dilediklerini ifade etmiştir. İbadetlerini türbede gerçekleştiren katılımcılar bu sayede kendilerini Tanrı'ya daha yakın hissetmiştir. Katılımcıların birçoğu, Tanrı ile iletişim kurmanın Birgivi Türbesi'nde daha kolay olduğunu ve maneviyatlarının güçlendiğini ifade etmiştir. Katılımcıların cevaplarının büyük bir bölümü, ibadet, huzur, samimiyet, sakinlik, yenilenme, sorgulama, hüznün, ruhen arınma, dinlenme ve rahatlama, güven duygusu ve günlük hayattaki sıkıntıların unutulması şeklinde olmuştur.

Dileklerinin kabulü sonrasında adaklarını türbe alanında gerçekleştiren katılımcılar adaklarını paylaştıklarını, bundan çok haz duyduklarını aynı zamanda diğer ziyaretçilerle iyi ilişkiler kurduklarını ve Tanrı'ya bu şekilde şükranlarını sunduklarını ifade etmiştir. Katılımcıların çoğu yoğun maneviyat yaşadıklarını ve Tanrı'ya daha yakın olduklarını ifade etmiştir. Katılımcıların bir kısmı inanç alanında ortamın atmosferini gözlemleyip hissettiklerini, tarihi ve kültürel bilgi birikimlerinin arttığı yönünde cevaplar vermiştir.

Burada ki sessizlik, yeşillik ve doğa harika. Gözlerinizi kapatıp zihnimizi boşalttıktan sonra Allah'a daha yakın olduğumu hissediyorum. Buranın atmosferi çok farklı ve fazlasıyla ibadetlerimi olumlu yönde etkilediğini düşünmekteyim.

(Katılımcı 8)

Burada bütün kadınlarla beraber namaz kılmak çok güzeldi. Dinimizi biliyoruz ama burada daha yoğun duygular yaşadım. Burada Tanrı'ya kendimi daha yakın hissettim. Evimde ibadet ederken hissettiğim maneviyat 1 ise burada 10 yaşadım.

(Katılımcı 24)

Birgivi'deki duygularım çok yoğundu. Buraya gelince kalbimden ifade edemeyeceğim duygular geçti burada Allah'la yakınlaşıyorsun.

(Katılımcı 26)

Doğal ortam gerek dini gerekse de kültürel ve tarihi amaçla gelenlerin zevk almalarında olumlu rol oynamıştır. Doğa çekici bir faktör olarak burada karşımıza çıkmıştır. Hissedilen huzur ve dinginlik gibi olumlu hislerin derecesinin artmasında etkili olmuştur. Türbe alanın destinasyon olarak sahip olduğu tabiat güzelliklerinin ziyaretçiler üzerinde olumlu etki yarattığı görülmüştür.

Katılımcıların çoğu, İmam-ı Birgivi Türbesi'nde hissettiklerini, maneviyat, huzur, mutluluk, doğa, merak, hüzn, umut ve farklılık olarak ifade etmiştir. Katılımcıların çoğunluğu ziyaretlerini daha dini görmüştür. Ziyaretten sadece bir gezi olarak bahsedenler kıyaslamalı olarak daha azdır.

3.3. KATILIMCILARIN ZİYARET SONRASINDAKİ ZİYARET ETTİKLERİ DİĞER İNANÇ ALANLARIYLA İMAM-I BİRGİVİ TÜRBE Sİ'Nİ KARŞILAŞTIRMALARI, ZİYARET EDECEK OLANLARA VE BELEDİYEYE ÖNERİLERİ

İnanç alanları aynı amaçla gidilse dahi farklı hisler uyandırabilmektedir veya farklı amaçlarla gidilse dahi benzer hisler yaşatabilmektedir. Katılımcıların İmam-ı Birgivi Türbe alanı dışında ziyarete ettikleri inanç alanlarına gitme nedenleri ve orada hissettiklerinin İmam-ı Birgivi Türbe alanında hissettikleri arasındaki farkı yorumlamaları istenmiştir.

Tablo 5: Katılımcıların İnançları Kapsamında Ziyaret Ettikleri İnanç Alanları ve Ziyaret Nedenleri

İnanç Alanları	Ziyaret Nedenleri
Farklı Yerel Camiler	Dini, tarihi ve kültürel
Farklı Yerel Türbeler	Dini, kültürel,
İsa Bey Camii	Dini, tarihi ve kültürel
Selimiye Camii	Kültürel, mimari
Sultan Ahmet Camii	Tarihi, kültürel ve mimari
Bursa Ulu Camii	Dini, kültürel, mimari
Mevlana Türbesi	Dini, kültürel, Allah dostu olması
Nevşehir Hacı Bektaş'ı Veli Türbesi	Kültürel
Eyüp Sultan Camii ve Türbesi	Dini, Mimari ve Allah dostu olması
Umre	Dini
Menzil Köyü	Dini ve Allah dostu olması
Çanakkale Şehitlikleri	Dini ve tarihi
Endonezya'daki İnanç Alanları	Dini

Tablo 5'te yerel daha az bilindik farklı camiiler ve türbeler ile bilindik inanç veya tarihi alanları ziyaret etme nedenlerine yer verilmiştir.

Katılımcılar inanç alanları arasında yaşadıkları hissi farkları şu şekillerde yorumlamıştır.

Endonezya'da inanç alanlarını ziyaret eden Endonezyalı katılımcı;

Endonezya'daki inanç mekânları çok kalabalık ve bakımsız olduğu için aradığım yoğun maneviyatı yaşayamıyordum. Fakat İmam-ı Birgivi Türbesi temiz, bakımlı ve Endonezya'daki gibi kalabalık olmadığı için daha yoğun maneviyat yaşadım.

(Katılımcı 1)

Çanakkale Şehitliklerini ziyaret eden katılımcı;

Atalarım hakkında bilgi edinmek, onların ruhlarına dua okumak ve o atmosferi yaşamak için ziyaret ettim. İmam-ı Birgivi Türbesi'nden kat ve kat daha yoğun duygular hissettim. İmam-ı Birgivi Türbe alanında, tur boyunca yorulmuştum fakat

yorulduğuma değdi diyemiyorum fakat Şehitliklerde yorulduğuma değdi ve tüylerim diken diken oldu. Çanakkale şehitliklerinden aldığım hediyelik eşyaları dahi İmam-ı Birgivi Türbesi'nden daha anlamlı buluyorum.

(Katılımcı 2)

Menzil köyünü ziyaret eden katılımcılar;

Menzil'de Allah dostunu ziyaret etmek ve maneviyatımızı arttırmak için gittim. Eşim rahatsız onları vesile kılarak sağlığı için dua ettim. Yolu uzun ve yorucu olmasına rağmen Menzil'de daha yoğun maneviyat ve duygular hissettim. Bu tarz dini mekânlar, insanın inancını güçlendiriyor. Biraz olsun gündelik dünya telaşından uzaklaşmamızı ve olumsuz durumlardan sıyrılmamızı sağlıyor.

(Katılımcı 33)

Allah dostunu ziyaret amaçlı gittim ve çok yoğun maneviyat ve heyecan hissettim. O kadar kalabalığı görünce şaşırdım ve kendi hayatını yaptıklarını sorguladım. İmam-ı Birgivi Türbesi'nden Menzil'de hissettiklerim kadar yoğun hisler yaşayamadım.

(Katılımcı 35)

Mevlana Türbesi'ni ziyaret eden katılımcılar;

Mevlana'nın mimari dokusu ve hissettirdiği maneviyat İmam-ı Birgivi Türbesi'nden daha yoğundu.

(Katılımcı 3)

Maneviyatı hissetmek için Mevlana Türbesi'ni ziyaret etmiştim. Mevlana'nın tesbih gibi görüp bağlanabileceğin eşyaları var, Mehmet efendinin hiç bir şeyi yok, yine de bağlanıp inanıyorsun. Buranın bende yarattığı maneviyat hissi daha yüksektir.

(Katılımcı 18)

Mevlana'da daha yoğun maneviyat ve duygular hissettim. Hatta Mevlana'da dahi Menzil'deki kadar yoğun maneviyat hissedemedim. Turist gibi hissettim kendimi ve bundan dolayı kendimi suçlu hissettim.

(Katılımcı 35)

Umre ziyareti gerçekleştiren katılımcı;

Umreye varınca ne iş ne güç, günlük hayatını her şeyi unuttum. Zaten kefenlik giyip gidiyorsun günahlarımız affedilsin diye. Hüznü sevinci bir arada yaşadım. Oraya

giderken de dönerken de çok ağladım. Günlük hayatındaki bütün sıkıntılarından uzaklaşıp sadece oraya odaklanıp, rahatladım. Umreden dönmek istemedim, bir bağlılık hissettim. Anlatılmaz duygular hissettim. İmam-ı Birgivi Türbesi, umre ziyaretimin yanında bana çok büyük manevi duygular katmadı.

(Katılımcı 20)

Eyüp Sultan Camii ve Türbesi'ni ziyaret eden katılımcı;

Eyüp Sultan 'da Medine 'de peygamber efendimizi ziyaret eden ve o şerefe nail olan bir insan bizde onların ümmeti olarak onu evinde ziyaret eden bir kişiyi görmeliyiz dedik. Ayrıca Eyüp Sultan 'ın mimari ve tarihi dokusu harika, hiçbir çivi çakılmamış bakıyorsunuz nasıl bir sanatla yapılmış diyorsunuz. Her iki dini mekânın da maneviyatı arttırıcı özellikleri var. Eyüp Sultan ile Birgivi hazretlerine olan hissim aynı değil. Bakış açıları farklı peygamberimiz gören birinin camii ve türbesi daha çekici daha cazip geliyor. Birgivi hazretlerini de Allah dostu bir insan olduğu için onu da önemli görüyorum. Fakat Eyüp Sultanın bende yarattığı maneviyat daha yüksektir.

(Katılımcı 23)

Menzil'deki Gavs hazretleri, Mevlana, Eyüp Sultan gibi Allah dostu olan kişileri ve Umre'yi ziyaret eden katılımcıların neredeyse hepsi manevi hislerinin yoğunluğunun İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi Türbesi'nden daha fazla olduğunu ifade etmiştir.

Bursa Ulu Camii ziyaret eden katılımcılar;

Ulu camide bayram namazı kılar gibi çok insanla sabah namazı kılmak çok güzeldi ve beni çok etkiledi. Heyecan ve mutluluk duydum bütün duygularım çok yüksekti. İmam-ı Birgivi Türbesi'nden bu denli yoğun duygular yaşamadım fakat burası da manevi açıdan doyurucuydu.

(Katılımcı 34)

Benim bu tarz yapılarda aradığım en önemli özellikler mimari ve hakkında anlatılanlardır. Ulu camide, bir cami kadar bir avize vardı bu bana çok etkileyici gelmişti. Birgivi Türbesi ile ilgili bir efsaneden bahsedilseydi daha dikkat çekici gelebilirdi. Gidiş amacım dini olmasa da İslam, Allah gibi dini hisleri Ulu Camii de daha çok hissettim. Türbede Allah'a ulaşmış kişiler olmasına rağmen kendimi ulu

camide daha çok Allah'a yakın hissettim. Normal bir mezarın yanından geçerken nasıl hissediyorsam orada da aynı hissettim.

(Katılımcı 5)

Sultan Ahmet Camiini ziyaret eden katılımcı;

Çok güzel ve harika bir yerdi. Bir Osmanlı padişahının orayı yaptırmış olması o tarihte o kadar büyük bir yapının yapılmış olması çok ilgi çekiciydi. Günümüzdeki imkânlar olmamasına rağmen o zamanda bu tarz yapılar çok etkileyici gelmişti. İmam-ı Birgivi Türbesi'nde dini açıdan çok etkilendim ama Sultan Ahmet tarihi yapı olarak beni çok etkilemişti.

(Katılımcı 24)

Selimiye Camiini ziyaret eden katılımcı;

Burada hissettiğim manevi duygu daha ağır bastı. Oraya bir kere gittim buraya sürekli geliyorum tabi bunda mesafenin de etkisi var. Selimiye, şehrin içerisinde bir yapı burası doğayla iç içe daha huzur verici daha sessiz daha güzel.

(Katılımcı 11)

İsa Bey Camiini ziyaret eden katılımcılar;

İmam-ı Birgivi Türbesi'nde daha çok heyecan yaşadım. Oranın geçmişi ve orada anlatılan hikâyeler insanı daha çok etkiliyor. İsa Bey Camii ile ilgili enteresan hikâyeler duymadığım için galiba heyecanlanamadım.

(Katılımcı 28)

Tarihi ve kültürel niteliği olan inanç merkezlerini sevdiğim için İsa Bey camiini ziyaret ettim. İmam-ı Birgivi Türbesi bende daha çok sakinlik ve huzur hissi yarattı.

(Katılımcı 3)

Bursa Ulu Camii, Sultan Ahmet Camii, Eyüp Sultan Camii, Selimiye camii ve İsa bey Camii'ni ziyaret eden katılımcıların birçoğu yapıların insanda uyandırdığı manevi hisler dışında tarihi ve mimarisinden de etkilendiklerini ifade etmiştir. İmam-ı Birgivi Türbesi'nin tarihi, mimari dokusu yukarıda bahsedilen camilerdeki kadar ziyaretçilerin üzerinde etkili olmamıştır. İmam-ı Birgivi Türbesi doğal ortamından dolayı katılımcılarda daha çok huzur ve sakinlik hissi uyandırmıştır.

Nevşehir Hacı Bektaş'ı Veli Türbesini ziyaret eden katılımcı;

Her iki türbe ile ilgili anlatılanlar ziyaret ettiğimde heyecanlanmama neden oldu.

(Katılımcı 9)

Farklı yerel türbeleri ziyaret eden katılımcılar;

Doğası Birgivi Türbesi'ni daha huzurlu kılıyor ve huzur daha fazla hissediliyor.

(Katılımcı 45)

Bütün türbelerde aynı derece manevi duygu hissettim.

(Katılımcı 47)

Dualarım kabul olunca Birgivi Türbesi'ne inancım ve bağlılığım arttı.

(Katılımcı 40)

Farklı yerel camileri ziyaret eden katılımcılar;

En iyi hissettiğim huzur bulduğum yer İmam-ı Birgivi Türbesi'dir.

(Katılımcı 8)

Köyümün camisinde Birgivi Türbesi'nden daha yoğun maneviyat hissettim.

(Katılımcı 12)

Birgivi Türbesi'nde duygularım daha yoğundu. Burada kalbinden anlatılmaz duygular geçti, hafifliyorsun ve namaz kılınca kendimi Allah'a daha yakın hissettim.

(Katılımcı 26)

Daha az bilinen türbe ve camileri ziyaret eden katılımcıların birçoğu İmam-ı Birgivi Türbesi'nde yaşadıkları maneviyatın, huzurun ve heyecanın daha fazla olduğunu ifade etmiştir.

Katılımcıların çoğu gelecek ziyaretçilere türbenin ziyaret edilmesi yönünde tavsiyelerde bulunmuş ve katılımcıların yarısı ise mutlaka gidilip görülmesi gerektiğini ifade etmiştir. Katılımcılar benzer olarak, *huzur, edilen duaların kabul olması, maneviyat, tabiat güzellikleri, Allah dostu olmaları, kültürel, yenilenme, değişme, atmosferi yaşama, ölmüslere dua etme ve ziyaret etme gerekliliğinden* ziyaret edilmesi gerektiğini dile getirmiştir. Katılımcıların birçoğu ziyaretlerinden memnun kalıp tatmin duygusu yaşadığını ifade etmiştir. Bunların dışında katılımcılardan alınan cevaplar şu şekildedir;

Türbeyle ilgili heyecanlanmak istiyorsanız hakkında anlatılanları öğrenip gelin.

(Katılımcı 5)

Dini amaçla geliyorsanız ibadete uygun kılık kıyafet, ojesiz ve makyajsız olun, ibadetinizi gerçekleştirmekte zorluk çekersiniz.

(Katılımcı 1)

Hurafelerden uzak durup, iç seslerine kulak versinler.

(Katılımcı 7)

Katılımcılarının birçoğu belediyeye herhangi bir öneride bulunmamıştır. Genel olarak öneriler, kafe tarzı mekânların olması gerektiği, çevreye özen gösterilmesi gerektiği ve tanıtımının daha iyi yapılması gerektiği şeklinde olmuştur.

Belediye engelli insanlar ve bebek arabaları için türbe içindeki yolları düzenlemelidir.

(Katılımcı 1)

Bakınca önemli biri yatıyor diyebilmek için belediye türbenin efsanelerini veya mucizelerini iyi tanıtmalı.

(Katılımcı 5)

Burada her şeyin daha doğal ve yöresel olmasını isterdim satılan hediyelik eşyaların hazır alınıp satılması hoş değil, cücelerden aldığım ürünler daha yöreselmiş hissi uyandırıyor onları hafta içleri de burada görmek istiyorum.

(Katılımcı 17)

Belediye, güneşten ve yağmurdan korunacak kapalı mekânlar sağlamalıdır.

(Katılımcı 34)

Çarşı kısmının üstü kapatılmalı, yağmurlu havalarda alışveriş yapmak çok zor.

(Katılımcı 40)

Katılımcıların demografik özelliklerine bakıldığında katılımcıların yaş aralıklarının yirmili yaşlarda ve kırklı yaşlarda yoğunluk gösterdiği görülmüştür. Katılımcıların yarısından fazlasının ilköğretim ve altı bir eğitim seviyesine sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Katılımcıların yarısı türbeyi ilk defa ziyaret etmiştir.

Katılımcıların birçoğunda kültürel ve dini nedenler bir arada görülmüştür. Sadece dini nedenlerle gelenler de katılımcıların önemli bir kısmını oluşturmaktadır.

Din dışı sadece doğa, çevre gezisi, kültürel ve tarihi nedenlere gelenler katılımcıların çok küçük bir kısmını oluşturmaktadır.

Katılımcıların birçoğunun seyahat kararı almalarında türbenin mucizeleri, dilekleri ve duaları gerçekleştirdiğiyle ilgili anlatılanlar önemli etkileyici faktörler olarak görülmektedir. Katılımcıların birçoğu maddi ve manevi yaşantılarının iyileşmesi, maneviyatlarının artması, sıkıntılarının çözüm ve huzur bulma beklentisiyle türbeyi ziyaret kararı almıştır. Ayrıca, katılımcıların cevaplarının büyük bir kısmı farklılık, stres atmak, güzel vakit geçirmek, huzur - sakinlik arayışı, şehirden kaçmak, günlük sıkıntılardan uzaklaşmak ve tarihi - kültürel birikimleri artırma beklentilerini içermektedir.

Yine katılımcıların birçoğunun türbe hakkındaki bilgi kaynakları ağızdan ağıza yayılan bilgilerden oluşmaktadır. Türbe ziyaretlerinde aile fertlerinin, arkadaş, komşu ve giden tanıdıkların kendi deneyimleri sonucunda anlattıkları katılımcıların birçoğu üzerinde etkili olmuştur. Genel olarak katılımcıların birçoğu türbeyi ziyaret kararını bağımsız olarak aldıklarını ve türbeye olan kadın turlarının seyahat kararlarını güçlendirdiğini ifade etmiştir. Katılımcıların birçoğu ziyaretini kadın turları kapsamında gerçekleştirmiştir.

Katılımcıların büyük bir bölümü türbede namaz, dua ve kuran okuma gibi dini faaliyetlerde bulunmuştur. Katılımcıların birçoğu türbede ibadet ederek kendilerini Tanrı'ya daha yakın olduklarını ve maneviyatlarının güçlendiğini hissetmiştir. Katılımcıların kültürel birikimi özümledikleri, doğanın üzerlerinde olumlu etki yarattığı görülmüştür. Geliş nedenleri dini olmasa da türbede atmosferden etkilenip manevi deneyimler yaşayan katılımcılar olmuştur.

Katılımcıların cevaplarının büyük bir bölümü, ibadet, maneviyat, huzur, samimiyet, sakinlik, yenilenme, sorgulama, hüznün, ruhen arınma, dinlenme ve rahatlama, güven, günlük hayattaki sıkıntıların unutulması, mutluluk, doğa, merak, umut ve farklılık şeklinde olmuştur.

İnanç alanlarının ziyaret amaçları ve beklentileri farklı olsa da yaşanan hisler birbiriyle benzerlik gösterebilmekte veya aynı amaç ve beklentilerle gidilse de ziyaretçilere farklı deneyimler ve hisler yaşatabilmektedir. İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi Türbesi daha küçük yerel ve camilerle hissi yönden değerlendirildiğinde daha yoğun maneviyat hissettirdiği bulgusuna erişilmiştir. Fakat Menzil'deki Gavs

hazretleri, Mevlana, Eyüp Sultan gibi Allah dostu olan kişileri ve Umre'yi ziyaret eden katılımcıların hisleriyle değerlendirildiğinde ve kıyaslandığında katılımcılara hissettirdiği maneviyatın daha düşük olduğu görülmüştür.

İmam-ı Birgivi Türbesi'nin tarihi, sanatsal ve mimari değeri yüksek olan Bursa Ulu Camii, Sultan Ahmet camii, Eyüp Sultan Camii, Selimiye Camii ve İsa Bey Camii ile beklentisel ve deneyimsel değerlendirilmesinin de birbirinden farklı olduğu görülmüştür. Bu camileri ziyaret eden katılımcılar yoğun manevi tarihi ve mimari beklenti ve deneyimlere sahip olurken, İmam-ı Birgivi Türbesi tabiatından dolayı daha çok bu katılımcılarda huzur ve sakinlik hissi uyandırmıştır.

Katılımcılar aldıkları eğitime göre iki gruba ayrıldığında bazı bulgular ortaya çıkmıştır. İlk olarak ilköğretim ve altı eğitim seviyesindeki katılımcıların birçoğu dini nedenlerle gelirken lise ve üstü eğitime sahip olan katılımcıların birçoğunda dini amaç daha az gezip görme amacı daha fazla görüldüğü ortaya çıkmıştır. İlköğretim ve altı eğitim seviyesindeki katılımcıların bazılarının yarı hacı olma beklentisiyle Birgivi Türbesi'ne ziyaretlerini gerçekleştirdikleri ortaya çıkmıştır. Bu katılımcılarının birçoğunda maneviyatlarının güçlenmesi ve maddi hayatlarının iyileşmesi yönünde beklentilere sahip oldukları görülmüştür. Lise ve üstü eğitime sahip olan katılımcıların birçoğunda maneviyatlarının güçlenmesi yönündeki beklentileri daha az iken güzel vakit geçirme yönündeki beklentiler daha fazladır. Her iki gruptaki katılımcıların birçoğunda dua etmek, dilek dilemek, huzur bulmak, rahatlamak ve sosyalleşmek gibi benzer deneyimler edindikleri görülmüştür. İlköğretim ve altı eğitim seviyesindeki katılımcıların birçoğu diğer dini alanlarla hislerini kıyasladıklarında Birgivi Türbesi'nde daha yoğun maneviyat hissi yaşadıklarını ifade etmiştir. Lise ve üstü eğitime sahip olan katılımcıların birçoğu hissettikleri maneviyatın ziyaret ettikleri dini alanlardan aynı veya daha düşük olduğunu ifade etmiştir.

Birgivi Türbesi'ni ilk defa ziyaret eden katılımcıların küçük bir kısmı bu ziyaretten yoğun dini beklentiler içerisine girip yoğun maneviyat yaşamıştır. İlk defa ziyaret edenlerin birçoğunun dini beklentilerinin ve deneyimlerinin daha az olduğu görülmüştür. Birden fazla türbeyi ziyaret eden katılımcıların birçoğunda dini nedenler ve mekâna bağlılık, yüksek maneviyat gibi deneyimler daha yoğun görülmüştür.

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Bu çalışmada İmam-ı Birgivi Türbesi'ni ziyaret eden kadınların seyahatleri öncesindeki güdülleri, seyahatleri sırasındaki hisleri ve seyahatleri sonunda diğer dini alanlarla hissi karşılaştırmaları araştırılmıştır. Kadınlar, dini seyahatler içerisinde ve günümüz turizm hareketlerinde önemli bir kitleyi oluşturmaktadır. Bu çalışmanın bulguları literatüre teorik ve pratik birçok fayda sağlayacaktır. İlk olarak bu çalışma, literatürde kısıtlı olan kadın çalışmalarına rakamsal bir artış sağlayarak, kadınların bu tarz dini alanlar üzerindeki etkilerinin ve potansiyellerinin önemine vurgu yapılabilmesini sağlayacaktır. Kadınların dini seyahatlerdeki etkinliğinin farkına varılmasında yardımcı olacaktır. Kadınların bu tarz mekânlardan beklentilerinin göz önüne alınması, ziyaretlerinin devamlılığı ve potansiyel ziyaretçilerin doğru uyarılmasında yarar sağlayacaktır.

Bu çalışmanın bulguları bazı sonuçlar ortaya çıkarmıştır. İlk olarak, Şaman (2009: 10) inanç turizminin turistik rota üzerinde önemli dini yer ve yapılara ziyaretle ortaya çıkabileceğinden bahsetmiştir. Aynı şekilde Birgivi Türbesi'nin de turistik bir rota üzerinde önemli görülüp genellikle kadın turlarıyla ziyaret edilen bir mekân olduğu ortaya çıkmıştır.

Blackwell (2007: 38)'in yaptığı inanç turizmi sınıflaması İmam-ı Birgivi Türbesi'ni ziyaret eden katılımcıların birçoğunda görülmüştür. Katılımcıların birçoğu için bu seyahat gönüllülük ve geçicilik içermiştir. Katılımcıların birçoğu bu kararı kendilerinin aldığını ifade etmiştir. Katılımcıların birçoğu mekânın dini tarafı dışında kültürel, tarihi ve tabiat güzellikleriyle de güdülenmiştir. Türbe, İzmir içinde özellikle o civardaki halk tarafından tanınan önemli yerel dini bir nitelik taşımaktadır. Ayrıca destinasyona seyahat katılımcıların birçoğu tarafından hac gibi dini bir uygulama olarak kabul edilmemektedir.

Din, en fazla seyahate yönelten neden olarak görülse de (Timothy and Olsen, 2006:1), dini nedenler ve diğer nedenler birbirinden ayırtılamamış, kişiler seyahat nedenlerine din dışında farklı nedenleri de eklemiştir. Drule vd. (2012: 434) 'ne göre dini alanların ziyaret nedenleri giderek çeşitlenmekte ve karmaşık bir hal almaktadır. Birgivi Türbesi'ni ziyaret eden katılımcıların da farklı amaçlarla mekânı ziyaret

ettikleri ortaya çıkmıştır. (Richard'dan aktaran Iheanacho, 2015: 274), Katılımcıların yarısından fazlasının geliş sebebinde din ve diğer nedenler bir arada bulunmaktadır. Dini nedenleri barındırmayan ziyaretler küçük bir miktarı oluşturmaktadır. Birgivi Türbesi'ni ziyaret eden katılımcıların büyük bir bölümünde hem kültürel hem de dini nedenler bir aradadır. Katılımcılar bu seyahate dini, kültürel, tarihi ve doğa gezisi gibi birden fazla nedenle çıkmıştır.

İngiltere'deki kiliselerin yapılış amacından bahseden Raj (2012: 97)'ın ifadesine benzer bir durumda Birgivi Türbesi'nde görülmektedir. Zamanında önemli din adamı için yapılan mezar şimdilerde turistik çekicilik olarak kullanılmaktadır. Birgivi Türbesi'ni ziyaret edenlerin büyük bir bölümünde itici ve çekici her iki motivasyon faktörü de görülmektedir. Çünkü katılımcıların seyahat kararlarıyla ilgili içsel dini dürtülerinin yanında destinasyonun özellikleri de üzerlerinde itici bir motivasyon faktörü oluşturmuştur. Katılımcıların çoğu mekânın manevi öneminden ve doğasından etkilenmiştir (Crompton, 1979: 416).

Birgivi Türbesi'ni ziyaret eden katılımcılardan küçük bir kısmı Smith (1992: 4)'de bahsedildiği gibi üzerlerinde dini etkenlerin anlamının olmadığı seküler turistlerdir ve bu katılımcılar seküler hacrlardaki iyi zaman geçirmek, dinlenmek yeni şeyler deneyimlemek gibi ana motivasyonlarla güdülenmiştir (Liutikas, 2014: 308). Ayrıca bu kutsal alanı ziyaret eden katılımcılar, dini turist, seküler turist ve dini etkinlik katılımcıları şeklinde Blackwell (2007: 39)'in gruplandırması içinde yer almaktadır.

Katılımcıların büyük bir kısmı türbede yatan kişinin kutsallığına inanmaktadır. Hyde ve Harman (2011: 1345) ve Jansen, Kühl (2008: 307)'ün de bulgularına benzer olarak Birgivi Türbesi'ni ziyaret eden katılımcılar, bu doğrultuda ev, çocuk, eş, sağlık, ailedeki hasta yakınlarına şifa, kendilerine veya çocuklarına maddi kazanç ve hayattaki başarısızlıkların çözümüne çare dilemek için gelmiştir.

Bulgulardan yola çıkarak katılımcıların cevaplarının büyük bir kısmı stres atmak, güzel vakit geçirmek, huzur - sakinlik arayışı, şehirden kaçmak, günlük sıkıntılardan uzaklaşma isteği, nostaljik nedenler, tarihi - kültürel birikimlerini artırma isteği, Crompton (1979: 416-421)'un bahsettiği sıradan çevreden kaçış, kendini değerlendirme ve keşfetme, dinlenme ve rahatlama, gerileme (nostaljik faktörler),

akrabalık ve aile ilişkilerinin geliştirilmesi, statü sahibi olma, yenilik arayışı ve eğitim gibi dokuz seyahat güdüsünün içinde yer almaktadır.

Nostalji hissi, kendi aile kalıntılarını anlama ihtiyacı veya çocukluk ve gençlikleriyle ilgili ya da bütün yaşamları boyunca duydukları yerler insanları ziyaret etmeye güdüler (Liutikas, 2014: 306). İmam-ı Birgivi Türbesi'nde katılımcıların bazılarında türbe ziyaretinde ölen aile fertlerini hatırlamak için geldikleri ve sürekli ziyaret eden bir katılımcının arkadaşlarıyla karşılaşmak ve çocukluğunu hatırlamak istediği görülmüştür. Iheanacho, (2015: 272)'in de bahsettiği gibi katılımcıların bazıları nostaljik hislerini tatmin etmek için İmam-ı Birgivi Türbesi'ni ziyaret etmiştir.

Yine Pearce ve Lee (2005: 228)'nin en yaygın dört boş zaman değerlendirme motivasyonunun ikisi yenilik arayışı, kaçış/rahatlama yine burada görülmektedir. Katılımcıların çoğu ziyaret ettikleri dini alanlarda, Snepenger, vd. (2006: 142)'nin seyahat motivasyon şekli görülmüştür. Katılımcılar, normal çevresinden kurtulmak, kötü bir ruh halinin üstesinden gelmek, stresli sosyal çevreden kurtulmak, başkalarıyla etkileşimden kaçınmak, başkalarına deneyimlerini anlatmak, kendini iyi hissetmek, benzer çıkarları olan insanlarla birlikte olmak, arkadaşlarla-aile bireyleriyle daha yakın olmak, günlük hayatında hızlı bir değişiklik yapmak ve yeni insanlarla tanışmak için Birgivi Türbesi'ni ve diğer bahsi geçen dini mekânların birçoğunu bu beklentilerle ziyaret etmiştir.

Ağızdan ağıza yayılan mucizeler katılımcıların birçoğunun türbeye gelmesine ve beklenti içerisine girmesine neden olmuştur. Geliş nedeni dini beklentiler içermese de, mekândaki atmosfer, gerçekleşen mucizeler (Terzidou, 2010: 346), türbe hakkında ağızdan ağıza yayılan anlatılar ve de kesilen adakları gören katılımcıların çoğunun beklentileri artmıştır. Bu katılımcılar, dilek dileme ihtiyacı duymuş ayrıca maneviyatı hissedip huzur bulmuştur.

Katılımcıların bazıları kendilerinin, aile yakınlarının veya tanıdıklarının gerçekleşen dilekleri için Tanrı'ya şükranlarını sunma arzusuyla adanan adaklarını kesmeye gelmiştir (Iheanacho 2015: 272). Katılımcıların çoğu İmam-ı Birgivi Türbesi'nden dileklerinin kabul olmasının yanı sıra maneviyatlarını güçlendirmesini de beklemektedir. Türbeye daha çok dini nedenlerle gelen katılımcıların beklentileri arasında yarı hacı olmak da vardır. Katılımcıların bazıları ise türbeyle ilgili anlatılanlarının gerçekliğini öğrenme beklentisiyle gelmiştir.

Farklı güdü, tercih ve inanca sahip farklı tiplerdeki turistler kendi manevi ve seküler ihtiyaçlarına göre farklı deneyimlere gereksinim duyar (Hughes vd., 2013: 212). Çünkü türbeyi ziyaret eden katılımcıların maneviyatları farklı seviyelerdedir. Birgivi Türbesi'ni ziyaret eden katılımcıların birçoğu manevi deneyim ihtiyaçlarıyla gelirken az bir kısımda seküler ihtiyaçlarına karşılık bulmak için türbeye gelmiştir.

Ziyaretçilerin kutsal yerlerden beklentisi ruhsal ve zihinsel gelişimine katkı sağlayacak olmasıdır (McGettigan ve Griffin, 2012: 120). Katılımcıların birçoğu üzerinde Birgivi ve diğer dini mekân ve alanlar ruhen arınma, dinlenme, yüksek maneviyat, sıkıntılardan uzaklaşma, huzur gibi pozitif hisler uyandırmıştır. Ayrıca katılımcıların bazıları da kendilerini sorgulama, Allah'a yakınlık ve üzüntü gibi duygular edinmiştir.

Turizm deneyim sürecinin yönelim, bağlılık, ziyaret, değerlendirme, depolama, yansıma ve zenginleştirme gibi farklı aşamaları vardır (Aho aktaran Ritchie ve Hudson, 2009: 114). Katılımcıların bazıları fotoğraf, hediyelik eşya satın alma gibi fiziksel depolama deneyimi yaşamıştır. Katılımcıların neredeyse hepsi ziyaret ettikleri diğer dini alanlarla İmam-ı Birgivi Türbesi'ni kıyaslayıp değerlendirmiştir. Kültür, tarih, din, doğa, etkinlik, alışveriş, mimari, ağırlama, konaklama ve ulaşımı içeren destinasyon bağlamındaki tetikleyici turist deneyimleridir (Lin ve Kua, 2015: 85). İmam-ı Birgivi Türbesi'nde de kültür, tarih, din, doğa ve kadın turları tetikleyici destinasyon deneyimleridir. Katılımcıların ziyaret ettikleri diğer dini alanlarda da bu öğelerin birçoğu tetikleyici turist deneyimi olduğu görülmüştür. Özellikle, Eyüp Sultan, Selimiye, Sultan Ahmet, Ulu Camii gibi katılımcıların ziyaret ettiği diğer yapılar özellikle mimarisi ve tarihi ile tetikleyici turist deneyimleridir.

Memnuniyet, beklentileri aşan veya karşılayan bir durum veya etkinliğe bütünsel duygusal cevap olarak tanımlanır (Shackley, 2002: 349). Memnuniyet, bütün turist deneyimleri arasında en etkili durumdur (Oliver, 1980: 466). Katılımcıların birçoğu, Birgivi Türbesi ve ziyaret ettikleri diğer inanç alanlarını ziyaretlerinden memnuniyet duymuştur.

Cohen (1979: 184-190)'nin turist deneyimlerini gruplandırmasına göre Birgivi Türbesi'ni ziyaret eden katılımcıların küçük bir kısmı dinletisel turist tipidir. Bu katılımcılar için dini seyahatin anlamı sekülerleşmiş ve maneviyat içeriğini

kaybetmiştir. Ayrıca, katılımcılar ziyaret deneyimlerini ilginç görmüştür ama kişisel olarak anlamlı görmemiştir. Yine de bu turist tipinde olan katılımcılar ziyaretlerinden zevk almıştır. Katılımcıların küçük bir kısmı da eğlencesel yani hayatın sıradanlığından ve anlamsızlığından bir kaçış olarak gören fakat anlam arayışı içinde olmayan turistlerdir. Birgivi Türbesi'ni ziyaret eden katılımcıların birçoğu varoluşsal turist tipidir. Katılımcılar seçilmiş merkeze bağlılık hissetmiş, tek anlamlı gerçeğin orada olduğuna inanmış ve seyahat ettiği yerlerdeki kültürel birikimi özümsemek istemiştir. Ayrıca, katılımcılar arasında en çok varoluşsal turist tipi özelliklerine rastlanan dini alanlar Menzil ve Umre'dir.

Bond vd. (2015: 477) dini miras alanlarını ziyaret edenlerin deneyimlerinde beş deneysel faktör gözlemlemiştir. Bu deneyim faktörlerine benzer durumlar Birgivi Türbesi'nde ve diğer ziyaret edilen alanların neredeyse hepsinde yaşanmıştır. Katılımcıların çoğu, ruhen ve duygusal yönden bu alanlarda yoğun bir manevi deneyim kurmuştur. Katılımcılar, sıradan şeylerin dışında yeni ve heyecanlı bir şeyler deneyimlemiştir. Katılımcıların çoğu bu alanlarda başka ziyaretçilerle etkileşim kurmuş sosyal ilişkilerin gelişmesini sağlamıştır. Ve son olarak katılımcıların birçoğu, rahatlama, huzur bulma ve yenilenme sağlayan deneyimler yaşamıştır.

Doruk deneyimlerde, şaşkınlık, inanmazlık ve şok etkileri, plato deneyimlerde ise sakin, daha az şiddetle heyecan ve sevinç yaşanmaktadır (Maslow, 1996: 12). Birgivi Türbesi'ni ziyaret eden katılımcıların küçük bir kısmı için bu ziyaret doruk bir deneyim çoğu için plato bir deneyim olmuştur. Ayrıca, Umre ve Menzil gibi inanç alanlarını ziyaret eden katılımcılar doruk bir deneyim yaşadıkları görülmüştür.

Quan ve Wang (2004: 301)'a göre deneyimlerin sıradan-sıra dışı, benzer-yeni, seküler-kutsal vb. şeklinde karşıtlıkları vardır. Katılımcıların deneyimlerinin az bir kısmı sıra-dışı büyük bir kısmı için ise de sıradandır. Birgivi Türbesi'nde ve katılımcıların ziyaret ettikleri diğer inanç alanlarında katılımcıların çoğunun deneyimlerinde dini olma ve turistik olma konusunda geçişler yaşanmıştır (Bremer, 2006: 30). Çünkü katılımcıların çoğu dini nedenlerle ve beklentilerle gelip türbenin tarihi hakkında bilgi edinip doğal güzelliklerini deneyimleyebilmiş ya da tam tersi katılımcıların çoğu dini bir amaç gütmeyerek gelip atmosferden etkilenip dini beklentiler ve deneyimler yaşamıştır.

Dilthey (1976: 210)'a göre, deneyimler, insanları toplumsal varlıklar oldukları için başkalarıyla iletişim kurmaya ve deneyimlerinden öğrendiklerini anlatmaya teşvik eder. Bremer (2006: 28)'e göre, kutsal yerler, insanlarda mekânsal deneyimler yaratmaktadır ve bu sayede insanlar deneyimlerini mekâna katarak hikâyelerle yerin sürdürebilirliğini arttırmaktadır. Birgivi Türbesi'ni ziyaretlerde önceden gidenlerin deneyimlerini anlatmaları yerin karakterinin yayılmasının ve mekânın anlamlandırılmasına yatırım yapmıştır. Bu şekilde katılımcıların büyük bir kısmı ağızdan ağıza yayılan bilgilerle ziyaretlerini gerçekleştirmiştir. Birgivi Türbesi'ni ziyaret eden katılımcıların birçoğu mekânın dini unsuruyla beraber tarihini ve coğrafyasını deneyimlemiştir (Mazumdar ve Mazumdar, 2004: 394). Kitle turistleri dini temelli turizm kaynaklarını genellikle yan gezi ve eklenti olarak görmektedir (Kasim, 2011: 443). Birgivi Türbesi'ne gelen katılımcıların az bir kısmı bu ziyareti bir gezi olarak görüp deneyimlemiştir. Çoğu katılımcı hem manevi hem de seküler deneyimi bir arada yaşamıştır. Katılımcıların deneyimleri tek başına manevi, kültürel, tarihi, doğa gezisi deneyimi olarak farklılaştırılamamaktadır. Çoğu katılımcının deneyimi ne tam olarak dini deneyim ne de sadece seküler deneyim olarak ayrılmaktadır (Hughes vd., 2013: 211).

Hacca benzer olarak Birgivi Türbesi ziyareti katılımcıların neredeyse hepsine sosyal, kişisel ve manevi bağlılık imkânı sunmuştur (Lloyd, 2015: 36). Ayrıca Menzili ve Umreyi ziyaret eden ve Birgivi Türbesi'ni ziyaret eden katılımcıların yoğun alçakgönüllülük ve kendilerini sorguladıkları görülmüştür (Raj (2012: 100). Ayrıca yine hacca benzer olarak, Menzili, Umreyi ziyaret eden katılımcıların çoğunun İmam-ı Birgivi Türbesi'ni ziyaret eden katılımcıların bazılarının ölümü hatırladıkları ve hayattaki uygulamalarıyla ilgili farkındalık kazandıkları gözlemlenmiştir (Mazumdar ve Mazumdar, 2004: 395). Kutsal mekânlar, hacıların, Tanrı'ya yakınlık, ibadet yeri, Tanrı'ya minnettarlığını göstermek ve af dileme arayışı içerisinde oldukları alanlardır (Kasim, 2011: 453). Birgivi Türbesi'nde de kutsal mekânları ziyaret eden hacıların beklentilerine benzer olarak, katılımcıların birçoğunun Tanrı'ya minnettarlığını göstermek için adaklar kestiği, dualar okuduğu, günahlarını affettirmek için namaz kılıp dua ederek ibadet ettikleri görülmüştür.

Maneviyat, her birey için farklıdır ve inanç yerleri, Tanrı ile ilişki kurabilmek konusunda ibadet etmek isteyen kişilere yardımcı olarak manevi deneyimler

kazanmalarına çeşitli yollar sunma konusunda fırsatlar sunar (Rashid, 2012: 146). Birgivi Türbesi'ni ziyaret eden katılımcıların birçoğu yüksek maneviyat deneyimi yaşamış, ibadet edebilme, Tanrı ile ilişki kurabilme ve ona yakın olabilme imkânı sunmuştur. Ayrıca Menzili ve Umreyi, ziyaret eden katılımcılarda da yüksek maneviyat hissi gözlemlenmiştir. Birgivi Türbesi'nde katılımcıların bazıları aile ve arkadaşlarını hatırlatan nostaljik hisler yaşamış ve katılımcıların birçoğu Tanrı'ya yakınlık ve manevi değer kazanmak gibi parayla elde edilmeyen deneyimler kazanmıştır (Eliade, 1981: 28). Birgivi Türbesi'ni ziyaret eden katılımcıların çoğu bu mekânda iç huzurla ilgili tatmin edici deneyimlere sahip olmuştur (Mazumdar ve Mazumdar, 2004: 395).

Birgivi Türbesi ve katılımcıların ziyaret ettikleri diğer yapılar yapısal ve anlamsal olarak birbirinden farklıdır ve katılımcıların edindikleri deneyimler birbirinden farklıdır (Bond vd., 2014: 471). Birgivi Türbesi'nde de Abreu (2006: 144)'nın bulgularına yakın olarak çoğu katılımcı huzurlu, dini bir deneyim yaşadıklarını belirtirken çok az bir kısmı da ziyareti yan tur olarak görmüştür.

Hac ziyaretlerini gerçekleştiren kadınlara benzer olarak, Birgivi Türbesi'ni ziyaret eden katılımcıların çoğu kendilerini Tanrı'ya daha yakın hissetmiş, mutluluk ve huzur gibi olumlu hislere sahip olmuştur (Günlü ve Okumuş, 2010: 11-15). Şia mezhebinden olan kadınların türbe ziyareti günlük hac faaliyetidir. Ziyaretlerin hem sosyal hem de manevi yaşamlarını zenginleştirdiği görülmüştür. Birgivi Türbesi'ni ziyaret eden katılımcıların bazıları için türbe ziyareti hayatlarında önemli yer tutmakta olduğu ve katılımcıların türbeden sakin ve yatıştırıcı deneyimler elde ettiği görülmüştür (Honarpisheh, 2013: 385- 397).

Katılımcıların Birgivi Türbesi'nin dışında önemli kutsal mekânları ziyaretlerinde her zaman birincil motivasyon din olmamıştır. Örneğin, Eyüp Sultan, Selimiye, Sultan Ahmet, Ulu Camii mimarileriyle ünlü dini yapılardır. Buralarda katılımcılar tarafından her zaman birincil motivasyon din olarak görülmemiştir (Bond vd., 2014: 472). Bu tarz dini mekânları ziyaret eden katılımcıların birçoğu maneviyatlarının yoğunluğunun Birgivi Türbesi'nden daha fazla olduğunu ifade etmiştir. Katılımcılar birçoğu manevi yönü dışında yapının mimarisinden çok etkilenip hayran kalmıştır. Bu camiler de artık günümüzde York Kilisesi gibi sekülerliği ve kutsallığı birlikte içinde barındıran çift fonksiyonlu yapılar olmaya başlamıştır.

Katılımcılar kutsal ve seküler güdöleri bir arada içlerinde barındırmıştır (Raj, 2012: 97). Benzer olarak Paris'teki Notre Dame'ı ziyaret kültürel bir ziyareti içerirken aynı zamanda inanç turizmini de içermektedir (Richard'dan aktaran Iheanacho, 2015: 274). Katılımcıların birçoğunda bu cami ziyaretlerinde kültür turizmi ve inanç turizmi birlikte görölmüştür.

Woodward, (2004: 174)'ın bahsettiği gibi katedral, kilise ve cami gibi inanç alanları sadece manevi değerler için değil aynı zamanda eğlence, eğitici ve kültürel amaçlarla dünya çapında birçok ziyaretçiyi çekmektedir. Eyüp Sultan, Selimiye, Sultan Ahmet, Ulu camii de benzer amaçlarla katılımcılar tarafından ziyaret edilmiştir. İnanç alanlarını ziyareti içeren birçok ziyaret, kültürel turizm olarak düşünölür. Bu yüzden, kültürel ve dini motivasyon arasında ayrılması güç, çok yakın bir bağlantı oluşmuştur (Fernandes vd., 2012: 86).

Ayrıca farklı dini alanlar farklı çekim güçlerine sahip olduğu için (Bond vd., 2014: 479) çok büyük katedraller kültürel ve tarihsel arayış içinde olanları çekerken, türbeler, tapınaklar daha çok ibadet odaklı deneyim yaşamayı bekleyen ziyaretçileri çekmektedir. Katılımcılardan çıkan sonuca göre de Birgivi Türbesi ziyaretçileri daha çok ibadet odaklı katılımcıları çekerken bahsi geçen Eyüp Sultan, Selimiye, Sultan Ahmet ve Ulu camii kültürel ve tarihsel arayışları olan katılımcıları çekmiştir.

Menzil'deki Gavs hazretleri, Mevlana, Eyüp Sultan gibi Allah dostu olan kişileri ve Umre'yi ziyaret eden katılımcıların neredeyse hepsi manevi hislerinin yoğunluğunun İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi Türbesi'nden daha fazla olduğunu ifade etmiştir. Allah dostu olmasıyla bilinen Birgivi hazretlerinin türbesinin dışında, Menzildeki Gavs hazretleri ve Mevlana Türbesi'ni ziyaret eden katılımcıların büyük bir kısmı manevi olarak yaşadıkları hissin Mevlana Hazretlerinde ve Gavs hazretlerinde daha yoğun olduğunu ifade etmiştir. Daha az bilinirliği olan dini mekânlarla kıyaslandığında katılımcıların birçoğu Birgivi Türbesi'nde daha yoğun maneviyat hissi yaşadıklarını ifade etmiştir. Katılımcıların çok küçük bir kısmı yerel türbe ve camilerde daha yoğun maneviyat yaşadığını ifade etmiştir. Katılımcıların birçoğu genel olarak yoğunluğu veya derecesi farklı olsa da ziyaret ettikleri farklı inanç alanlarında manevi hisler yaşamıştır. Ayrıca ziyaretçilerin birçoğu farklı ibadet alanlarında gerçekleştirdikleri ibadetlerle Allah'a daha yakın oldukları hissine kapılmış ve bu tarz dini mekânlara karşı bağıllık hissi duymuştur.

Katılımcılar aldıkları eğitime göre iki gruba ayrıldığında bazı bulgular ortaya çıkmıştır. İlk olarak ilköğretim ve altı eğitim seviyesindeki katılımcıların birçoğu dini nedenlerle gelirken lise ve üstü eğitime sahip olan katılımcıların birçoğunda dini amaç daha az gezip görme amacı daha fazla görüldüğü ortaya çıkmıştır. İlköğretim ve altı eğitim seviyesindeki katılımcıların bazılarının yarı hacı olma beklentisiyle Birgivi Türbesi'ne ziyaretlerini gerçekleştirdikleri ortaya çıkmıştır. Bu katılımcılarının birçoğunda maneviyatlarının güçlenmesi ve maddi hayatlarının iyileşmesi yönünde beklentilere sahip oldukları görülmüştür. Lise ve üstü eğitime sahip olan katılımcıların birçoğunda maneviyatlarının güçlenmesi yönündeki beklentileri daha az iken güzel vakit geçirme yönündeki beklentiler daha fazladır. Her iki gruptaki katılımcıların birçoğunda dua etmek, dilek dilemek, huzur bulmak, rahatlamak ve sosyalleşmek gibi benzer deneyimler edindikleri görülmüştür. İlköğretim ve altı eğitim seviyesindeki katılımcıların birçoğu diğer dini alanlarla hislerini kıyasladıklarında Birgivi Türbesi'nde daha yoğun maneviyat hissi yaşadıklarını ifade etmiştir. Lise ve üstü eğitime sahip olan katılımcıların birçoğu hissettikleri maneviyatın ziyaret ettikleri dini alanlardan aynı veya daha düşük olduğunu ifade etmiştir. Eğitim seviyesinin farklılaşması katılımcıların dini alanı ziyaret sebebini, o mekândan beklentilerini ve deneyimlerini farklılaştırmaktadır.

Birgivi Türbesi'ni ilk defa ziyaret eden katılımcıların küçük bir kısmı bu ziyaretten yoğun dini beklentiler içerisine girip yoğun maneviyat yaşamıştır. İlk defa ziyaret edenlerin birçoğunun dini beklentilerinin ve deneyimlerinin daha az olduğu görülmüştür. Birden fazla türbeyi ziyaret eden katılımcıların birçoğunda dini nedenler ve mekâna bağlılık, yüksek maneviyat gibi deneyimler daha yoğun görülmüştür. Ayrıca katılımcıların birçoğu bu ziyaretlerini kadınlardan oluşan turlarla gerçekleştirmiştir. Kadınlara özgü seyahat şekillerinin oluşturulması ve pazarlanması hususunda kadın turları önemli bir yere sahip olabilir. Bu yüzden, kadın turlarının kavramsallaştırılmasının ilerideki çalışmalara katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

Bu çalışma İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi Türbesi'nde kadın ziyaretçilerin beklentilerinin ve deneyimlerinin analiz edilmesi amacıyla yapılmıştır. İnanç turizmi ve hac çok kapsamlı bir alanı ifade etmektedir. Ekonomik, kültürel, dini birçok faktörü içinde barındırmaktadır. Bu yüzden çalışma alanı çok geniştir.

(Finney vd. 2009: 170)'ne göre inanç turizminin ekonomik boyutu hala çok ayrıntılı çalışılmamış bir alandır. Bu yüzden, kadın hacıların veya turistlerin ev sahibi ülkeye ekonomik katkıları araştırmaya açık bir konudur. Ayrıca, turistlerin veya hacıların bu şekildeki dini alanlardan kazandığı ölçülebilir faydalar (yoğun inanç ve yenilenen inanç veya farkındalık vb.) konu edilebilir.

Dini ziyaretlerin aile ilişkilerine olan katkıdan bahseden (Hamilton ve Higgins, (2014)'in çalışmasına benzer olarak, gelecek çalışmalarda dini mekân ziyaretlerinin aile ilişkilerine katkıları çalışılabilir. Ayrıca, kadınların aile sorunlarının çözümünde kutsal mekânların rolü ve önemi, inanç alanlarındaki kadın ve erkeklerin beklenti ve deneyimlerinin kıyaslanması şeklindeki konular çalışılabilir.

Liutikas (2014), çalışmasında mucizevi olarak görülen dini mekânların hacıların beklenti ve davranışlarını nasıl etkilediğini incelemiştir. Gelecek çalışmalarda, Müslüman hacıların mucizevi gördükleri dini alanlardaki beklentilerinin ve deneyimlerinin analizi çalışılabilir.

Hyde ve Harman (2011) çalışmasına göre, dini hac literatürde çokça yer almasına rağmen seküler hac, literatürde yeteri kadar yer almamaktadır. Müslüman kadın hacıların umre ziyaretlerinin seküler hac dâhilinde analiz edilmesi gelecek çalışmalarda konu edilebilir.

KAYNAKÇA

Abbate, C.S., Nuovo, S. (2013). Motivation and Personality Traits for Choosing Religious Tourism. A Research on the Case of Medjugorje. *Current Issues in Tourism*. 16(5): 501-506.

Abrahams, R. (1986). Ordinary and Extraordinary Experience. *The Anthropology of Experience*. (ss. 45-72). Editors Turner V., Bruner, M. Urbana, Chicago: University of Illinois Press.

Abreu, M. (2006). The Brand Positioning and Image of a Religious Organisation: an Empirical Analysis. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*. 11: 139–146 (2006).

Adelkhah, F. (2009). Moral Economy of Pilgrimage and Civil Society in Iran: Religious, Commercial and Tourist Trips to Damascus, *South African Historical Journal*. 61 (1): 38-53.

Altan, A. (2007). *Beykoz Yusa Türbesi Bağlamında Türbe Ziyaretlerinin Psiko-Sosyal Yönden İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Badone, E. and Roseman, S.R. (2004). The Anthropology of Pilgrimage and Tourism. *Intersecting Journeys*. Urbana: University of Illinois Press.

Balcı, A. (2007). *Sosyal Bilimlerde Araştırma: Yöntem, Teknik ve İlkeler*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.

Belk, R. W. Wallendorf, M. ve Sherry, J. F. (1989). The Sacred and the Profane in Consumer Behavior: Theodicy on the Odyssey. *Journal of Consumer Research*, 16(1): 1-38.

Bianchi, R. R. (2016). The Hajj by Air. *The Hajj: Pilgrimage in Islam*. (ss. 131-155). Editors: Tagliocozzo, E. Toorawa, S. W. New York: Cambridge University Press.

Bideci, M, Albayrak T, (2015). Motivations of the Russian and German Tourists visiting pilgrimage site of Saint Nicholas Church. *Tourism Management Perspectives*. 18: 10-13.

Blackwell, R. (2007). Motivations for Religious Tourism, Pilgrimage, Festivals and Events. *Religious Tourism and Pilgrimage Festivals Management: An International Perspective*. Editors Raj, R., Morpeth, N.D. (ss. 35-47). UK ve ABD: CAB.

Bond, N., Packer, J., Ballantyne, R. (2015). Exploring Visitor Experiences, Activities and Benefits at Three Religious Tourism Sites. *International Journal of Tourism Research*. 17: 471–481.

Božić, S. Spasojević, B. and Tomić, N. (2014). Spiritual healing as a motive of religious travel - creating a new religious route in Serbia. *International Antalya Hospitality Tourism and Travel Research Conference Proceedings* (ss.124-135), Düzenleyenler Ajanovic, E., Caber, M. ve Yilmaz, Y. Antalya, Türkiye, 9-12 Aralık 2014.

Bremer, T.S. (2004). *Blessed with Tourists: The Borderlands of Religion and Tourism in San Antonio*. Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press.

Cohen, E. (1979). A Phenomenology of Tourist Experiences. *Sociology*. 13(2): 179-201.

Collins-Kreiner, N. ve Klot, M. (2000). Pilgrimage Tourism in The Holy Land: The Behavioural Characteristics of Christian Pilgrims. *Geojournal*. 50(1): 55–67.

Collins- Kreiner, N. ve Sagi, K. T. (2011). Tourism to India as Popular Culture: A Cultural, Educational and Religious Experience at Dharamsala. *South Asian Popular Culture*. 9(2): 131-145.

Collins- Kreiner, N. ve Gatrell, J. D. (2006). Tourism, Heritage and Pilgrimage: The Case of Haifa's Baha'i Gardens. *Journal of Heritage Tourism*. 1(1): 32-50.

Collins-Kreiner, N. (2009). The Geography of Pilgrimage and Tourism: Transformations and Implications for Applied Geography. *Applied Geography*. 1-12.

Cristea, A. A., Apostol, M. ve Dosescu T. (2015). The Role of Media in Promoting Religious Tourism in Romania. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 188: 302 – 306.

Crompton, J. L. (1979). Motivation for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*. 6(4): 408-424.

Csikszentmihalyi, M. (1975). *Beyond Boredom and Anxiety: The Experience of Play in Work and Games*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.

Çetin, S., <http://www.izmirdergisi.com/tr/turizm/gezi-rehberi/141-birgi>, (26.05.2017).

Digance, J. (2003). Pilgrimage at Contested Sites. *Annals of Tourism Research*. 30(1): 143–159.

Digance, J. (2006). Religious and Secular Pilgrimage. *Tourism, Religion and Spiritual Journeys* (ss.36–48). Editors Timothy, D.J., Olsen, D.H. London: Routledge.

Dilthey, W. (1976). *Dilthey Selected Writings*. Editor Rickman H.P. Cambridge: Cambridge University Press.

Drule, A. M., Chiş, A., Bacila, M. F. ve Ciornea, R. (2012). A New Perspective of Non-religious Motivations of Visitors to Sacred Sites: Evidence from Romania. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 62: 431-435.

Eliade, M. (1981). *The Sacred and The Profane*. New York: A Harvest Book.

Eykay, İ. (2013). *İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Antakya'nın Değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Muğla: Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Fernandes, C., Pimenta, E., Gonçalves, F. ve Rachão, S. (2012). A New Research Approach for Religious Tourism: The Case Study of the Portuguese Route to Santiago. *International Journal of Tourism Policy*. 4(2): 83-94.

Finney, R. Z., Orwig, R. A. (2008). Strangers in an Old Land: 19 Southern Pilgrims on the South and Religious Experience Tourism. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*. 2(2): 132-151.

Finney, R. Z., Orwig, R. A., Spake, D. F. (2009). Lotus-Eaters, Pilgrims, Seekers, and Accidental Tourists: How Different Travelers Consume the Sacred and the Profane. *Services Marketing Quarterly*. 30: 148–173.

Fleischer, A. (2000). The Tourist Behind The Pilgrim in The Holy Land. *Hospitality Management*. 19: 311–326.

Gegez, A.E. (2007). *Pazarlama Araştırmaları*. İstanbul: Beta Basım.

Gilmore, J.H. ve Pine, B.J.I. (2002). Customer Experience Places: The New Offering Frontier. *Strategy and Leadership*. 30(4): 4–11.

Griffin, K. (2012). Pilgrimage Through the Eyes of the Irish 'Traveller' Community. *International Journal Tourism Policy*. 4(2): 157-173.

Günlü, E. ve Okumuş, F. (2010). The Hajj: Turkish Female Pilgrims' Experience. *Tourism in the Muslim World*. (ss. 221-233). Editors Scott N., Jafari J. London: Routledge. UK: Emerald Group Publishing Limited.

Hamilton, K. ve Higgins, L. (2014). Faith, Hope and Love: Doing Family Through Consuming Pilgrimage. *Journal of Marketing Management*. 30(15-16): 1577-1596.

Hazbun, W. (2003). A New Agenda for Tourism Development in the Arab World. *The New Agenda: The Arab World in the 21st Century*” Conference League of Arab States (ss. 1-17), Kahire, Mısır, Mart 2003.

Heelas, P. (1998). *Religion, Modernity and Postmodernity*. London: Wiley Blackwell.

Henderson, J. C. (2003). Managing Tourism and Islam in Peninsular Malaysia. *Tourism Management*. 24: 447–456.

Henderson, J. C. (2011). Religious Tourism and It Management: The Hajj in Saudi Arabia. *International Journal of Tourism Research*. 13: 541–552.

Holderness, G. (2009). Rome: Multiversal City: The Material and the Immaterial in Religious Tourism. Special Issue on “ *The Varieties of Contemporary Pilgrimage*”. 59(3): 342-348.

Honarpisheh, D. (2013). Women in Pilgrimage: Senses, Places, Embodiment, and Agency. Experiencing Ziyarat in Shiraz. *Journal of Shi'a Islamic Studies*. 6(4): 383-410).

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.

Hyde, K. F. ve Harman, S. (2011). Motives for a Secular Pilgrimage to the Gallipoli Battlefields. *Tourism Management*. 32: 1343-1351.

<https://www.neredekal.com/imam-i-birgivi-turbesi/>, (26.05.2017).

<https://www.google.com.tr/maps/search/birgivi+t%C3%BCrbesi/@38.2410675,28.0068297,14z/data=!3m1!4b1>, (05.12.2017).

<http://www.odemisbirgi.com/cesmeler/imam-i-birgivi-mehmet-efendi/>, (05.12.2017).

<https://www.stats.gov.sa/en/28>, (19.10.2017).

Iheanacho, N. N. (2015). Nigerian Praxis of Religious Tourism and Pilgrimage Motivations in The Globalizing World. *Ciências da Religião: História e Sociedade, São Paulo*. 13(1): 259-284.

Jang, S., Bai, B., Hu, C., Wu, C. E. (2009). Affect, Travel, Motivation and Travel Motivation and Travel Intention: A Senior Market. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 33(1): 51-73.

Jansen, W., Kühl, M. (2008). Shared Symbols Muslims, Marian Pilgrimages and Gender. *European Journal of Women's Studies*. 15(3): 295–311.

Kaelber, L. (2006). Paradigms of Travel: from Medieval Pilgrimage to The Postmodern Virtual Tour. *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. (ss.104–114). Editors Timothy, D.J., Olsen, D.H. London: Routledge.

Kamil, J. (2000). Religious Tourism as Big Business. *Al-Ahram Weekly*. : 1-4.

Kasim, A. (2011). Balancing Tourism and Religious Experience: Understanding Devotees' Perspectives on Thaipusam in Batu Caves, Selangor, Malaysia. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. 20: (3-4), 441-456.

Khaksari, A., Lee, J. T., Lee, C. (2014). Religious Perceptions and Hegemony on Tourism Development: the Case of The Islamic Republic of Iran. *International Journal of Tourism Research*, 16: 97–103.

Kocher, S., Levi, D. (2012). Perception of Sacredness at Heritage Religious Sites. *Environment and Behavior*. 45(7) 912– 930.

Lennon, R., Titterington, A. J. (1996). The Prospects for Tourism in Northern Ireland. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 8(3): 11–17.

Lin C., Kua, B. Z. (2015). The Behavioral Consequences of Tourist Experience. *Tourism Management Perspectives*. 18: 84-91.

Liutikas, D. (2014). Lithuanian Valuistic Journeys: Traditional and Secular Pilgrimage. *Journal of Heritage Tourism*. 9(4): 299–316.

Liutikas, D. (2015). "In Search of Miracles: Pilgrimage to the Miraculous places". *Tourism Review*. 70(3): 197-213.

Llyod, S. (2015). Sacrilisation of Secular Pilgrimages as Archetypal Transformational Journeys: Advancing Theory Through Emic and Etic Interpretations. *International Journal of Tourism Anthropology*. 4(1): 25-45.

Lo, A. S., Lee, C. Y. S. (2008). Motivations and Perceived Value of Volunteer Tourists from Hong Kong. *Tourism Management*. 32: 326-334

Maslow, H. A. (1996). Dinler Değerler, Doruk Deneyimler. H. Koray Sönmez. İstanbul: Kuraldışı Yayınları.

Mazumdar, S., Mazumdar, S. (2004). Religion and Place Attachment: A study of Sacred Places. *Journal of Environmental Psychology*. 24(3): 385-397.

McGettigan, F., Griffin, C. (2012). Pilgrims' Progress: The Changing Nature of Visitors to Religious Sites in Ireland. *International Journal of Tourism Policiy*. 4(2): 117-131.

Okhovat, H. (2010). A Study on Religious Tourism Industry Management Case Study: Islamic Republic of Iran. *International Journal of Academic Research*. 2(5): 302-307.

Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*. 17(4): 460-469.

Özgüç, N. (2003). *Turizm Coğrafyası*. İstanbul: Çantaya Kitapevi.

Pearce, P. L., Lee, U. (2005). Developing the Travel Career Approach to Tourist Motivation. *Journal of Travel Research*. 43: 226-237.

Pine, J. ve Gilmore, J. (1999). *The Experience Economy*. Boston: Harvard Business School Press.

Robbins, S. P., Judge, T. A. (2013). *Organizational Behavior*. New Jersey: Pearson.

Singh, R. P.B. (2006). Management Issues for Religious Heritage Attractions. *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. (ss.104–114). Editors Timothy, D.J. ve Olsen, D.H. London: Routledge.

Quan, S. ve Wang, N. (2004). Towards a Structural Model of the Tourist Experience: an Illustration from Food Experiences in Tourism. *Tourism Management*. 25: 297–305.

Raj, R., Rashid, T. (2011) Visitors Experience of Travel to the City of Heaven (Madinah). *International Journal of Business and Globalisation*. 7(1): 3-13.

Raj, R. (2012). ‘Religious Tourist’s Motivation for Visiting Religious Sites. *International Journal of Tourism Policiy*. 4(2): 95–105.

Raj, R., N. Morpeth (2007). *Religious Tourism and Pilgrimage Management: An International Perspective*. UK: CABI.

Rashid, T. (2012). Web-Based Customer-Centric Strategies: New Ways of Attracting Religious Tourist to Religious Sites. *International Journal of Tourism Policiy*. 4(2): 146-156.

Reis, H. (2005). “[S]che was evry aferd”: Pilgrimage and Medieval Women in the Book of Margery Kempe. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*. 22(2): 151-161.

Rinschede, G. (1992). Forms of Religious Tourism. *Annals of Tourism Research* 19: 51–67

Ritchie, J. R. B., Hudson, S. (2009). Understanding and Meeting the Challenges of Consumer/Tourist Experience Research. *International Journal of Tourism Research*. 11: 111-126.

Poria, Y., Butler, R., Airey, D. (2003). Tourism, Religion and Religiosity: A Holy Mess. *Current Issues in Tourism*. 6(4): 340-363.

Sabah Gazetesi, (2017). “Hac Kontenjan Sayısında Yükseliş”, (06.01.2017), <http://www.sabah.com.tr/ekonomi/2017/01/06/hac-kontenjani-80-bin-kisiye-çikarildi>, (20.03.2017).

Sakarya Üniversitesi, “Araştırma Yöntemleri Örnekleme”, http://MJ:content.lms.sabis.sakarya.edu.tr/Uploads/50819/30912/5_%25C3%25B6rnekleme.ppt+&cd=1&hl=tr&ct=clnk&gl=tr, (30.05.2017).

Sargın, S. (2006). Yalvaç'ta İnanç Turizmi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 16(2): 1-18.

Sather-Wagstaff, J. (2008). Picturing Experience A Tourist-Centered Perspective on Commemorative Historical Sites. *Tourist Studies*. 8(1): 77-103.

Shackley, M. (2002). Space, Sanctity and Service; The English Cathedral as a Heteratopia. *International Journal of Tourism Research*. 4: 345-352.

Shackley, M. (2005). 'Service Delivery' at Sacred Sites Potential Contribution of Management Science. *European Journal of Science and Theolog*. 1(4): 33-40.

Singh, R. P.B. (2006). Pilgrimage in Hinduism: Historical Context and Modern Perspectives. *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. (ss.220–235). Editors Timothy, D.J. ve Olsen, D.H. London: Routledge.

Smith, V. L. (1992). Introduction.The Quest in Guest. *Annals of Tourism Research*. 19(1): 1-17.

Song, H. J., Lee, C., Park, J. A., Hwang, Y. H. ve Reisinger, Y. (2015). The Influence of Tourist Experience on Perceived Value and Satisfaction with Temple Stays: The Experience Economy Theory. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 32(4): 401-415.

Snepenger, D., King, J., Marshall, E. ve Uysal, M. (2006). Modeling Iso-Ahola's Motivation Theory in the Tourism Context. *Journal of Travel Research*. 45: 140-149.

Şaman, E. (2009). *Mersin İli İnanç Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi: Mersin'de İnanç Turizmine Katılanların Profili Üzerine Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mersin: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Terzidou, M. (2010). Religion as a motivation to travel: The case of Tinos island in Greece. *MİBES*. 338-349.

Timothy, D., Iverson, T. (2006). Tourism and Islam: Consideration of Culture and Duty. *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. (ss.186–205). Editors Timothy, D.J. and Olsen, D.H. London: Routledge.

Timothy, D. Olsen, D. (Eds). (2006). *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. London: Routledge.

Turner, V. (1973). The Center out There: Pilgrim's Goal. *History of Religions*. 2(3): 191-230.

Turner, W. V., Bruner, E. M. (Eds). (1986). *The Anthropology of Experience*. Urbana, Chicago: University of Illinois Press.

Turner, V., Turner, E. (1978). *Image and Pilgrimage in Christian Culture: Anthropological Perspectives*. New York: Colombia University Press.

TÜRSAB, (2014). “Türkiye İnanç Turizmi Raporu”, (1.9.2014), http://www.tursab.org.tr/tr/tursabdan-haberler/genel-duyurular/tursab-inanc-turizmi-raporu_11333.html, (3.2.2016).

TÜRSAB, (2016). Türkiye Seyahat Acenteciler Birliği Dergisi Eylül 2016. 374: 1-68.

UNWTO, (2017). Tourism Highlights 2016 Edition, <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2017-edition>.

UNWTO, (2017). World Tourism Barometer: Volume 15 Advance Release January 2017.

Uriely, N., Yonay, Y., Simchai, D. (2002), Backpacking Experiences: A Type and Form Analysis. *Annals of Tourism Research*. 29 (2): 520-538.

Yalçinkaya, E. (2011). *Hac Psikolojisi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yıldırım, A., Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*.
Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yeh, S., Ryan, C., Ge, M. (2009). Taoism, Temples and Tourists: The case of Mazu Pilgrimage Tourism. *Tourism Management*. 30: 581–588.

Wiltshier, P. ve Clarke, A. (2012). Wang, W. Chen, J. S. ve Huang, K. (2015). Religious Tourist Motivation in Buddhist Mountain: The Case from China. *Asia Pacific Journal of Tourism*. 1-17.

Woodward, S. C. (2004). Faith and Tourism: Planning Tourism in Relation to Places of Worship. *Tourism and Hospitality Planning & Development*. 1(2): 173–186.



EKLER

EK 1: Mülâkat Soru Formu

MÜLÂKAT SORU FORMU

Katılımcılar ile İlgili Demografik Sorular

- 1) Yaş
- 2) Eğitim Durumu
- 3) Türbeyi Ziyaret Sayısı

Ziyaret Öncesini Kapsayan Sorular;

- 4) İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi türbe alanını ziyaret etme nedeniniz nedir, bu kararı alırken neleri dikkate aldınız?
- 5) İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi türbe alanı ile ilgili bilgi kaynağınız nedir?
- 6) İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi türbe alanına gelmeden önceki beklentileriniz nelerdi?

Ziyaret Sırasını Kapsayan Sorular;

- 7) İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi türbe alanında tecrübe ettiklerinizi ifade eder misiniz?
- 8) 3 kelime ile hislerinizi ifade eder misiniz?

Ziyaret Sonrasını Kapsayan Sorular;

- 9) Beklentileriniz ve yaşadıklarınız arasında fark var mı? Var ise ne yöndedir?
- 10) İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi türbe alanı dışında inancınız kapsamında nereleri ziyaret ettiniz, neden?
- 11) Diğer ziyaret ettiğiniz inanç alanlarında hissettikleriniz ile İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi türbesinde hissettikleriniz arasındaki farkı nasıl yorumluyorsunuz?
- 12) Gelecek ziyaretçilere önerileriniz nelerdir?
- 13) Ödemiş Belediyesine mekân ile ilgili önerileriniz nelerdir?

EK 2: İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi'nin Hayatı, Eserleri ve Kabrinin Yeri ile İlgili Bilgiler

İMAM-I BİRGİVİ MEHMET EFENDİ'NİN HAYATI VE ESERLERİ

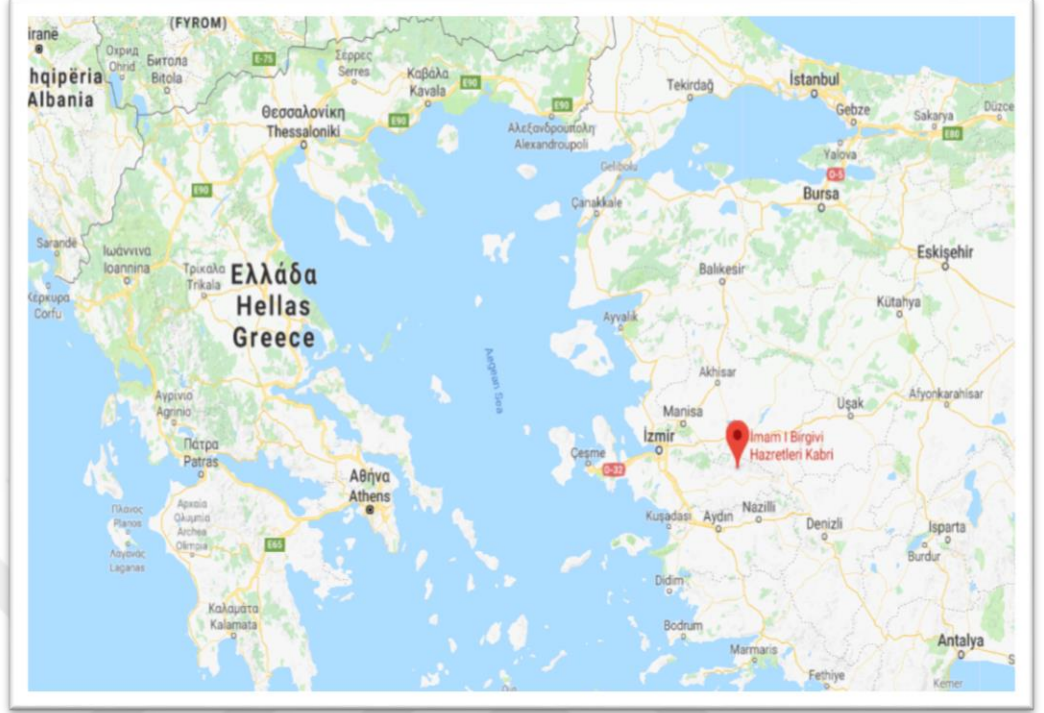
İmam-i Birgivi 27 Mart 1518'de (Hicri 929) Balıkesir'de doğmuştur. Dedesi İskender Efendi'dir. Babası Pir Ali Efendi adında, âlim, fazıl bir zat olup müderris bir kişi idi. İlköğrenimini babasının yanında yapıp, daha sonra İstanbul'a gelerek Küçük Semseldin Efendi'den, Rumeli Kazaskeri Abdurrahman Efendi'den, o devrin meşhurlarından olan Ahizade Mehmet Efendi'den çeşitli dersler alarak ilmini tahsil etmiştir. Bundan sonra İstanbul medreselerinde ve Birgi'de müderrislik yapmıştır. Yasadığı dönemin sayılı âlimlerinin arasına girmiştir. İmam-i Birgivi Osmanlının yetiştirdiği büyük âlimlerden birisidir. İlim ile takvayı birleştirmiş, zahiren ve batinen olgun bir kişi idi. Müderrisliği zamanında camilerde vaaz eder, insanlara Allah'ın emirlerini iletirdi. Padişah hazretleri (Kanuni Sultan Süleyman)'ın hocası Ataullah Efendi ile aralarında münasebet ve samimiyet hâsıl olmasıyla, adi gecen hoca delaletiyle İzmir ilinin Ödemiş ilcesine bağlı Birgi beldesinde büyük bir medrese kurulmuş ve müderrislik görevine Birgivi Mehmet Efendi getirilmiştir. Sözü gecen medresede ilim ve marifete hizmet ederek, ilme heves edenleri ve üstün şöhretini duyup etraftan gelen öğrencileri, ilmi araştırmaları ile istifade ettirmiştir. Bundan sonra orada, talebe yetiştirmek, vaaz vermek ve kitap yazmakla ömrünü geçirip, büyük hizmetler yapmıştır. Yaşadığı bu yere nisbetle “Birgivî” adıyla meşhur olmuştur. Ömrünün sonlarına yakın, İstanbul'a gelip, veziri azam Muhammed Paşa ile görüşerek halkın idaresi ve işleri hakkında, bazı âlimane mütalaa ve temennilerde bulunmuştur. İmam-i Birgivi bu hizmetlerini sürdürürken elli iki yaşında veba hastalığına yakalanarak vefat etmiş (Hicri 981, Miladi 1573) ve Birgi'de defnedilmiştir.

İmam-i Birgivi, çok genç yasta vefat etmesine rağmen Arap dili grameri, ahlak, tasavvuf, fıkıh, akaide, tefsir, kıraat ve hadis gibi sahalarda, çoğu Arapça, birkaçı Türkçe olmak üzere altmışa yakın eser yazmıştır.

İmam-ı Birgivi Hazretlerinin Eserlerinden Bazıları:

- * Vasiyetnâme-i Birgivi
- * Tarikat-ı Muhammediyye
- * Tefsir-i Sure-i Bakara
- * Ravzatü'l-Cennat
- * Risaletün fî beyâni Müsümi'l-mesahîfî'l-osmaniyye
- * Şerh-i hadis-i erbain
- * Cilâü'l-Kulub
- * Ma'delü's-Salât
- * İkazü'n-Nâimin
- * Metnün ve şerhün mine'l-ferâiz
- * Şerhu'l-maksudü'l-müsemma bi'im'ani'l-enzar
- * İnkâzü'l-halikin
- * Avamil
- * Ahvalü etfâlü'l-müslimin
- * Zehrü'l-Müteehhilin
- * İzhar
- * Nuru'l-İhya
- * Ed-dürrü'l-yetim
- * Hâşiye-i Hidaye
- * İmtihanü'l-ezkiyâi şerhü'l-lüb mine'n-nahv
- * Kifayetü'l-mübteda fî's-sarf
- * Risaletün fî usulî'l-hadis
- * Ta'likatün alâ sadri's-şeria
- * Emâli tarzında fûnün-i âliyeden bahis risale
- * Seyf-i sarim
- * Risaletün mine'l-âdâb
- * Emsile-i Fazliye (www.odemisbirgi.com, 2017: 05.12.2017).

Şekil 2: İmam-ı Birgivi Mehmet Efendi Türbesi'nin Yeri



Kaynak: Google Haritalar