



**T.C.
KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**KASTAMONU İLİ İNANÇ TURİZMİ
POTANSİYELİ VE HALKIN İNANÇ TURİZMİNE
BAKIŞI
(YÜKSEK LİSANS TEZİ)**

ÖZNUR OMUZLU

DANIŞMAN

DR. ÖĞRETİM ÜYESİ MUHARREM AVCI

**T.C.
KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ
TOPLUMSAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**KASTAMONU İLİ İNANÇ TURİZMİ POTANSİYELİ VE
HALKIN İNANÇ TURİZMİNE BAKIŞI**

Öznur OMUZLU

**Danışman
Jüri Üyesi
Jüri Üyesi**

**Dr. Öğretim Üyesi Muharrem AVCI
Prof. Dr. Orhan KÜÇÜK
Dr. Öğretim Üyesi Yakup ÖZTÜRK**

KASTAMONU - 2019

TEZ ONAYI

Öznur OMUZLU tarafından hazırlanan “**Kastamonu İli İnanç Turizmi Potansiyeli ve Halkın İnanç Turizmine Bakışı**” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri üyeleri önünde savunulmuş ve oy birliği / oy çokluğu ile **Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı**’nda **YÜKSEK LİSANS** olarak kabul edilmiştir.

Jüri Başkanı

Unvanı Adı SOYADI
Üniversite Adı

Prof. Dr. Dahan Kısın

Jüri Üyesi
(Danışman)

Unvanı Adı SOYADI
Üniversite Adı

Dr. Muhammed Avcı
Kastamonu Üniversitesi

Jüri Üyesi

Unvanı Adı SOYADI
Üniversite Adı

Dr. Yakup Özgür
Gökkuş Karatekin Üniv.
M. Gökkuş

19.06.2019

Enstitü Müdürü

V.

Unvanı Adı SOYADI

Dr. Öğr. Üyesi Sevdâ ÖZKAYA SOFU
Enstitü Müdür Yardımcısı

[Signature]

TAAHHÜTNAME

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını bildirir ve taahhüt ederim.

İmza

Öznur O MUZLU



ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

KASTAMONU İLİ İNANÇ TURİZMİ POTANSİYELİ VE HALKIN İNANÇ TURİZMİNE BAKIŞI

Öznur OMUZLU

Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
İşletme Anabilim Dalı

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Muharrem AVCI

Kastamonu’da turizm ve inanç turizmi potansiyeli konulu bu çalışmada ilk olarak turizm ve türleri çerçevesinde tanımlar verilerek, Kastamonu’nun tarihi, toplumsal, turistik potansiyeli gibi özellikleri hakkında bilgi verilmiştir. İl turizmine önemli katkılar sağlayabilecek bir inanç turizmi potansiyeli olan Kastamonu hakkında yöre halkının düşünceleri alınarak inanç turizmi kalıbına oluşmuş mevcut bakış açısını görmek ve gerekli önerileri sunmak konu edinilmiştir.

Çalışmada turizm ve türleri çerçevesinde tanımlar verilmiştir. Ardından Kastamonu’nun tarihi, toplumsal, turistik potansiyeli ve Kastamonu’daki inanç turizmine konu olan miras ve varlıklar hakkında bilgi verilmiştir.

Araştırmanın kökenini oluşturan kavramların temellerini açıklamak için öncelikle turizmin yanı sıra inanç turizmi alanına giren konularda da literatür taraması yapılmıştır. Çalışma kapsamı olarak Kastamonu ilinde yaşayan halk demografik özelliklerine bakılmaksızın rastgele seçilerek 576 adet anket uygulaması yapılmıştır. Sonuçlar SPSS istatistik programında analiz edilmiştir. Anova, Ki Kare, Levene’s Homojenlik Testi, T testi, Post Hoc LSD, Post Hoc Tamhane testleri kullanılarak sonuçlar yorumlanmıştır.

Araştırma sonucunda Kastamonu’daki inanç turizmi alanında ilerleme kaydedilmesi için neler yapılabileceğine değinilmiş, raporlama sonucunda da yerel Kastamonu halkının inanç turizmi konusuna olumlu baktıkları ve inanç turizmini destekledikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: Turizm, İnanç Turizmi, Kastamonu, Kastamonu İnanç Turizmi.

Yıl, 2019 sayfa, 120

ABSTRACT

Master's Thesis

THE POTENTIAL OF RELIGIOUS TOURISM AND THE PERSPECTIVE TO RELIGIOUS TOURISM OF PEOPLE IN KASTAMONU

Öznur OMUZLU

Kastamonu University Institute of Social Sciences
Department of Management

Advisor: Assist. Prof. Dr. Muharrem AVCI

This study based on tourism and the potential of religious tourism in Kastamonu, explained the aspects of Kastamonu such as history, social and touristic potential by describing tourism and the types of tourism. The purpose of the study was seeing the perspective to the religious tourism and providing necessary suggestions with taking opinions of domestic people in Kastamonu which has a religious tourism significantly contributing to the city tourism

At first, the literature review about tourism and religious tourism was made to reveal conceptual foundations of the root of the study. By selecting people in Kastamonu as the scope of the study regardless of demographic features, 576 survey applications were made. The results were analyzed on the statistic program of SPSS. These results were interpreted by using Anova, Ki Kare, Levene's Homogeneity of Variance Test, T Test, Post Hoc LSD Test, Post Hoc Tamhane Test.

At the end of the study, the perspectives and opinions about religious tourism in Kastamonu was took, it was mentioned what can be done for making progress, and as the result of the reports, it was achieved that the domestic people look positively towards religious tourism and support religious tourism in Kastamonu.

Keywords: Tourism, Religious Tourism, Kastamonu, Religious Tourism in Kastamonu.

Year, 2019 page, 120

ÖNSÖZ

Türkiye’de turizm algısına genel olarak bakıldığında, deniz turizmi potansiyeli ardından hızla büyüyen inanç turizmi potansiyeli görülmektedir. Gelişmekte olan ülkeler grubunda yer alan Türkiye inanç turizmi potansiyelini fırsat haline getirme, ileri seviyede yararlanma ve kalkınma sürecine katkıda bulunma odaklı olarak çalışmalarına devam etmektedir.

Türkiye, coğrafi konumu gereği geçmişten bugüne kutsal sayılan yerlerin birçoğunu barındıran bir yapıya sahiptir. Türkiye topraklarının bir parçası olan Kastamonu ili inanç turizmi bakımından önemli çekiciliklere sahiptir. Sahip olunan bu değerlere bakıldığında ilin inanç turizmi, potansiyeli yüksek ve gelişmeye büyümeye elverişli olduğu görülmektedir.

Bu çalışmada dini ve tarihi miraslar bakımından oldukça zengin olan Kastamonu ili inanç turizmi potansiyeli incelenerek analiz raporları sonuçlarınca değerlendirmelere yer verilmekte ve halkın algı düzeyi hakkında genel bilgiye ulaşmak hedeflenmektedir.

Kastamonu nezdinde yapılan bu çalışmanın oluşmasını sağlayan, benden desteklerini esirgemeyen, çalışmama bilgi, tecrübe ve hoşgörü ile rehberlik eden, danışman hocam Sayın Dr. Öğretim Üyesi Muharrem AVCI’ya teşekkürlerimi sunuyorum. Çalışmamda çok emeği olan, bilgi ve fikirlerinden yararlandığım K.Ü Eğitim Fakültesi Dekan Yrd. Sayın Doç. Dr. Muammer ERGÜN’e, destekleri için görevde bulunduğum K.Ü İlahiyat Fakültesi yönetimi Sayın Prof. Dr. Mehmet ATALAN ve Sayın Serdar SAFRAN’a ve her aşamada hep yanımda olan maddi manevi destekçim, dostum Sayın Öğr. Gör. Hediye SAĞLAM’a, yardım ve fikirlerini esirgemeyen adını sayamadığım tüm hocalarıma, saha çalışmalarında en büyük yardımcılarım K.Ü. İlahiyat Fakültesi’nde öğrenim gören bir grup öğrencimize, her zaman yanımdaki güç eşim, annem, babam ve kardeşime, son olarakta varlığıyla en büyük motivasyonum, mutluluğum olan canım oğluma sonsuz teşekkür ediyorum.

Öznur OMUZLU
Kastamonu, Haziran, 2019

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET.....	I
ABSTRACT	II
ÖNSÖZ.....	III
İÇİNDEKİLER	IV
ŞEKİLLER DİZİNİ	VI
TABLolar DİZİNİ	VII
FOTOĞRAFLAR DİZİNİ	X
GİRİŞ	1
Araştırmanın Problemi	1
Araştırmanın Amacı	1
Araştırmanın Önemi	2
Araştırma Sahasının Yeri ve Sınırları	3
1. BÖLÜM.....	4
KAVRAMSAL ÇERÇEVE	4
1.1. Turizm	4
1.1.1. Turizm Türleri	7
1.2. İnanç Turizmi	9
1.2.1. İnanç Turizmi Çeşitleri	12
1.2.2. İnanç Turizminin Özellikleri	13
1.2.3. İnsanların İnanç Turizmine Katılma Sebepleri.....	14
1.2.4. Yaşayan Dünya Dinlerinde Seyahat	17
1.3. Kültür ve İnanç Turizmi Açısından Türkiye	25
1.4. Kültür ve İnanç Turizmi Açısından Kastamonu	31
1.4.1. Kastamonu İli ve Özellikleri	31
1.4.2. Kastamonu ili inanç turizm değerleri ve turizm varlıkları	35

2. BÖLÜM.....	47
YÖNTEM.....	47
2.1. Araştırma Modeli	47
2.2. Evren/Örneklem	47
2.3. Veri Toplama Araçları	48
2.4. Verilerin Analizi.....	50
3. BÖLÜM.....	52
ARAŞTIRMA BULGULARI	52
3.1. Örneklem Grubunun Demografik Özellikleri	52
3.2. Katılımcıların İnanç Turizm Amaçlı Gezi Yapıp Yapmama Durumu.....	53
3.3. Katılımcıların Farklı İllerden Gelen Tanıdıklara Kastamonu'daki Dini Yerleri Gezdirme Durumu	56
3.4. Katılımcıların Kastamonu İli ve İlçelerinde Bulunan Dini Ziyaret Alanlarını Gezip Gezmeme Durumu	60
3.5. İnanç Turizmi Hakkında Ön Bilgiye Sahip Olma Durumu	64
3.6. Kastamonu İli İnanç Turizmi Değişkenlerine Ait Bulgular	64
3.6.1. Kastamonu İli İnanç Turizminin Ekonomik Boyut Ölçeğine İlişkin Çıkarımsal Bulgular	65
3.6.2. Kastamonu İli İnanç Turizminin Sosyo - Kültürel Boyut Ölçeğine İlişkin Çıkarımsal Bulgular	71
3.6.3. Araştırmaya Katılanların Kastamonu'daki İnanç Turizmine Genel Bakışı ..	78
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	84
KAYNAKLAR	94
EKLER.....	101
EK.A. Anket Formu	101
EK.B. Ölçek Kullanım İzni	106
EK.C. Fotoğraf Dizini	107
ÖZGEÇMİŞ.....	121

ŞEKİLLER DİZİNİ

	Sayfa
Şekil 1.1. Turizm sektörünün genel yapısı.....	7
Şekil 1.2. Dinlere göre inanç turizmi çekiciliklerinin illere göre dağılımı.....	25



TABLOLAR DİZİNİ

	Sayfa
Tablo 1.1. TÜRSAB İnanç Turizmi Raporu	27
Tablo 1.2. Türkiye'de İnanç Turizmi Çerçevesinde Ziyaret Edilebilecek Başlıca Merkezler	29
Tablo 1.3. Kastamonu İl Merkezinde Bulunan Camii, Mescid ve Külliyeleer	35
Tablo 1.4. Kastamonu İlinde Bulunan Türbeler.....	43
Tablo 2.1. Örneklem büyüklüğü hesabı.....	48
Tablo 2.2. Boyutlara ilişkin basıklık ve çarpıklık değerleri.....	50
Tablo 3.1. Örneklem grubunun demografik değişkenleri.....	52
Tablo 3.2. İnanç Turizm amaçlı gezi yapan/yapmayanların cinsiyete göre ki kare sonuçları.....	53
Tablo 3.3. İnanç turizm amaçlı gezi yapan/yapmayanların medeni duruma göre ki kare sonuçları.....	54
Tablo 3.4. İnanç turizm amaçlı gezi yapan/yapmayanların öğrenim durumuna göre ki kare sonuçları.....	54
Tablo 3.5. İnanç turizm amaçlı gezi yapan/yapmayanların yaşa göre ki kare sonuçları.....	55
Tablo 3.6. İnanç turizm amaçlı gezi yapan/yapmayanların gelire göre ki kare sonuçları.....	55
Tablo 3.7. İnanç turizm amaçlı gezi yapan/yapmayanların Kastamonu'da yaşama süresine göre ki kare sonuçları.....	56
Tablo 3.8. Farklı illerden gelen tanıdıklara Kastamonu'daki dini yerleri gezdirme durumlarının cinsiyete göre ki kare sonuçları.....	56
Tablo 3.9. Farklı illerden gelen tanıdıklara Kastamonu'daki dini yerleri gezdirme durumlarının medeni duruma göre ki kare sonuçları.....	57
Tablo 3.10. Farklı illerden gelen tanıdıklara Kastamonu'daki dini yerleri gezdirme durumlarının öğrenim durumuna göre ki kare sonuçları.....	58
Tablo 3.11. Farklı illerden gelen tanıdıklara Kastamonu'daki dini yerleri gezdirme durumlarının yaşa göre ki kare sonuçları.....	58

Tablo 3.12. Farklı illerden gelen tanıdıklara Kastamonu'daki dini yerleri gezdirme durumlarının gelir düzeyine göre ki kare sonuçları.....	59
Tablo 3.13. Farklı illerden gelen tanıdıklara Kastamonu'daki dini yerleri gezdirme durumlarının Kastamonu'da yaşama süresine göre ki kare sonuçları.....	59
Tablo 3.14. Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarını gezip gezmeme durumunun cinsiyete göre ki kare sonuçları.....	60
Tablo 3.15. Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarını gezip gezmeme durumunun medeni duruma göre ki kare sonuçları.....	61
Tablo 3.16. Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarını gezip gezmeme durumunun öğrenim durumuna göre ki kare sonuçları.....	61
Tablo 3.17. Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarını gezip gezmeme durumunun yaşa göre ki kare sonuçları.....	62
Tablo 3.18. Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarını gezip gezmeme durumunun gelire göre ki kare sonuçları.....	63
Tablo 3.19. Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarını gezip gezmeme durumunun Kastamonu'da yaşama süresine göre ki kare sonuçları.....	63
Tablo 3.20. İnanç turizmi hakkında ön bilgiye sahip olma durumu	64
Tablo 3.21. Kastamonu ili inanç turizminin ekonomik boyut puanının cinsiyete göre t test sonucu.....	65
Tablo 3.22. Kastamonu ili inanç turizminin “Ekonomik Boyut” ölçek puanının medeni duruma göre t test sonucu.....	66
Tablo 3.23. Kastamonu ili inanç turizminin “Ekonomik Boyut” ölçeği puanının gelir düzeyine göre ANOVA sonucu.....	66
Tablo 3.24. Kastamonu ili inanç turizminin ekonomik boyut puanının yaşa göre ANOVA sonucu.....	67
Tablo 3.25. Kastamonu ili inanç turizminin “Ekonomik Boyut” ölçeği puanının Kastamonu'da yaşama süresine göre ANOVA sonucu.....	68
Tablo 3.26. Kastamonu ili inanç turizminin “Ekonomik Boyut” ölçeği puanının öğrenim durumuna göre ANOVA sonucu.....	69
Tablo 3.27. Kastamonu ili inanç turizminin “Ekonomik Boyut” ölçeği puanının mesleklere göre ANOVA sonucu.....	70
Tablo 3.28. Kastamonu ili inanç turizminin sosyo-kültürel boyut ölçeği puanının cinsiyete göre t test sonucu.....	72

Tablo 3.29. Kastamonu ili inanç turizminin sosyo-kültürel boyut ölçeği puanının medeni duruma göre t testi sonucu.....	72
Tablo 3.30. Kastamonu ili inanç turizminin sosyo-kültürel boyut ölçeği puanının yaşa göre ANOVA sonucu.....	73
Tablo 3.31. Kastamonu ili inanç turizminin sosyo-kültürel boyut ölçeği puanının gelir düzeyine göre ANOVA sonucu.....	74
Tablo 3.32. Kastamonu ili inanç turizminin sosyo-kültürel boyut ölçeği puanının öğrenim durumuna göre ANOVA sonucu.....	75
Tablo 3.33. Kastamonu ili inanç turizminin sosyo-kültürel boyut ölçeği puanının yaşama süresine göre ANOVA sonucu.....	76
Tablo 3.34. Kastamonu ili inanç turizminin sosyo-kültürel boyut ölçeği puanının mesleklere göre ANOVA sonucu.....	77
Tablo 3.35. Kastamonu ili inanç turizmine genel bakış boyutu ölçeğinin cinsiyete göre T test sonucu.....	78
Tablo 3.36. Kastamonu ili inanç turizmine genel bakışın medeni duruma göre T test sonucu.....	79
Tablo 3.37. Kastamonu ili inanç turizmine genel bakışın gelir durumuna göre ANOVA sonucu.....	79
Tablo 3.38. Kastamonu ili inanç turizmine genel bakışın yaşa göre ANOVA sonucu.....	80
Tablo 3.39. Kastamonu ili inanç turizmine genel bakışın öğrenim düzeyine göre ANOVA sonucu.....	81
Tablo 3.40. Kastamonu ili inanç turizmine genel bakışın Kastamonu’da yaşama süresine göre ANOVA sonucu.....	82
Tablo 3.41. Kastamonu ili inanç turizmine genel bakışın mesleklere göre ANOVA sonucu.....	83

FOTOĞRAFLAR DİZİNİ

	Sayfa
Fotoğraf 1. Mahmutbey Cami Dış Görünüm	106
Fotoğraf 2. Mahmutbey Cami İç Görünüm	106
Fotoğraf 3. Atabey Gazi (Kırk Odalı) Cami Dış Görünüm	107
Fotoğraf 4. Atabey Gazi (Kırk Odalı) Cami Kitabesi	107
Fotoğraf 5. Atabey Gazi (Kırk Odalı) Cami İç Görünüm	107
Fotoğraf 6. Yılanlı Külliyesi Giriş Kapısı	108
Fotoğraf 7. Yılanlı Külliyesi	108
Fotoğraf 8. Nasrullah Kadı Külliyesi Dış Görünüm	109
Fotoğraf 9. Nasrullah Kadı Külliyesi İç Görünüm	109
Fotoğraf 10. Yakup Ağa Külliyesi	110
Fotoğraf 11. Yakup Ağa Külliyesi Helva Evi	110
Fotoğraf 12. Yakup Ağa Külliyesi Dış Görünüm	110
Fotoğraf 13. Hz. Pir Şeyh Şa'bân-ı Veli (Şucaüddin, Hz.Pîr) Cami ve Külliyesi Kuzey Giriş Kapısı	111
Fotoğraf 14. Hz. Pir Şeyh Şa'bân-ı Veli (Şucaüddin, Hz.Pîr) Cami ve Külliyesi ..	111
Fotoğraf 15. Hz. Pir Şeyh Şa'bân-ı Veli (Şucaüddin, Hz.Pîr) Cami ve Külliyesi Asa Suyu	112
Fotoğraf 16. Hz. Pir Şeyh Şa'bân-ı Veli (Şucaüddin, Hz.Pîr) Cami ve Külliyesi Türbeler	112

Fotoğraf 17. Hz. Pir Şeyh Şa'bân-ı Veli (Şucaüddin, Hz.Pîr) Cami ve Külliyesi, Türbeler Bölümü.....	113
Fotoğraf 18. Hz. Pir Şeyh Şa'bân-ı Veli (Şucaüddin, Hz.Pîr) Cami ve Külliyesi, Vakıf Müzesinden bir görüntü	113
Fotoğraf 19. Benli Sultan Külliyesi Dış Görünüm	114
Fotoğraf 20. Benli Sultan Külliyesi bahçesinde bulunan ağaç.....	114
Fotoğraf 21. Benli Sultan Külliyesi türbe bölümü.....	115
Fotoğraf 22. İsmailbey Külliyesi Dış Görünüm	115
Fotoğraf 23. İsmailbey Cami İç Görünüm	116
Fotoğraf 24. Aşıklı Sultan (Yanık Evliya) Türbesi	116
Fotoğraf 25. Karanlık Evliya	117
Fotoğraf 26. Şeyh Ahmed Siyahi Türbesi	117
Fotoğraf 27. Hepkebirler (Sahabe) Türbesi	118
Fotoğraf 28. Müfessir Alaaddin Türbesi	118
Fotoğraf 29. Mehmet Feyzi Efendi Türbesi	119

GİRİŞ

Araştırmanın Problemi

Günümüzde turizmin ülke ekonomilerindeki yeri ve önemi hızla artmaktadır. Ülkelerin alt yapı ve teknoloji alanlarında gelişmesiyle ulaşım sürelerinin kısalması bireylerin yeni yerler görme isteğinde artış oluşturmaktadır. Bu artış beraberinde kıyı turizmi dışında, dini inanışlar ve bu inanışların getirdiği görevler, merak ve seyahat etme arzusu gibi duyguların yönlendirdiği seyahatleri meydana getirmekte ve inanç turizminin temelini oluşturmaktadır.

İnanç turizmi, kutsal ve dini mirasa sahip mekanlara meraklı olan veya o dine inanan turistlerin ziyareti sonucu meydana gelen bir turizm türüdür. Türkiye inanç turizmi nezdinde görülebilecek çok fazla esere sahip bir ülkedir. Bu eserler sadece İslamiyet'e özgü değil diğer semavi dinlere aittir. Bu çeşitlilik Türkiye'nin ki inanç turizmi perspektifinde emsalsiz bir zenginliğe sahip olduğunu vurgulamaktadır. (Paksoy ve Paksoy, 2012: 135'den aktaran Göktaş, 2016). Ülkemiz illeri arasında inanç turizmi açısından zengin olduğu düşünülen illerden bir tanesi de Kastamonu'dur. Kastamonu ilini ziyarete gelen dini ve tarihi mirasları görme heyecanını taşıyan turistler göz önünde bulundurularak, Kastamonu ilinde yaşayan yerel halkın, turizm, inanç turizmi potansiyeli ve bahsi geçen turist profili gibi oluşumların içinde olma, farkındalık ve algı düzeyini görme konusunda yeterli çalışma yapılmadığı gözlemlenmiştir. Bu problemi ele alan çalışmanın bu boşluğu dolduracağı ve inanç turizmi literatürüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın Amacı

Araştırma; Kastamonu il merkezinde yaşayan halkın turizm ve il inanç turizmine yönelik bakış açısını incelemek, halkın farkındalık düzeyini belirlemek ve olumlu katkıda sağlayabilecek öneriler sunmak, olumsuz faktörler ve endişe duyulan haller belirlenerek alternatifler, yapılabilecek yenilikler konusunda fikir vermek amacıyla

Bu amaç paralelinde cevap aranan sorular aşağıda verilmiştir:

1. Daha önce inanç turizm amaçlı gezi yapma durumu ile cinsiyet, medeni durum, öğrenim durumu, yaş, gelir ve Kastamonu'da yaşama süresi arasında ilişki var mıdır?
2. Farklı illerden gelen tanıdıklara Kastamonu'daki dini yerleri gezdirme durumları ile cinsiyet, medeni durum, öğrenim durumu, yaş, gelir ve Kastamonu'da yaşama süresi arasında ilişki var mıdır?
3. Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarını gezme durumu ile cinsiyet, medeni durum, öğrenim durumu, yaş, gelir ve Kastamonu'da yaşama süresi arasında ilişki var mıdır?
4. İnanç turizmi hakkında ön bilgiye sahip olma durumu nedir?
5. Kastamonu ili inanç turizminin ekonomik boyut puanı cinsiyete, medeni duruma, öğrenim durumu, yaş, gelir ve Kastamonu'da yaşama süresine göre anlamlı şekilde farklılaşmakta mıdır?
6. Kastamonu ili inanç turizminin sosyo-kültürel boyut puanı cinsiyete, medeni duruma, öğrenim durumu, yaş, gelir ve Kastamonu'da yaşama süresine göre anlamlı şekilde farklılaşmakta mıdır?
7. Kastamonu ili inanç turizmine genel bakış boyutu ölçeği puanı cinsiyete, medeni duruma, öğrenim durumu, yaş, gelir ve Kastamonu'da yaşama süresine göre anlamlı şekilde farklılaşmakta mıdır?

Araştırmanın Önemi

2000 yılından bu yana inanç turizm sektörü önemli ilerlemeler göstermiş, ülke ekonomileri için önemli gelir kaynağı olmuştur. Ülkemizde en yaygın turizm çeşidi deniz turizmi olmakla birlikte, inanç turizmi açısından bakıldığında ülke nüfusunun büyük bölümünün Müslüman olması sebebiyle hac vazifesini yerine getirmek amaçlı kutsal topraklara (Mekke – Medine) yapılan ziyaretler ön plandadır.

Türkiye, kültür ve inanç turizmi bağlamında dünyada önemli bir yere sahip; pagan dinlerden ilahi dinlere kadar tüm dinlerin inananlarının inanç yapıtlarının bulunduğu, inanç turizmi düşüncesiyle ise bütün insanlarını universal bir görüş içinde ağırlayan

ender ülkelerdendir. Fakat inanç turizmi açısından bakıldığında yeteri kadar ilerleyemediği görülmektedir. Bu bağlamda tümevarım odaklı düşünülerek yapılan çalışmada Kastamonu ilinde inanç turizmi örnekleme incelenmiştir.

Alan yazın çalışmaları incelendiğinde hizmet arz eden halk, talep eden turist fikirleri ve Kastamonu ili inanç turizmi potansiyeli hakkında genel algılarının ekonomik, sosyo-kültürel ve genel görüşler boyutları ile bir arada incelenen çalışmalara rastlanılmamıştır. Bu bağlamda yapılan bu çalışmanın alan yazına önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca inanç turizmi kapsamındaki eser ve destinasyonların kısıtlarının iyileştirilerek, öneminin vurgulanmasında ve yapılacak çalışmalar ile karşılaştırma fırsatı sağlamasıyla bu çalışmayı literatüre fayda boyutunda önemli kılmaktadır.

Araştırma Sahasının Yeri ve Sınırları

Araştırma anketleri Kastamonu merkezinde yaşayan halka uygulanmıştır. Araştırmanın temel olarak sınırları şunlardır:

- Araştırma, örneklem grubu çerçevesinde ele alınmıştır.
- Araştırma, belli bir zaman diliminde yapıldığından, zamanla halkın tutum, inanç ve düşüncelerinin değişebileceği de dikkate alınarak yapıldığı zamanla sınırlıdır.
- Araştırma, araştırmada ulaşılan bulgular ölçeklerin ölçme kapasitesi ile sınırlıdır.
- Araştırma, kullanılan yöntem ve tekniklerle sınırlıdır.

1. BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Turizm

Farklı açılardan ele alınan turizm kavramı için farklı tanımlamalar yapılmıştır. 1905 yılında E. Guyer Feuler'in yaptığı tanımlamanın ilk tanımlardan biri olduğu bilinmektedir. "Çağcıl anlamda turizm gittikçe artan dinlenme ve hava değişimi ihtiyacına, doğal güzelliğe karşı bir sevginin doğup gelişmesine, doğa içinde duyulan kıvanç ve zevkle; fakat aynı zamanda ticaretin büyük, orta ve küçük çapta endüstrinin gelişmesinin ve taşıt araçlarının devriminin sonucu olarak insan ve toplumlararası bağların gelişimine dayanan çağdaş bir olaydır." (Evliyaoğlu, 1989'dan aktaran Bayrakdar, 2019).

Terim olarak turizm; kalıcı olarak yaşam sürdürülen yerler dışında, tam bir günden az kalmamak veya bir gece eğlenmek koşuluyla din, dinlenme, zevk, iş, spor, eğlence, merak, akraba ziyareti, seminer ve kongrelere katılım gibi farklı gereksinimlerin karşılanması amaçlı, bireysel yada kitlesel olarak çıkılan seyahatlerin tümünü kapsayarak anlatım sağlamaktadır (Türk Dil Kurumu, Sezgin, 1995: 3-4;, 1998: 2253-2254; Aksoy, 1998: 1-2).

Hunziker ve Krapf'ın turizm tanımı şu şekildedir; turizm sürekli ikamet etme biçimine gelmemek ve maddi kazanım amacına varmamak koşulu ile bölge yabancılarının yolculuk ve konaklamalarından oluşan olayların tümüdür. (Gökdeniz, 1994, s. 3'ten aktaran Küçük, 2013). Bu tanımlara ilave olarak OECD (İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı) turizm komitesi tarafından kabul gören ve (1937 tarihinde) Birleşmiş Milletler tarafından belirlenen turist ve turizmin tanımı şöyle aktarılmıştır. Eğlenmek, tatil, sıhhi, ailevi vb. nedenlerle seyahate çıkanlar, bilimsel, akademik, idari, diplomatik, dini, sportif vb. nedenlerle ya da bu tarz toplantılara katılım sağlamak için seyahate çıkanlar, iş yolculukları yapanlar, deniz yolculukları yapanlardır (Bayer, 1992, s. 4).

Dünya Turizm Örgütü (WTO) destinasyonu bir ziyaretçinin en az bir gece geçirdiği fiziksel bir alan olarak tanımlamaktadır. Bu alan, ziyaretçilerin geçirdikleri süre boyunca yaptıkları faaliyetler ve edindikleri deneyimler kümesidir. Destinasyonlar, pazarın rekabet gücünü etkileyebilecek izlenim ve çekiciliklere sahiptir. Ayrıca, destinasyonlar çeşitli alanlarda paydaşları bir araya getirip daha büyük çapta destinasyonlar oluşturmak amaçlı bir ağ kurabilirler. (Sözal, 2018)

Turizmi tanımlamaya ve kapsamını açıklamaya yönelik olarak yapılan çalışmalarda (Goeldner ve Brent Ritchie; 2009: 4; Horner ve Swarbrooke, 2016: 4; Sharpley, 2018; 3), turizm faaliyetine katılan ve etkilenen çeşitli grupların göz ardı edilmemesi gerekliliği de ön plandadır. Çünkü söz konusu bu grupların bakış açısı, turizm kavramının tanımlanmasında büyük bir yere ve değere sahiptir. Bu bağlamda Goeldner ve Ritchie (2009, s. 6)'ye göre turizm kavramı dört farklı perspektif dikkate alınarak sürdürülmelidir. Bunlar;

□ Turist: Turist, dahil olduğu faaliyetler içerisinde ruhsal ve fiziksel deneyim ve tatmin isteyen kişilerdir. Turistlerin bu talepleri, seçecekleri destinasyonları ve burada gerçekleştirecekleri etkinlikleri seçimlerinde büyük ölçüde belirleyici rol oynamaktadır.

□ Turistik Mal ve Hizmet Üreten İşletmeler: Söz konusu işletmeler turizmi, turistik pazarın talep ettiği mal ve hizmetleri temin ederek kazanç elde edebilecekleri bir alan olarak görmektedirler.

□ Turizm Bölgesindeki Hükümet Temsilcileri: Siyasiler turizmi, bölge ekonomileri için zengin bir faktör olarak görmek ve turizmden elde edilebilecek gelir potansiyeli olarak algılamaktadır. Ayrıca siyasiler, turizmin döviz girdisini ve devletin turizm harcamalarından edindiği kazanımları değerlendirmektedirler. Bu bağlamda hükümetler, turizm plan ve politikalarında, gelişiminde, tanıtımında ve bunların uygulanmasında önemli roller üstlenebilmektedir.

□ Ev Sahibi Topluluk (Yerel Halk): Yerel halk turizmi genellikle, bir kültürel ve istihdam faktörü olarak görmektedir. Bu bağlamda yerel halk ile ziyaretçilerin iletişimi önemlidir.

Yukarıda sıralanan unsurlar dikkate alındığında turizm turistler tarafından turizm tedarikçileri, ev sahibi topluluklar, yerel hükümetler, ziyaretçilerin ilgisini çekmek ve barındırmakla ilgilenen işletmeler ve çevresel ortamlar arasındaki ilişkilerden ve etkileşimlerinden oluşan süreçler, etkinlikler ve sonuçlar olarak tanımlayabilmektedir.

Turizme ilişkin yapılan tanımlamalara genel olarak bakıldığında, turizmin öne çıkan bazı özellikleri şunlardır. (Tunç Hussein ve Saç, 2008, s. 7);

- ☐ Turizmin bulunulan yer dışında belirli bir süre için yapılan seyahatler olması, turizm olgusunun geçicilik özelliğini göstermektedir.
- ☐ Turizm faaliyetleri sırasında, seyahate çıkan bireylerin tüketici olma özelliği en önemli unsurlardandır. Başka bir ifade ile seyahate çıkan bireyler doğrudan gelir sağlayıcı bir amaca yönelmemektedirler.
- ☐ Turistik faaliyetlerde bulunan bireylerin turizm işletmelerinden yararlanmaları gerekmektedir.
- ☐ Turizm, bazı olay ve ilişkilerin meydana getirdiği etkinlikler sonucu ortaya çıkan bir olgudur. Dolayısıyla söz konusu bu olay ve ilişkiler çeşitli sektörlerin eşgüdümlü bir şekilde çalışmasını gerektirmektedir.

Genel olarak bakıldığında turizmin önemi, büyük ölçüde yöre halkının iyi niyetine bağlı olduğu, ayrıca turizm; yerel halkın desteği ile başarılı, gelişen ve sürdürülebilir olduğu görülmektedir. Eğer yerel halkta oluşan turizm algısı pozitif yönde ise turistlere de bu olumluluk yansyacağından bu durumun turizmin gelişmesine de katkı sağlayacağı düşünülmektedir (Cengiz, ve Kırkbir 2007). Turizmin öneminin artmasında bireylerin gezip görme, merak ve eğlenme taleplerini karşılayabilecek arz potansiyelinin müşteri memnuniyetiyle sonuçlanan bir döngü oluşturmalarıdır. Böylece bireylerin kendine hitap eden turizm pazarına kolay ulaşabilme imkanları oluşmuş turizmin günümüzde yeri oldukça gelişmiştir (Çelik ve Şarman, 2013).

Turizm sektörü; konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, seyahat acentaları, uluslararası havayolları ve hatta destinasyonda turizm faaliyetlerine dâhil olan yerel halkın da içinde bulunduğu bir dizi hizmeti içeren bir sektördür (Spenceley ve diğ., 2009, s. 15). Şekil 1.1.'de yapılan sınıflandırma da dikkate alındığında turizm sektörünü; turizm amaçlı seyahat eden bireyler için doğrudan mal ve hizmet sunan işletmeler ile belirli alanlarda faaliyet gösteren ve sektörle dolaylı bağlantısı bulunan işletmelerin oluşturduğu bütünleşik bir hizmet sektörü olarak ifade etmek mümkündür (Usta, 2005, s. 34).



Şekil 1 .1 Turizm Sektörünün Genel Yapısı

Türkiye’de Turizm sektörü 2003’ten 2017’ye dek hızla ilerleme göstererek ilerlemiştir. Ziyaretçi sayısı 2003 yılında 16 302 053 iken, 2017 yılında 38 620 346 ile iki kattan daha çok artış göstermiştir. Turizm gelirleri ise bu doğrultuda 13 854 866’dan 26 283 656 milyar dolara yükseldiği gözlemlenmiştir. Kişiye düşen ortalama harcamalarınsa son senelerde düştüğü görülmektedir. 2016 yılındaki istatistik raporlarına bakıldığında Rusya’nın uyguladığı turizm yasağı ve yaşamını kaybeden yabancı turistlerin terör faaliyetleri Türkiye’deki yabancı turistlerde önemli ölçüde azalmaya yol açarken turizm gelirlerinde de buna bağlı olarak azalma gözlemlenmiştir. 2017’de bu rakamlar doğrultusunda turizm geliri ve turist sayısındaki artım Türk turizm sektörüne yeniden canlılık getirdiği görülmektedir (Bayraktar, 2019).

1.1.1. Turizm Türleri

Turizm türleri farklı şekilde ifade edilebilmekle beraber Usta (2008)’ya göre turizm türleri aşağıdaki gibidir:

Dinlenme turizmi: Genel olarak tatil düşüncesiyle doğru orantılıdır. Bunun dışında, sağlık, klimatizm, üvalizm, termalizm, mağara turizmi, yayla turizmi, kıyı turizmi ve çiftlik turizmi gibi çeşitleri bulunmaktadır.

Kültür turizmi: Farklı kültürlerin ve kültür eserlerinin görülmesi üzerine çıkılan seyahatlerin meydana getirdiği turizm hareketidir.

Spor turizmi: Su ve dağ sporları, atletizm, futbol, basketbol, voleybol, boks, buz dansı gibi sporlar ile ilgili olan ve spor yapan bireylerin; sportif karşılaşmalara, olimpiyat gibi benzeri aktivitelere katılmak ve bunları izlemek maksadıyla meydana gelen turizm çeşididir.

Fuar turizmi: Ekonomik amaçlarla fuar ve sergilere katılmak ve gezmek, endüstri işletmelerini ve ticaret merkezlerini ziyaret etmek, iş görüşmeleri yapmak ve ticari ilişkiler kurmak amacıyla yapılan bir turizm çeşididir.

Siyaset turizmi: Devlet adamı, diplomat ve kamu personellerinin ulusal veya uluslararası siyasal bağlantılar sebebiyle katıldıkları turizm hareketleridir. Ayrıca siyasetle ilgilenen kişilerin bu tür olayları gözlemlemek veya bunların gerçekleştiği yerleri görmek için yapılan seyahatler de siyaset turizmi kapsamında ele alınabilmektedir.

Kongre turizmi: Ulusal veya uluslararası nitelikli kuruluşların, mesleki örgütlerin belirli zamanlarda düzenledikleri seminer, kongre, sempozyum, konferans, yuvarlak masa, genel kurul vb. faaliyetlere katılmaları sonucu meydana gelmektedir.

Aile turizmi: Aile bireyleri ve akrabalık bulunan bireyleri ziyaret etmek, onlarla birlikte bulunmak ve aile büyüklerinin daha önce yaşamlarını sürdürdükleri yerleri görmek gibi sebeplerle yapılan bir turizm çeşididir.

Bir diğer turizm çeşidi inanç turizmidir. Yapılan araştırma inanç turizmi konusunu kapsamaktadır. Bu doğrultuda bu konu hakkında detaylı bilgi verilmeye çalışılmıştır.

1.2. İnanç Turizmi

İnanç kavramı, Türk Dil Kurumu Sözlüğünde “bir düşünceye gönülden bağlı olma; birine duyulan güven, inanma duygusu; inanılan şey, görüş, öğreti ve din” şeklinde tanımlanmaktadır (<http://www.tdk.gov.tr>).

İnsanların yaşadıkları yerleri, çalıştıkları ve rutin günlük gereksinimlerini giderdikleri mekanların dışına, dini inançları gereğini yapmak, inanç destinasyon merkezlerini gezip görmek amaçlı yaptıkları turistik seyahatlerin turizm çerçevesi içinde değerlendirilmesi ‘İnanç Turizmi’ şeklinde tanımlanmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018). Diğer bir tanıma göre inanç turizmi; Çıkış noktası inançları gereği dini vecibelerini yerine getirmek veya ziyaret etmek için dini açıdan önemli gördükleri kutsal yerlerde en az bir gece konaklamadan oluşan geçici seyahatlerin ortaya çıktığı ekonomik ve toplumsal nitelikli olay ve ilişkiler bütünüdür (Karaman ve Usta, 2006, s. 473).

Turizmin temelini bireyin psikolojik tatmin duygusu sağlaması oluşturmaktadır. Dünyada hemen her insan her yıl en azından bir iki defa kendi ülkelerine ya da diğer ülkelere ilgi duydukları yerlere turistik ya da kültürel amaçlı gezi düzenlemektedirler (Uçkun,2014). Bir diğer yandan, insanlığın başlangıç tarihi kadar eski olan din, bireylerin hayatının olmazsa olmazlarından biri, temel taşıdır. Bu açıdan bakıldığında bireylerin dini ibadet ve ritüellerinin elde ettiği, inanan insanların dini vecibelerinin yerine geldiği dolaylı olarak belli aralıklarla ziyaret edilen kutsal mekân olarak kabul gören bu inanç merkezleri ilgi görmektedir. (Anadol, 2002).

Dini inançlar yanında seyahatleri de getirmektedir. Dini inançlar yönünde gerçekleştirilen seyahatler, çok sayıda insanın farklı illere veya ülkelere gitmesini sağlamaktadır. Buda ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan gidilen yeri olumlu anlamda etkilemektedir (Şaman, 2009). Wright (2007, s. 9) dini seyahati; Bir inanç merkezine yolculuk (örneğin kutsal topraklara yapılan geziler), dini niyet yolculuğu (örneğin Hristiyanlık konferansı), arkadaşlar ile seyahat yolculuğu (inanç amaçlı kurvaziye yolculuk) şeklinde tanımlamaktadır. Dünya İnanç Turizmi Birliği (WRTA) başkanı Kevin J. Wright’a göre, kullanılabilir gelir bütçesindeki artış, görece makul gezi

maliyetleri ve bir amaca yönelik hedefleri keşfetme isteği gerek geleneksel gerekse çok bilinmeyen yerlerdeki inanç mekanlarına ilginin çoğalmasına sebeptir. İnanç Turizmi mütehassıslarından David Gitlitz'e göre, çağdaş hacılar, ettikleri dualarının daha fazla mana kazanacağına inandıkları mekanlar araştırmaktadırlar (NTV, 2018). Bu nedenle inanç turizmi, psikolojik bir ferahlama yaratmaktadır. İnanç turizmi sayesinde ziyaretçiler hoş bir gezinin yanında kültür, tarih ve dinlerine ait terekelerin günümüz hayatı nasıl tesir altına aldıklarını da gözlemleyebilmektedirler. Dini gezilerde bireyler ruhsal, bedensel, bilişsel, toplumsal ve duygusal her raddede etkilenebilmektedir (<http://www.globusfaith.com>). Hac ziyaretlerinin ev sahipliğini yapan ülkeye olan kârı göz önüne alındığında, dahilinde hac merkezleri olan ülkelerin ciddi ekonomik kazanç kaynakları kazanacakları değişmez bir gerçektir. Suudi Arabistan'ın petrolden sonraki en fazla gelir kaynağı, hacı görevlerini yapmak amacıyla ülkeye gelen Müslüman kesimdir (Güzel, 2010).

İnanç Turizmi 300 milyon turiste yakın kişiye hizmet eden ve 18 milyar dolar bütçeye sahip hızla büyüyerek ilerleyen önemli bir turizm çeşididir (www.religioustravelassociation.com., Erişim Tarihi: 19.10.2008'den aktaran, Güzel, 2010). Tek başına değerlendirildiğinde Güney Amerika'nın inanç turizminden 10 milyar dolar kazandığı tahmini ortaya konmaktadır. Amerikan Seyahat Endüstrisi Birliği raporunca, her dört turistten biri dini ziyaretler ilgisini çekmektedir. Son 30 yıldır, Belli inanışları olan insanların harcama alışkanlıkları değişmiş; daha üst düzey ürün ve hizmet almaya başlamışlardır (Wright, 2007: 8). Dünya İnanç Turizmi Birliği (WRTA) Başkanı Kevin J. Wright'ın (2008:35) bu hızla büyüyen ve gelişen pazardan paya sahip olmak isteyen ve inanç turizmi alanında pazar lideri olmayı hedefleyen işletmelere getirdiği innovasyon önerileri ve stratejileri aşağıda belirtilmektedir.

- İnanç turizmi pazar alanını geliştirebilecek ilerletebilecek bir yönetici istihdamı,
- İnanç turizmi pazarına yönelik broşür ve materyaller hazırlanması,
- Seçilen pazarın taleplerine yönelik ürünler hazırlanması,
- Cross-sell: İnanç turizmi ürünleri ve servislerinin yanında turlar inanç turizmi dışında başka ürünler ve turizmin diğer çeşitleri ile desteklenmeli,
- 2007 senesinde inanç turizmi pazarı için kurulmuş olan, Dünya İnanç Turizmi Birliği ile işbirliği içine girilmelidir.

Tüm dinlerin danışmanları, dini alanların, kutsal kent ve tapınakların inananları tarafından ziyaretini şart koşarken, aynı zamanda ekonomik bir ivmelenme başlatmışlardır. Bu durum sonucunda, geçmişten günümüze bu zaman diliminde, söz konusu kent ve tapınakların bulunduğu ülkeler, bu ziyaretlerden edinilen sürekli bir yarara sahip olmuşlardır. Özellikle Hristiyan Avrupa’da teokrasinin etkin ve hakimi olduğu devrelerde kutsal kentlerde görülen zenginlik ve refah hakim gücün bu merkezlerde var olması ve kazandığı zenginliği bu merkezlere yatırmasıyla birlikte, bir ölçüde bu tür dini yolculuklardan doğmuştur (Kaya, H. 1997:6).

Wright’e (2008: 34-35) göre, ekonomik açıdan hızla ivme kazanan inanç pazarı seyahat ve konaklama endüstrisinin bütün sahalarını etkilemektedir. Tur operatörleri, gemi işletmeleri, oteller, toplantı organizatörleri, otobüs işletmeleri, turizm danışmanlıkları kazandıkları gelirler ile hızla ilerleyen bu pazarda ileri gelen isimler olmaktadır. Bu nedenle işletmeler, bu güçlü pazarı hemen paraya dönüştürülebilir sermayeler olarak kullanmalıdırlar.

Karaman ve Usta’ya (2006:473-474) göre, din ile turizm arasındaki bağıın ehemmiyetini kavramak için dinin turizm üzerindeki maddi ve sosyolojik boyutunu kavramak gerekmektedir. Din, turizm sahasında ekonomik alanda her daim turizm kolunda çalışma gösteren işletmeleri cezbetmiştir. Öyle ki; insanlar bağlı oldukları dinin inançlarını ve gereklerini yerine getirmek için daha fazlaca maddi harcama yapmaktadırlar. Bu durum turizm kolundanki işletmeleri inanç turizmi sahasında çalışma yaptığı sonucunu meydana getirmektedir. Günümüzde parasal ve kitlevi bir hadise olarak varlığını sürdüren turizmin meydana getirdiği ekonomik, toplumsal, kültürel ve politik tesirler, ülke ekonomilerinde ve bilhassa uluslararası ekonomik ve politik ilişkilerde önem arz eden sonuçlar ortaya koymaktadır (Akat, 2000). İnanç turizminin sosyo-kültürel ve ekonomik etkileri ile birlikte başka önemli çevresel etkileri de bulunmaktadır. Kalabalık turist akını, uygun olmayan turist davranışları ve inanç ritüellerinin ticarileştirilmesi gibi temel nedenler, fiziksel ve toplumsal olarak mekânın değerini kaybetmesine ve bozulmalara sebep olabilmektedir. (Çiftçi ve Akova, 2016: 188).

1.2.1. İnanç Turizmi Çeşitleri

1.2.1.1. Aktif inanç turizmi

Aktif inanç turizmi, bir ülkede yaşamını sürdüren bireylerin, bağlı oldukları dinin inançlarının gereklerini ifa etmek ve bu amaç doğrultusunda ilerlerken turizmin sunduğu imkanlardan faydalanmak için başka ülkelere yapılan seyahatlerde kurulan ilişkiler bütünüdür, ziyarete gidilen ülke nezdinde değerlendirilmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Örneğin; Türkiye’den Arabistan bölgesine umre ve hac yapmak üzere birçok insanın gitmesi Suudi Arabistan açısından aktif inanç turizmidir. Türkiye Cumhuriyet’i sınırları içerisinde bulunan ve Hristiyanlar için önem arz eden Deyr-i Yakub Manastırı gibi hac mekanlarına dini amaçlı yapılan ziyaretler de örnek verilebilir (Sağır, 2016). Aktif inanç turizminde üzerinde durulması gereken diğer husus ise; bir dinin ziyaret alanlarının yaşadıkları ülke sınırları dışında olması ve bu alanların sürekli bir şekilde yurtdışından ziyaretçi kabul etmesi ile ülke ekonomisine olumlu bir katkıda bulunmaktadır (Turan, 2012, s. 45’ten aktaran Taş, 2015).

1.2.1.2. Pasif inanç turizmi

Pasif inanç turizmi; bir insanın kendi yaşadığı ülkeden dini inancının gereğini sağlamak amacıyla diğer ülkelerde bulunan dini mekanlara yapılan seyahatlere ve bu seyahatler süresince inanç turizmi faaliyetleri içinde bulunmasına ve yararlanmasına denir. Ülkemize yıl içinde inançları gereği dini mekânları ziyaret amaçlı gelen turistler, bizim için aktif inanç turizmine, turistlerin geldiği ülke için de pasif inanç turizmine örnektir. Pasif inanç turizminde göz önünde bulundurulması gereken, inanç turizmi faaliyetleri yapılabilen çekim merkezlerine sahip olmamak anlamına gelmekle birlikte, bu çekim merkezlerine sahip olan ülkeleri ziyaret etmek ve bu ziyaret sürecinde gidilen ülkeye döviz bırakmaktır (Kurnaz, 2013, s. 10-11’den aktaran Taş, 2015). Pasif inanç turizmine, Türkiye’den İslam’ın beş şartından biri olan hac ibadetini yapmak için kutsal topraklara yapılan ziyaretler örnek olarak gösterilebilir (Sağır, 2016).

1.2.2. İnanç Turizminin Özellikleri

Aksoy'a (2002) göre inanç turizmi uygulamaları gösterdiği farklılıklar gereği her dinin kuralları dâhilinde dini seyahatler, çeşitli biçimlerde düzenlenmektedir. Bazı seyahatlerin daha ön plana çıktığı, daha çok önem verildiği ve daha çok manevi kazanım sağladığı düşünülmektedir. Dini turizm genelde üç biçimde ele alınmaktadır:

- Hac ibadetini yerine getirmek amaçlı, kutsal yerlere gidilerek yapılan kitlesel veya bireysel ziyaretler.
- Belli dini tarihlerde, önemli dini vakaların seneyi devriyelerinde yapılan büyük çapta toplantılar.
- Turistik bir yol üzerindeki önem arz eden dini mekanların ve yapıların, tur süresi göz ardı edilerek ziyaret etmek amaçlı yapıldığı turlar.

İnanç turizminde manevi yönden bir amaç yüklüdür. Dini kurallarla görev adledilen manevi seyahatlerin gerçekleştirilmesi gibi özel kurallara uymanın hedefi Aksoy'a (2002) göre aşağıdaki amaçlardan en az bir tanesine ulaşabilmektir:

- Dini şartlardan biri olan hac görevini ifa etmek:

Çoğu din için hac manevi bir temizlenme, selamet ve bir tapınma biçimi şeklinde kabul edilirken, Müslümanlar ve Yahudiler için koşula bağlı zorunlu bir görevdir (Usta, 2015).

- Bir adağı ifa etmek, teşekkür etmek, günahlardan arınmak ve istekleri sunmak:

Bireyler hayatlarında dünyevi yollarla çözülmeyen bir problemle karşı karşıya geldiklerinde, bu sorunun çözümünü ilahi bir yardımda aramaya başlamaktadırlar. Kutsal bir mekana yapılan ziyaretin hedefi o yerde bulunan kişinin ilahi koruyucusu aracılığıyla bu tür bir duanın iletilmesini sağlamaktır. Burada bireyler günahlarını itiraf edip üstlenmekte, adaklar adamakta, tövbe etmekte ve gelecekte daha dindarane (kutsal) bir hayatı devam ettireceklerine yönelik kararlarını açıklayarak bir nevi söz vermektedirler.

- Toplumsal ve manevi anlamda üstün bir konuma varmak:

Toplumsal açıdan bakıldığında, dini bir seyahat yapmak birçok toplumda bir fazilet olarak kabul görmekte ve dindarlığın gösterimi olarak görülmektedir.

- Belli dini vakaları kutlamak ve anmak:

Tüm din üyelerince kutsal görülen belli vakalarla ilişkili tören ve inançlar yer almaktadır. Peygamberlerin doğumları, kutsal bireylerin ölümleri ya da onlar tarafından yapılan belli seyahatler dini doktrinde ve efsanelerde kayıt altına alınmıştır. Bu tür vakalar dini festivallerde dince önemli görülen bireylerin hayatlarını ve çalışmalarını hatırlamak amacıyla temsili olarak yenilenmektedir..

- Aynı dinden olanlarla ilgili olmak ve bağlantı kurmak:

Misyoner toplantılarını ve hac seyahatlerini kapsayan bir hedefe hizmet etmektedir. Çoğu dinde hac yolculuklarının esas maksadı o dine tabi bireylerin bir araya gelmesini sağlamak amaçlı olduğu bilinmektedir.

- Hakikati yaymak:

Çoğu dinin bireylere gerçek olanı belletme veya dini yayma gibi maksatlarla misyonerlik çalışmalarını desteklediği görülmektedir.

- Konferanslar ve dini toplantılar düzenlemek:

Din bağlantısı yer almayan örgütler de dini gruplar da çalışmalarını aktif biçimde yürütme gereksinimindedirler. Bu hedefle de dini gruplar; ilerlemelerini gözlemleyebilecekleri, üyelerinin manevi amaçlarına etkili bir biçimde varmalarına yol açacak rutin toplantılar düzenlemektedir.

1.2.3. İnsanların İnanç Turizmine Katılma Sebepleri

Turizm amaçlı gidilecek ülkenin veya bölgenin seçiminde bireylerin ilgi alanı, amaç ve beklentileri önemli bir unsurdur. İnanç merkezlerinin kutsallığı yanı sıra, sanatsal, tarihi, mimari ve kültürel özellikleri de ziyaretçilerin bu mekanlara olan ilgisini artıran önemli faktörlerdendir (Kervankıran ve Eryılmaz, 2017). Turizm destinasyonlarında

turistler için geliştirilen boş zaman faaliyetlerinden yöre halkının yararlanma imkanı yaşam kalitesini de olumlu etkilemektedir. Boş zaman faaliyetlerine katılım, yaşam doyumunu toplumsal yaşamdan memnuniyeti artırmakta ve sağlığını da olumlu etkilemektedir. (Avcı, 2018)

Dini-inanç hedefli yolculuklar 20. yüzyılın sonlarına doğru ciddi ilerleme kaydetmiştir. Bilhassa 1990'lı yıllarda dini inanç turizminde büyük ilerlemeler görülmüştür. 1994 yılına kadar yıllık inanç turizmi katılımcısı 4,4 milyon iken bu sayı giderek artmış, 2006 yılında yıllık 14,7 milyona ulaşmıştır (Güzel, 2010). Katılımcı sayısındaki artışa etken olarak ABD'nin 2001 yılı bütçesinden inanç gruplarınca kullanılması amacıyla 20 milyar dolar civarında bir bütçenin ayrılması gösterilebilir. Bireyleri inanç turizmine yönelten sebepleri Aksoy ise dört esas başlığa ayırmıştır (Aksoy, 1998: 8-10):

Psikolojik sebepler:

İnsanlar merak, din, kültür, eğitim, dinlenme, eğlence, spor, sağlık, tarihi yöreleri gezme, toplumsal yönü olan ziyaretler olarak sınıflandırılmaktadır. Yapılan incelemede iki esas motif oluşmaktadır. Bunların ilki "kaçış", ikincisi "yöneliş"tir. Kaçış motifi tekdüze yaşamdan uzaklaşmak, yöneliş motifi ise keşfetme duygusuyla ortaya çıkan beklentilere uyan bir dünya arayışı olayını ifade etmektedir. Bireyler inançlarını pekiştirmek ve adaptasyon kazanmak veya adaptasyonlarını kaybetmemek amacıyla daha önce aynı hisleri hissetmiş, inancı yolunda çektikleri sıkıntıları kaynaklardan öğrendiği bireylerin yaşadığı yerleri görmek ve benzer duyguları yaşamak istemektedir. Genellikle halk arasında mukaddes kabul edilen ziyaret yerleri varsa cazibesi artmaktadır.

Dini Arz Kaynaklarının Zenginliği:

Uluslararası turizm kaynaklarının arz kapasitesi değerlendirildiğinde dini nitelikli turistik yörelerin olabildiğince varlıklı olduğu görülmektedir. Mısır Piramitleri, Vatikan, Mekke, Medine, Kudüs, Türkiye'de; Artemis Tapınağı, Kapadokya bölgesi ve Efes bunlardan ileri gelenleri sayılmaktadır. Türkiye dini yapıtlarıyla dünyada başka bir ülkenin sahip olamadığı çok sayıda cazibeli zenginliklere ve dini kaynaklara

sahiptir. Buna neden olarak da Anadolu'nun, günümüze kadar birçok medeniyete ev sahipliği konumunda olmasıdır. En mühimi de ilk Hristiyanların Anadolu topraklarında savaşması, ilerlemesi ve Bizans İmparatorluğunun Hristiyanlığı resmi din olarak kabul eden ilk devlet olmasıyla yayılmasıdır. Sadece Anadolu'da bulunan ve isimleri İncil'de 163 defa geçen 39 yer bulunmaktadır. Konya, Antakya, Galatya (Ankara), Efesos, Bitanya (İznik), Sard şehirleri, yedi kilise bunlardan bazılarıdır.

Dini Gün ve Bayramlar:

Çağdaş turizm hadisesinin gerçekleştirilmesi için en mühim unsurlardan biri "boş zaman" kavramıdır. Ülkelerde ücretli senelik izin hakkının yaygınlaşmasıyla turizm etkinliklerine ayrılabilir zaman çoğalmış ve bu durumun olağan sonucu olarak dünya turizmi ciddi bir ivmelenme meydana gelmiştir. İnsanlar bu ücretli izni hakkından öncelikle dini bayram ve törenlerde dolayı ücretli izin kullanmışlardır. Bu bayram günleri dini inanışlarının bir gereği olarak ailelerin bir arada bulunması gerektiği düşüncesiyle uzak yerlerde bulunan ailelerin bir araya toplanması için bir vesile olmuştur.

Üç semavi dinde haftada belli bir gün toplu ibadet yapılarak, insanların birbirleriyle kaynaşmasını ve ilişkilerini samimileştirmelerini amaçlanarak tatil ve bayram ilan edilmiştir. Yahudilikte Cumartesi, Hristiyanlıkta Pazar, İslam'da Cuma günleri haftanın bayram günleri olarak kabul edilmektedir. Bu dinlere mensup insanlar dini emirler gereği, belirtilen günlerde ibadethanelerinde toplanarak birbirleriyle kaynaşma imkânı sağlamaktadır.

Hız. İsa'nın doğum gününde her sene Hristiyan nüfusun yoğun olduğu Avrupa, Amerika, Avustralya kıtalarında, turizm bütün yönleriyle canlılık kazanmaktadır. Bu nedenle Türkiye'de de turizm etkinliklerinde de artış gözlenmektedir. Bu dini etkinliğin sonucunda İslam ülkelerinde iç ve dış turizm hareketliliğinin hızlandığı dönemde dini bayramlar, Ramazan ve Kurban bayramları bulunmaktadır. Bayramlarda toplumsal hayat en canlı ve en aktif zamanını yaşamakta, alışverişler, akraba ziyaretleri gibi aktiviteler artmaktadır. Kurban Bayramında haccın

gerçekleştirilmesi sadece Ortadoğu'da değil, bütün dünyada büyük bir kitle hareketine neden olduğu görülmektedir.

Dini Yayma Faaliyetleri:

Tüm dinlerin en büyük amacı gerçekleri yaymak insanların daha iyi anlamalarını ve yaşamlarına yansıtılmalarını sağlamak olmuştur. Nitekim Hz. Adem'den Hz.Muhammed'e kadar her peygamber bu görevle vazifelendirilmiştir. Bundan dolayı dinlerin mensupları tarih boyunca büyük seyahatler olmuştur. Hristiyanlık tek tanrı fikri sayesinde Avrupa'nın bütün devletlerinde ortak din haline gelerek, Papalık devletler üstü bir otorite olmuştur. Papalığın gayretleri ile kutsal topraklara girebilmek için Ortadoğu'ya sürekli Haçlı seferleri düzenlenmiştir. Dünyada yeni yerleşim yerlerinin keşfedilmesiyle, misyonerlik faaliyetleri hızlanmış, dini yaymak amacıyla birçok gönüllü seyahat etmeye başlamıştır. İslamiyet'te ise hakkın, hakikatin, adalet uğruna yola çıkmanın, yolculuk zahmetlerine katlanmanın yüceliği 'Cihad' anlayışıyla tezahür etmektedir. Cihad, sadece silahlarla bir düşmana karşı savaşmak değil, aynı zamanda ‘münazara’, ‘tartışma’ ve ‘dini yayma’ anlamlarını da taşımaktadır. Nitekim din düşünürleri, Malazgirt savaşından önce Doğu ve Güneydoğu Anadolu'ya yayılıp, İslam dinini yaymaya çalışmışlar ve Anadolu'nun fethini kolaylaştırmışlardır. Dervişler birçok yerleşim yerini gezerek İslam dininin daha iyi anlatmayı, yaşamayı ve yaşatmayı kendilerine görev bilmişlerdir. Günümüzde de dini yayma faaliyetleri hızla devam etmektedir.

1.2.4. Yaşayan Dünya Dinlerinde Seyahat

İnsanın yaradılışıyla birlikte bir dine inanma ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Her dinin gereği çerçevesinde o dine inanlar çeşitli merkezlerde bir araya gelerek ibadet etmektedirler (Kızılkaya, 2013). Bu bağlamda her dinde, o dine tabi insanların ziyarette bulunduğu “Mukaddes yerler” bulunmaktadır (Küçük, 2013). Dini yerleri ziyaret gerek paganist gerek semavi dinlerde bir ibadet biçimi olarak benimsenmektedir. (Kaynak ve Sezgin, 2008).

Budizm’ de Hindistan Bihar şehrinde Gaya bölgesinde yer alan *BodhGaya* veya *Bodhgaya* Gautama Buddha’nın aydınlanmaya ulaştığı yer olduğuna inanıldığı için

Budist hac merkezi olduğuna inanılmaktadır. Mahabodhi manastırı, , *Lumbinī* bölgede en önemli tapınaktır ve kutsal kabul edilirler. Aynı şekilde Hindistan'ın Nepal sınırı çevresindeki *Uttar Pradesh* şehrinde *Kusinara* adlı kasabada *Gautama Buddha* burada *nirvanaya* ulaştığına inanılması sebebiyle budistlerin önem verdiği bir hac merkezi olarak kabul görmektedir. (Kızılkaya, 2013).

İki bin yıldan daha fazla süredir Hindistan hacı olmak amaçlı kullanılmaktadır. İnsanlar ya Hindistanda doğmuş ya da Hindistan dışında bir yerden gelmiş ve yerleşmiş olsa da bütün insanların haccı kabul edilmektedir. Öyle ki; Hinduzim dininde hacılar sanatkar kabul edilmektedir. “Dua adamları” olarak kabul edilen gezici vaizlerin verdikleri vaazları, birlikte söyledikleri ilahiler ve bunlara benzer yapılan etkinlikler Hinduist hacılar olarak kabul edilen insanların hac mekanında yaptıkları spiritüel egzersizlerdir (Erbas, 2002, s. 103). Örneğin, Kuzey Hindistan’da bulunan Varanasi, Hindular, Budistler ve Jainler için kutsal sayılan yerlerdir (Alparslan, 2016). Özellikle bu kutsal yerler içinde Hindistan Ganj Nehri önemli bir örnektir. Bu dine inanan insanlar burada banyo yaparak günahlarından kurtulduklarına ve ölen kişinin ruhunun serbest bırakıldığına inanmaktadırlar (<http://blog.prontotour.com>). Burayı ziyarette gelen milyonlarca insan, Ganj Nehri’ne girdiklerinde hacı olduklarına kani olmaktadır. (Alparslan, S. M. 2016)

Dünyada çok sayıda turiste ev sahipliği yapan çok çeşitli dinî mekânlar bulunmaktadır. Bu yerler; antikten çağdaşa, doğal peyzaj özelliklerinden mimarî yapılarına ve kırsaldan dünyanın en yoğun yerleşim merkezine kadar geniş bir yer kaplamaktadır. Ancak turizm sektöründe turistlerin rağbet ettiği yerlerin en önemli dinî mekanların başında, birden fazla dinî geleneğin yaşandığı yerler gelmektedir. Örnek olarak, Kudüs’ün hem Yahudilik, hem Hristiyanlık hem de İslam’da kutsal bir mekân olarak kabul edilmesi ve ziyaret edilmesi, buraya turizm açısından da ayrı bir önem kazandırmaktadır. Ayrıca Kudüs, içerisinde Mescid-i Aksâ’yı barındırmış ve birçok peygambere de ev sahipliği yapmıştır. İslam’a göre ziyaret edilmesi gereken üç mescitten birisi olan Mescid-i Aksâ ile birlikte Kubbetüs Sahra Kudüste bulunmaktadır. (Küçük, 2013)

Dini yerleri ziyaret etme süresince ortaya çıkan kutsal mekân olgusu dinin metafizik boyutunun yanında sosyo-kültürel boyutunu da yansıtmaktadır. Örneğin, maddi durumu elverişli olan Müslümanların Hac vazifesini yerine getirmek amacıyla ikamet ettikleri yerlerden kutsal topraklara gelmesi ve burada dünya ülkelerinden gelen insanlarla tanışıp samimiyet kurması Müslümanlar arasında sosyo-kültürel bir etkileşimi ortaya çıkartarak öncelikle içsel olan ve sonrasında diğer Müslüman kişilerle paylaşılan maneviyat ortamını desteklemektedir (Elmacı, 2017).

Turistlerin dine ilgisi geçmişten günümüze süregelmektedir. Çünkü turistler ve hacılar farkında olmasalar da aynı mekanlarda bulunmaları; bu ziyaret yerlerine anlam yüklenmesinde ve bu yerlerin kutsal karakterinin sürdürülmesinde önemli bir yere sahiptir. Ayrıca, bir yerin kutsal kabul edilmesine sebep olan dini manalar, bu mekanları turistler için de ziyaret edilebilecek bir yer haline getirmektedir. Ancak hacılar ve turistler genelde bu kutsal mekânları farklı algılama şekillerine sahip olduklarından değerlendirme dereceleri farklıdır. Çünkü ziyaret mekanları, bir dinî geleneğin tarihi, kültürel ve toplumsal yapısına göre kutsallık veya değer kazanmaktadır. Örneğin Mekke'nin kutsal karakterini algılayıp kavrayabilmek için, İslam'ın tarihi ve sosyo-kültürel bütünlüğünü bilmek gerekmektedir (Bremer, 2005'ten aktaran Küçük, 2013).

İnanç farklılığı ise, kültürel zenginliği doğurmaktadır. Amaç; insanlar arasında çoklukta bir olmayı ve birlikte güzelliği yakalamaktır. Toplumlar arasında bulunan farklı inançlar, insanlığın zenginliği ve evrensel bir değer olan hoşgörünün ürünüdür. Dini inançları gereği, Hac farızasını yerine getirmek amacıyla Brahmanlık'ta Benares, İslamiyet'te Mekke ve Medine, Hristiyanlıkta Kudüs ve Efesin büyük turist akımları oluşturan temel dini merkezler haline getirmiştir. Böylece dinsel amaçlı büyük göç hareketlerinin meydana getirdiği ekonomik ve toplumsal etkiler özellikle ödemeler bütçesindeki açıkları daimi olarak devam eden ülkelere ekonomik olanaklar oluşturmaktadır. Öyle ki; Hac ziyaretleri yapılabilen dini mekanlar barındırmak, bu ülkelerin ekonomik gelişmelerini devam ettirmelerini sağlayabilecek kaynaklara sahip olmaları anlamını taşımaktadır. Bu nedenle inanç turizmi çekicilik kriterlerine sahip turist kabul eden bölgelerin, ekonomik gelişmelerinde süreklilik sağlamaları için, turistik geleceğe yönelik projeksiyonlar yapmaları zorunludur. (Artun, 2014).

Çalışmanın bu kısmında üç ilahi dinin inanç amaçlı seyahatlerini, Türkiye’de kutsal saydıkları mekânların tanıtılmasını ve ilahi dinlere inananların bu kutsal mekanları ziyaretleri ve hac inanışları uygulamaları ele alınmaktadır.

1.2.4.1. Yahudilik’te seyahat

Yahudilik dini Hz. Musa (a.s.) ile şekillenmiş ve Hz. Süleyman (a.s.) ile toplumsal hayatta en üst seviyeye taşınmıştır (Kaynak, 2008). Yahudi kişilerin din seyahatleri Hz. İbrahim’le başlayarak, bütün Yahudi peygamberlerin dini anlatmak ve yaymak amaçlı yaptıkları gezilerin tümünü içine almaktadır. Yahudilik Hz. Musa ile şekillenip Hz. Süleyman ile toplumsal yönden insanların hayatında ileri düzeye taşınmıştır (Kaynak ve Sezgin 2008).

Örneğin; Yahudiler, Hz. İbrahim’in Kenan’daki ilk konaklama yeri Şekem’i, kamp kurduğu Beytel/Bethel ve Hebron/Mamre’yi ve zamanının bir bölümünü geçirdiği Berşeba’yı Hz. İbrahim ile kurduğu ilişki kutsal mekânlar olarak kabul etmektedir (Küçük, 2013).

Yahudiler, kutsal toprakların mazeretsiz olarak terk edilmemesi gerektiğini, ancak kutsal kitabı öğrenmek veya öğretmek gibi zarurî hallerde ve geri dönmek şartıyla geçici olarak terk edilebileceğini ifade etmektedirler. Zaten Yahudiliğin Yahudi vatanperverliği ile eşdeğerde tanımlanması da bu düşüncüyü desteklemektedir. Yahudiler için sebep her ne kadar önemli olursa olsun kutsal toprakların dışına uzun süre çıkmak uygun görülmemektedir. Hatta böyle bir anlayış içerisinde olanların, putperest bir eğilim içerisinde olduğuna dikkat çekilmekte ve kutsal topraklara dönüşten kaçınmanın hem kutsal toprakların hem de onun adının kirletilmesi olarak düşünülmektedir. Ayrıca kutsal toprakların merkezi olarak değerlendirilen İsrail, Yahudiler için ‘dünyaya örnek teşkil edecek bir milletin yaratılacağı laboratuvar ortamı’ şeklinde betimlenmektedir. Ancak reformist Yahudiler ‘kutsal toprak’ anlayışını reddetmekte, yaşanan her yerin kutsal olduğunu savunmakta ve Mesih anlayışını kabul etmemektedir. (Küçük,2016)

Yahudilikte hac, temel-farz ibadetleri arasında yer almaktadır. Ancak bu başlıca ibadetin yapılması ile ilgili çeşitli bilgiler bulunmaktadır. Yahudi dininde hac, sıhhatli erişkin erkekleri kapsamakta olup kadın ve çocuklar hac ibadetinden muaf tutulmuştur. Buna rağmen günümüzde kadın ve çocukların da hacca gittikleri bilinmektedir. Ayrıca Çıkış 23:14, 17 Bölümü'ndeki "Yılda üç kez bana bayram yapacaksınız. Size buyurduğum gibi, Aviv/Bahar ayının belirli günlerinde yedi gün mayasız ekmek yiyerek Mayasız Ekmek Bayramı'nı kutlayacaksınız. Çünkü Mısır'dan o ay çıktınız. Kimse huzuruma eli boş çıkmasın. Tarlaya ektiğiniz ürünleri biçtiğinizde ilk ürünlerle Hasat Bayramı'nı kutlayacaksınız. Yılsonunda tarladan ürünlerinizi topladığınızda Ürün Devşirme Bayramı'nı kutlayacaksınız. Bütün erkekleriniz yılda üç kez Egemen Rabbin huzuruna çıkacaklar. Evinizde maya bulunduğu sürece bana kurban kesmeyeceksiniz. Bayramda bana kurban edilen hayvanın yağı sabaha bırakılmamalı. Toprağınızın seçme ilk ürünlerini Tanrınız Rabbin Tapınağı'na getireceksiniz..." ifadelerinde belirtildiği üzere Yahudiler, her sene üç kez Kudüs'te Tanrı Yahve'nin huzuruna çıkmaktadırlar. Bu açıdan bakıldığında İslam'daki hac şartları ve uygulamaları ile Yahudilikteki hac uygulaması arasında bazı benzerlikler gözlemlenmektedir. (Adam, 1989). Yahudilik tarihinde haccın yapıldığı ilk yer, Silo olarak bilinmektedir. Silo'da, her sene Tanrı adına bayramlar kutlanmış, farklı eğlenceler düzenlenerek ve kurbanlar kesilmiştir. Bu uygulamalar Filistiler'in Silo'yu yıkması ile son bulmuştur. (Harman, 1996: 383) Krallık döneminde ise en önemli ziyaret yeri, Ahit Sandığı'nın ve Süleyman Mabedinin bulunduğu Kudüs olmuştur. VIII. Yüzyıl'dan itibaren de Hezekiel'in vasıtasıyla Pesah/Fısıh Bayramı görkemli bir şekilde Kudüs'te kutlanmaya başlanmış ve bu kutlama, mabedin yıkılmasına kadar sürmüştür. Ancak mabedin yıkılmasından sonra mabedden geriye kalan Batı Duvarı, Ağlama Duvarı ziyaret yeri olarak günümüze kadar gelmiştir. Günümüzde Yahudilerin Süleyman mabedinin batı duvarının önünde ağlamaları neticesinde "Ağlama Duvarı" olarak bilinegelen Kudüs'teki duvar, Yahudi hac ibadetinin ana merkezi olarak gösterilmektedir. Yahudiler Batı duvarı veya Ağlama duvarı karşısında 17 Temmuz akşamından 19 Ağustos'a kadar 23 gün boyunca devamlı çeşitli dualarla hac ibadetlerini icra eden Yahudiler, bu duvarın önünde dua ederek Süleyman dönemini yâd etmekte, duvardaki bazı çatlaklara dileklerin yazılı olduğu kağıtlar veya benzeri şeyler sıkıştırılmaktadır. Bunun yanında bazı Yahudiler ise kutsiyetinden dolayı ona dokunmaktan bile çekinmektedirler. Çünkü Yahudi geleneğinde bir Yahudi için

Kudüs'ü ziyaret, Yahudi bireyler için geçmişle bugünün buluşması, tarihin tekrar yaşanması ve hatıraların canlı tutulması anlamını taşımaktadır. Ayrıca ziyaret esnasında yapılması gereken yardımlar ve sadakalar, toplumsal yardımlaşma ve dayanışma nazarında önemli bir fonksiyona sahiptir (Adam, 1989: 28-38; Harman, 1996: 384; Adam, 2002: 36; Gündüz, 27.05.2013)

1.2.4.2. Hristiyanlık'ta seyahat

Hristiyanlık tarihi Hz. İsa'nın doğumu ile başlamaktadır. Aslı bir Yahudi olan Hz. İsa Yahudi toplumu içinde doğmuş ve orada büyümüştür. İlk mesajlarını burada bildirmiştir (Aydın, 2008: 17). Günümüzde Dünya'da yaklaşık 2,2 milyar civarında Hristiyan yaşamaktadır. (Demircan, 2014). Türkiye, Hristiyanlığın ilk dönemlerinde havarilerin ve önemli din adamlarının Anadolu'da yaşam sürmesi ve bu dinin yaygınlaşmasına bu topraklardan başlamaları nedeni ile önemli bir merkez niteliğinde görülmektedir. Hem Museviler, hem de Hristiyanlar, ülkelerinde zulüm ve eziyet gördükleri dönemlerde Anadolu'ya sığınmışlar ve hoşgörü, saygı ve anlayış ile karşılanmışlardır. Bunun bir sonucu olarak; Türkiye'de sadece Hristiyanlığın ilk yıllarında yapılmış olan dini eserler değil, hemen her zaman bu insanların inşa ettiği kiliseler, sinagoglar, mabetler ve tapınaklar bulunmaktadır. Farklı illerde bu dinin mensupları tarafından kutsal kabul edilen çok sayıda mabet görmek mümkündür. İstanbul'da Ayasofya, Trabzon'da Sümela Manastırı, İzmir'de Meryemana Evi, Hatay St. Pierre Kilisesi, Kapadokya Kiliseleri bunlardan sadece birkaç tanesidir (Çavuş, 2012).

Hristiyanlık tarihi Hristiyanlıktaki önemli şahsiyetlerle bağlantılıdır. Pavlus'un misyonerlik gezileri sırasında dolaştığı yerler günümüzde bazı Hristiyanlar tarafından ziyaret yerleridir. Pavlus, Petrus ve Barnaba Hristiyanlığı Antakya'da yaymışlar, M.S. 252-300 yılları arasında Antakya'da on kilise toplantısı yapılmış ve ilk dönemlerde Antakya Kilisesi beş büyük kilise arasında yerini almıştır. Anadolu'daki diğer bir kutsal mekân da Efes'tir. Pavlus bir süre Efes'te kalarak Hristiyanlığı yaymaya çabasında olmuş, havari Yuhanna ise burada yaşamını sürdürmüş ve vefat edince Efes'e defnedilmiştir. Hz. Meryem'in de Yuhanna ile beraber Efes'e gelerek burada yaşamış olduğuna dair rivayetler bulunmaktadır. Efes'te bulunan ve Hz. Meryem'e ait

olduğuna inanılan ev günümüzde Hristiyanlarca bir hac mekânı olarak kabul görmektedir. Hristiyanlar buradaki kutsal sudan içerler ve dua ederler. Antalya / Demre Saint Nicholas'ın (Noel Baba) yaşadığı ve defnedildiğı yer olarak ziyaret edilmektedir. Demre'de IV. yüzyılda Myra (Demre) piskoposu olan Saint Nicholas'ya ait bir kilise bulunmaktadır. Hristiyanlar bu kiliseyi günümüzde hac amaçlı ziyaret etmektedirler (Erbaş,2012). Nevşehir, Aksaray ve Hatay illerinde Hristiyanlarca kutsal sayılan mekanların daha fazla olduğı görülmektedir. Anadolu topraklarının Hristiyanlığın yayılmasında önemli bir rol oynaması ve Anadolu insanının da hoşgörölü bir yapıya sahip olması Hristiyan dinine ait eserlerin inşa edilmesine ve günümüze kadar ulaşmasında önemi büyüktür (Kurnaz, 2013).

Hristiyanlara bir dünya dini kimliğı kazandıran Aziz Pavlus Mersin Tarsusludur. Anadolu'nun çeşitli yerlerini dolaşarak yeni dine mensup olacak kişiler ve dini mabetler kazandırmakta önemli bir rol oynamıştır. Hristiyanlıkta seyahat ilk olarak Paulus'un yönlendirmesi doğrultusunda, Kudüs'ten dünyanın farklı yerlerine dağılarak Hz. İsa'nın öğretilerini yayma çabasına girişmeleri ve kendilerini Tanrının Krallığındaki hac yolcuları olarak görmektedirler (Kaynak, 2008). Özellikle Anadolu toprakları üzerinde Hristiyan dünyası için en temel yerlerden biri olan Vatikan, Papa gibi resmi Hristiyan görevlilerce hac mekanları olarak belirlenmiştir. Suudi Arabistan'ın petrolden sonra en büyük geliri elde ettiğı alan, hac görevi sebebiyle ile gelen Müslümanlar olduğı düşünöldüğünde ise, Türkiye'de özellikle Hristiyan dünyasından önemli gelirler elde edecektir (Güzel, 2010).

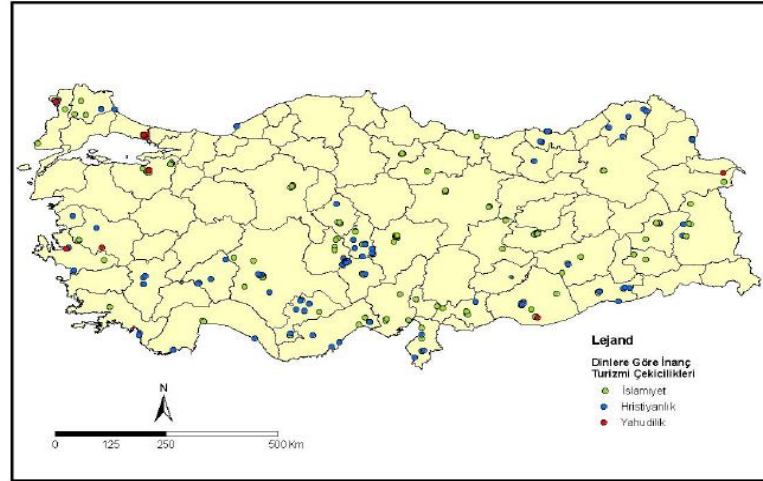
1.2.4.3. İslam'da seyahat

“İslam” terimi türev olarak “seleme” kelimesinden gelmektedir ve “bağlanma” veya “teslim olma” anlamındadır. İslamiyet'e inanan insanlara da “Müslüman” ismi verilmektedir ki bu sözcüğün temeli Arapçadan türemiş olan “Müslim” kelimesine dayanmakta ve “İslam dinini kabul eden” anlamında kullanılmaktadır (Oğuz, 1999: 111'den aktaran Gürel, 2018).

İslam dininde hac farızasının yerine getirilmesi turizme en güzel örnektir (Şahiner, 2012). İslamiyette seyahat temelini hac ibadeti oluşturur. Hac Mekkeye yapılmakta olup, haccedilmeye en layık yerde Beytullah / Kabe'dir. (Al-i İmran 96 - 97). Hac maddi durumu elverişli ve sağlıklı Müslümanların hayatı boyunca en az bir kez yapacağı maddi ve bedeni imkan gerektiren farz olan bir ibadettir. Bütün Müslümanların kıblesi Kabe'yi tavaf ve Hz. Muhammed'in bir deve üzerinde Veda Hutbesini verdiği Arafat'ta Vakfe, Haccın iki önemli unsurudur. Hacda islamın çıktığı ve çeşitli gelişmeler geçirdiği mübarek yerlerdeki bütün İslami hatıralar yaşanmaktadır. (Küçük, Tümer , Küçük, 2017, s:429- 430).

Hac ibadeti her sene düzenlenen tüm İslam dünyasında ciddi yer tutan, itina ile organize edilen bir seyahat geleneğinin oluşmasını sağlamış, hem yolculuk hem de konaklama ile ilgili kurum ve kurallarının gelişmesini sağlayarak, tüm gereksinimlerin giderildiği hizmetler bütününe olduğu bir yapıya kavuşturulmuştur (Şahiner, 2012). Diyanet İşleri Başkanlığı'na çekilen kurada, 2018 yılında Türkiye'den 2 milyon 120 bin 967 hacı adayından 80 bin kişi kutsal topraklara gitmiştir (www.diyaret.gov.tr). TURSAB'ın 2014 raporuna göre 2014 yılı hacca 61,300 kişi, umreye de 400,526 kişi gitmiştir.

Ayrıca, İslam kültüründe ilim, eğitim, ibadet, tarihi ve kültürel konularda araştırma yapmak amaçlı yolculuklarda ciddi yer tutmaktadır. Kuran-ı Kerim'in ilk Ayeti Kerime'nin "Oku" olması ve başka ayetlerle desteklenerek ilmin yüceltilmesi, Müslümanlar açısından eğitim yönlü seyahatlerin önemini artırmaktadır. Bilgi için yola çıkmayan neredeyse hiçbir Müslüman âlim yok denilebilmektedir. Pek çok âlim en önemli eserlerini bu yolculuklar sırasında ortaya koymuştur. Örneğin Gazali, İhya-u Ulumiddin adlı eserini on yıllık seyahati sırasında hazırlamıştır (Şahiner, 2012).



Şekil 1.2. Dinlere göre inanç turizmi çekiciliklerinin illere göre dağılımı. (Okuyucu ve Somuncu, 2013).

Anadolu toprakları İslam dini mensupları için en temel ve en önemli merkezdir. Bin yıldan daha fazla bir süre bu topraklara hakim olan Türk-İslam kültürünün ve altı yüzyıl İslam dininin liderliğini üstlenmiş bir dünya imparatorluğu Osmanlı Devleti'nin gün yüzüne çıkardığı dini eserlerin yanı sıra, şehrin manevi karakterini yüceltmış evliyaların bulunduğu ziyaret yerleri, camiler, yatırlar, türbeler hemen her şehrimizde kutsal yerler olarak bulunmaktadır. Bunun sonucudur ki, İstanbul Topkapı Sarayı'nda "Kutsal Emanetler" dairesi, Eyüp Sultan Camisi, Süleymaniye Camisi, Edirne'de Selimiye camisi ve yeni yapılan, adını büyüklüğüyle duyuran Çamlıca Cami, Konya'da Mevlâna Türbesi yerli ve yabancı turistlerin en çok ziyaret ettikleri yerlerdir (Sargın, 2006). Mübarek ve kutsal olduğuna inanılan ermiş ve evliyalara kabir ve türbelerin ziyaret edilmesi; buralarda dua ve ibadet edilmesi, kurban kesilmesi anlamını taşımaktadır. Bu ermiş, ulu, mübarek olarak adlandırılan zatlar aracılığıyla duaların kabulüne inanılmaktadır. Hatta edilen duaların kabulü için adaklar adanmışsa evliyaya teşekkür için yerine getirilir. Hemen her dinin kültür ve medeniyette olan ziyaret olgusu, dini hayatın bir bölümünde önemli bir yer tutmaktadır. (Kaynak ve Sezgin, 2008).

1.3. Kültür ve İnanç Turizmi Açısından Türkiye

Tasavvuf felsefesi Anadolu geleneğinde çok büyük değeri olan, hoşgörü ve uyuma dayanır. Mevlana Celaleddin Rumi, Yunus Emre, Hacı Bektaşî Veli gibi büyük şair ve

mütefekkirler, çeşitlilikleri bir variyetlilik olarak nitelendirmektedirler. Bu açıdan Anadolu, hoşgörü ve tüm farklılıklara bir arada hakim olan hassas mevcudiyetine büyük katkılar sağlayabilecek bir tarihi mirasa sahiptir (Çetin ve Önger, 2017). Dünyada hiçbir ülkenin sahip olamadığı bir konuma sahip Anadolu, kültür ve inanç turizmi çerçevesinde oldukça zengin bir yapıya sahiptir. İnanç turizm değerleri ile insanları geçmişe, insanlığın ortak değerlerine doğru yolculuğa çıkaran Anadolu, yaratılış kardeşliğinde buluşturan bir ülke konumundadır (Kaynak, 2010). Türkiye tarihinin bilinen en eski dönemlerinden bu yana gerek coğrafi konum gerek tarihi değerler bakımından çeşitli din ve kültürleri barındıran çekim merkezlerinin başında gelmektedir. (Usta, 2005).

Geçmişte dünyanın en büyük uygarlıklarının barındığı Anadolu topraklarında üç semavi din olan İslamiyet, Hristiyanlık ve Musevilik inançları oluşmuş ve gelişmiştir. Bu dinlerin etkileri Anadolu coğrafyasından tüm dünyaya yayılmıştır. Anadolu topraklarında bıraktıkları benzersiz eserler bu üç büyük din mensupları için önemi yanında günümüze kadar korunarak inanç turizmi alanında büyük bir potansiyel oluşturmaktadır. Bu potansiyel ile birlikte, Türkiye'nin tarihi ve kültürel zenginlikleri ve doğa güzellikleri değerlendirilerek sunumunun güzel yapılması halinde dünyanın sayılı merkezlerinden biri olacağı aşikârdır (Kuyucu, 2017).

Tablo 1.1. İnanç Turizmi Raporu

Yıllara Göre Dini Amaçlı Ülkemize Gelen Turist Sayısı

Yıl	Dini Amaçlı Gelen Turist Sayısı
2003	64.548
2004	65.778
2005	112.308
2006	125.503
2007	143.969
2008	99.041
2009	127.815
2010	114.340
2011	106.743
2012	66.401
2013	59.076
2014(Ocak-Haziran)	55.540

(TÜRSAB, 2014)

Türkiye’de “İnanç Turizmi” kapsamında bazı faaliyetlerin gerçekleştirilmesine ilişkin çalışmalar 1995 senesinde başlamış, 1995-1998 yıllarında ise arasında çok sayıda tur operatörü, basın mensubu ve konu ile ilgili uzmanların katılımı ile “İnanç Turizmi” turları düzenlenmiştir. Pamukkale ve Denizli’de düzenlenen “2000’e Doğru İnanç Turizmi” sempozyumları ve Diyanet İşleri Başkanlığının katkıları ile 26.10.2002 tarihinde Kuşadası’nda gerçekleştirilen “I. İnanç Turizmi Günleri Sempozyumu” ve 16-17.04.2004 tarihinde İzmir’de yapılan “II. İnanç Turizmi Günleri Sempozyumu” bu konuyu gündeme taşıyan başlıca faaliyetlerdir (Sargın, 2006). 2006 yılında İstanbul’da III.’sü, ve 2010 yılında IV.’sü düzenlenen ve 2013 yılında Mardin’de 5. Düzenlenmiş olan “İnanç Turizmi Günleri” sempozyumlarıdır (TÜRSAB, 2015). Ek olarak yerel yönetimler ve üniversiteler ve farklı kurum ve kuruluşların düzenledikleri bu tür çalışmalarla konunun tanıtımı amaçlanmaktadır. (Sargın, 2006).

Bu aşamada hemen her yıl Kastamonu Üniversitesi tarafından düzenlenen Şeyh Şaban-ı Veli Sempozyumları ve diğer tarihi kültürel ve ciddi katılımlı diğer

sempozyum ve paneller, Şeyh Şaban-ı Veli Vakfı etkinlikleri il turizmi açısından önemli yer tutmaktadır.

TÜRSAB'ın 2014 yılı İnanç Turizm İstatistiklerine göre ilk 10 sırada Japonya'da bulunan 5 inanç turizmi mekânı bulunmakta olup toplamda yıllık ziyaretçi sayıları 104.5 milyon olduğu belirtilmektedir. Türkiye bu sıralamaya hiçbir tarihi – kültürel mekanıyla girememiştir. Sultanahmet Cami 20. sırada, Ayasofya ise, 29. sırada yer almaktadır. Türkiye'ye inanç turizmi amaçlı gelen ziyaretçi verileri değerlendirildiğinde ise, son yıllarda gelen turist sayılarında görülen azalmayla orantılı olarak inanç turizmi amaçlı gelen turist sayılarında da azalma olduğu görülmektedir. 2016 senesi inanç turizmi verilerine bakıldığında, inanç turizmi amaçlı Türkiye ziyareti yapan turist sayısı 47.329'dur. Son yıllarda gelen turist sayılarında görülen iniş çıkışlar, Türkiye'ye komşu ülkelerde yaşanan siyasi gerilim ve savaşlar nedenlerine bağlanmaktadır. Bu durum da Türkiye'ye gelecek turistleri tedirgin etmekte ve olumsuz yönde etkilemektedir. (Büyüksalvarcı, Şapcılar, Altınışik ve Şimşek, 2017).

Türkiye'de var olan tarihi ve yer altı zenginlikleri, bilhassa Hristiyanlık kalıntıları bulunan yerlerin *açık hava müzesi* olarak görülmesi inanç turizmi açısından çok önem taşımaktadır (Kaya, 1999). İnanç turizmi çerçevesinde analiz edildiğinde hem ekonomik girdi olarak Türkiye'ye ve bulundukları bölgelere ciddi katkı sağlarken, hem de turizmin yılın tamamında sürmesini sağlamış olacaktır (Güzel, 2010).

Türkiye'de Yahudilere ait az sayıda da olsa mabetler bulunmaktadır. Bu mabetlerin en çoğu İstanbul'dadır. Sonra sırası ile İzmir, Edirne, Manisa ve Ankara'da bulunmaktadır. Türkiye'de Yahudi mabetlerinin sayısının az olmasına sebebi, Yahudiliğe ait çok fazla mabedin yapılmamış olması ve zamanla tahrip olması gösterilebilir.

Türkiye yoğun bir Müslüman nüfusa sahip olduğundan Hristiyanlık ve Musevilik dinleri başta olmak üzere, diğer dinler bakımından da önem arz eden bir dini – kültürel mirasa sahiptir. Kültür ve Turizm Bakanlığı web sitesinden alınan bilgilere göre, Türkiye'de inanç turizmi kapsamında kullanılan cami, kilise, sinagog, tapınak, antik

kent vb. değerlerin olduğu 43 il yer almakta ve bu illerdeki dini mekânların tanıtım organizasyonları bir ölçüde devlet desteğiyle düzenlenmektedir.

Anadolu’da inanç turizmi kapsamında üç semavi din açısından değerlendirildiğinde toplamda 316 eserden 167’si İslam, 129’u Hristiyan (7’si Vatikan tarafından hac yeri olarak belirlenmiştir) ve 20’si Musevi dinine aittir (Kanıbir ve Kaşlı, 2007:161). Bu illerde inanç turizmi bakımından ziyaret edilebilecek yerler Tablo 1.2’de yer almaktadır (Yılmaz, Erdiñç, Küçükali, 2013).

Tablo 1.2. Türkiye’de İnanç Turizmi Çerçevesinde Ziyaret Edilebilecek Başlıca Merkezler

İl	Müslümanlık	Hristiyanlık	Yahudilik
Adana	- Yag. Hasanağa, Hoşkadem ve Kurtulağı Camileri - Ulu Cami ve Külliyesi		
Adıyaman		- Nemrut - Arsemita	
Ağrı	İshak Paşa Sarayı Cami		Ağrı Dağı
Aksaray	- Ulu Cami ve Kaya Cami - Eğri Minare - Taptuk Emre Türbesi - Selime Sultan Türbesi	- Aziz Anargiros, Sivişli, Kale Manastırı, Kızıl, Azaçalı, Pürenli Seki, Kokar, Eğritaş, Sümbüllü, Yılanlı, Saint Georges, Bahattin Samanlığı, Direkli, Ala, Karagedik Kiliseleri - Antik Nora Viranşehir - Selime Katedrali	
Amasya	- Gökmedrese Cami - Burmali Minare Cami - Sultan II. Bayezit Külliyesi		
Ankara	Hacı Bayram Cami ve Türbesi, Karacabey Cami ve Arslanhane Cami	Augustus Tapınağı	Samanpazarı Sinagogu
Antalya	Yivli Minare, Kesik Minare ve Kale Cami	Aziz Nicolaus ve Aya Yorgi Kiliseleri	
Artvin		Hamamlı, Barhal, Işhan, Cevizli ve Köprülu Kiliseleri	
Bitlis	- Ulu Cami - Ulu, Hüseyin Timur, Bugatay Aka, Hasan Padişah, Erzen Hatun, Emir Bayındır ve Kesik Kümbetleri		
Bursa	- Ulu, Yeşil, Hacı Özbek, Şeyh Kudbettin ve İznik Yeşil Camileri - Emir Sultan, Orhan ve Hüdavendigar Cami ve Külliyesi - Muradiye ve Yıldırım Bayezit Külliyesi - Yeşil ve Çandarlı Kara Halil İbrahim Paşa Türbeleri	- Ayasofya Müzesi - Senatus (Konstül Sarayı) - Hipogeum	- Geriş Sinagogu - Mayor Sinagogu - Etiş Ahayım Sinagogu

Denizli		- Goncalı Kilisesi - Hierapolis St. Katedrali - St. Philippe Martyrion	
Diyarbakır	Ulu, Behram Paşa, Şeyh Matar ve Safa Camileri	Meryem Ana Kilisesi	
Edirne	- Selimiye, Üç Şerefeli, Eski, Yıldırım, Fatih ve Muradiye Camileri II. Bayezit Cami ve Külliyesi - Sokullu Külliyesi	Sweti George Kilisesi	Yahudi Havrası
Elazığ	- Ulu, Sarahatun, Kurşunlu, Alacalı ve Ağa Camileri - Arap Baba, Fetih Ahmed Baba ve Mansur Baba Türbeleri	Meryem Ana Kilisesi	
Erzurum	- Çifte Minareli ve Ulu Camiler - Yakutiye Medresesi - Üç Kumbetler		
Gaziantep	- Boyacı, Ömeriye ve Ahmet Çelebi Camileri - Yuşa Peygamber, Pir Sefa Hz. ve Ökkeşiye Hz. Türbeleri - Şeyh Fethullah Külliyesi	Rumkale	
Gümüşhane		Santa Kiliseleri	
Hatay	- Ulu, Habib-ün Neccar ve Sultan Süleyman Camileri - Sokullu Mehmet Paşa Külliye	- Aziz Hanna, Markirkos Ortodoks ve St. Pierre Kilise - St. Simon Manastırı	
Isparta		Aya Payana, Aya Yorgi, Aya Stetfanos ve St. Paul Kiliseleri	
İstanbul	Eyüp Sultan, Fatih, Bayezit, Süleymaniye, Ayasofya, Sultan Selim, Haseki, Yeni, Şehzade, Nuruosmaniye, Rüstempaşa, Sokullu Mehmet Paşa, Yeni Valide, Bezm-i Alem Valide Sultan, İlyas Bey, Fethiye, Zeyrek, Küçük Ayasofya ve Eski İmarat Camileri	- Kariye Müzesi - Aya İrini Anıtı	- Neve Şalom Sinagog - İtalyan Sinagogu - Aşkenazi Sinagogu - Zulfaris Sinagogu - Ahrida Sinagogu - Yanbol Sinagogu - Haydarpaşa Hemdet Israel Sinagogu - Etz. Ahayim Sinagog - Karataş Beth Israel Sinagogu
İzmir	- İsa Bey, Hisar, Ulu, - İmam Bırgivi Türbesi ve Medresesi - Darül Hadis Medresesi - Aydınogulları Türbesi	- İzmir Kilisesi - Meryem Ana Evi - St. Jean Bazilikası - Bergama Kilisesi	
Karaman	- Aktekke, Sipas, Yunus Emre, İmarat, Taşkale, Ulu, Meydan Camileri - Yunus Emre Türbesi - Tol Medrese	- Binbir, Kızıl ve Çeşmeli Kiliseleri - Değle Antik Kenti Kiliseleri - Derbe Antik Kenti Kiliseleri - İnoğlesi Kaya Manastırı	
Mersin	- Makam-ı Şerif, Ulu, Cami - Eshab-ı Kehf Mağarası	- St. Paul Kilisesi - St. Paul Kuyusu ve Müzesi - Alahan Manastırı - Meryemlik - Zeus Tapınağı - Cennet Öbrüğü	Danyal Peygamber Kabri
Muğla	Kurşunlu Cami	Aşağı, Yukarı ve Gemiler Adası Kiliseleri	
Neveşehir	- Damat İbrahim Paşa Külliyesi - Hacı Bektaş Veli Dergahı - Hacı Bektaş Veli Türbesi	- Tokali, Elmalı, Çavuşin, Yılanlı, Çarıklı, Durmuş Kadir, El-Nazar, Saklı, Kılıçlar, Meryem Ana, Tatlarin, Tağar, Aziz Jean, Ortodoks ve Karanlık Kiliseleri - Rahipler ve Rahibeler Manastırları - St. Basil, Aziz Barbara ve Azize Catherine Şapelileri	
Niğde	- Aladdin Cami - Hüdavend Hatun, Gündoğdu ve Sunfur Bey Türbeleri	Gümüşler Manastırı	
Ordu	Antik İbrahim Paşa Cami		
Osmaniye	Ala ve Ağcabey Camileri		
Siirt	- Veysel Karani Türbesi - İbrahim Hakkı Türbesi		
Sivas	- Ulu, Kale ve Divriği Ulu Cami - Gök, Çifte Minareli		
Şanlıurfa	- Ulu, Eski Ömeriye, Hahı-ür Rahman ve Razvaniye Camileri - Hz. İbrahim Mağarası - Balıkli Göl - Hz. Eyyüp Peygamber ve Kabri	- Suayb Şehri - Der-Yakup Kilisesi - Deyr-i Mesih	Harran
Tokat	Meydan Cami		
Trabzon	Büyük İmarat, Fatih, Çarşı ve İskender Paşa Camileri	- Sümela ve Vazelon Manastır - Ayasofya, Santa Maria ve St. Anna Kiliseleri	
Van	- Kaya Çelebi Cami - Celme Hatun ve Aliyar Kumbetleri	Akdamar ve Çarpanak Kiliseleri	
Zonguldak		Cehennemazı Mağaraları	

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü,
<http://www.ktyatirimisiletme.gov.tr/TR,9952/inanc-turizmi.html>, adresinden elde edilen bilgiler
doğrultusunda yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

1.4. Kültür ve İnanç Turizmi Açısından Kastamonu

1.4.1. Kastamonu İli ve  zellikleri

Kastamonu coğrafi yapı bakımından dağlık ve ormanlık bir araziye sahiptir. Dolayısıyla sahil ve i  kesimler arasında ulaşım zorluğu olduğu görülmektedir (Dilek, 2018). Karadeniz bölgesinde yer alan Kastamonu, 41 22'35" Kuzey, 33 46'35 Doğu koordinatlarında olup  ankırı, Karabük, Bartın, Sinop ve  orum illeri sınır komşusudur. Kastamonu, kuzey kısmında Karadeniz kıyısına dik olarak uzanan Küre (İsfendiyar) Dağları ile güney kısmında Ilgaz Dağı ve bunlar arasında kalan dalgalı düzlüklerden meydana gelmektedir. şehrin güneyinde Köroğlu Dağlarının uzantısı Kastamonu'yu engebeli hale getirmektedir. Küre Dağları ise kıyı ve i  kesimleri birbirinden ayırmaktadır (Bayrakdar, 2018).

Kastamonu'da, kuzey bölümünde Karadeniz, güney bölümünde ise Karasal iklim arasında kalan bir geçiş iklimi bulunmaktadır. Merkez ilçenin yıllık sıcaklık ortalaması 9,7 C'dir. En soğuk olan aylar ocak ve şubat, en sıcak olan aylar ise temmuz ve ağustos ayıdır. Kastamonu'da yağış aylara düzenli biçimde dağılmaktadır. Kış döneminde yağışlar yıllık yağışın %18'ini, yaz yağışları ise %27'sini meydana getirmektedir. Yağışlar büyük çoğunlukla bahar aylarında yağmaktadır (İbret, Aydın z  ve Uğurlu, 2015).

Kastamonu ilinin zengin bir bitki örtüsüne sahiptir. Küre ve Ilgaz milli parkları Türkiye'nin g r ormanlık sahalarındadır. Bu ormanlar başta kayın olmak üzere karaçam, sarıçam, göknar, karaağaç, akçaağaç ve kestane gibi ağaç türlerini içinde barındırmaktadır. İlin %58,5'i ormanlarla kaplıdır. Kastamonu ili tarihi ipek yolunun kavşak noktasında bulunmaktadır. 2012 yılında açılan havaalanı ulaşımı geliştirmiştir. şehrin güneyindeki Ilgaz dağının i  kesimlerle ulaşımı zorlaşmasıyla ihtiyaç duyulan tünelin yapımının tamamlanmasının ardından ulaşım rahatlamıştır. Deniz kıyısı ilçelerinden İnebolu uluslararası, Cide, Abana, Çatalzeytin ilçelerinde de k  k tonajlı gemilerin y k sevkiyatı yapabilecekleri limanlarında donanım hizmet desteği verebilmektedir (İbret, Aydın z  ve Uğurlu, 2015).

Kastamonu'da 1990 yılında idari bölünüş gerçekleştirilmiştir. Buna göre; Merkez ilçe, Abana, Ağlı, Araç, Azdavay, Bozkurt, Cide, Çatalzeytin, Daday, Devrekâni, Doğanyurt, Hanönü, İhsangazi, İnebolu, Küre, Pınarbaşı, Seydiler, Şenpazar, Taşköprü ve Tosya olmak üzere 20 ilçeden oluşmaktadır (Kastamonu Valiliği, 2018).

Türkiye Selçukluları ve Danişmentliler zamanında Kastamonu'nun fethi, XI-XIII. yüzyılları içinde gerçekleştirilmiştir (Yakupoğlu, 2009, s. 15). Kastamonu'nun net olarak Osmanlı hakimiyetinde yer alması Fatih Sultan Mehmed'in Amasra'yı fethetmesiyle başlamaktadır. Kuzey Anadolu operasyonu sırasında 1460-61 yılları arasında Kastamonu ve Sinop'un ele geçirilmesiyle bu bölge bir sancak haline gelmiştir (Kankal, 2004, s. 3).

1.4.1.2. Tarihi

Kastamonu'nun tarihi, Hitit İmparatorluğundan başlar. Frigya ve Lidya Krallıklarının egemenleştiği bu topraklar M.Ö. IV.yy'da Persler tarafından fethedilmiştir. M.Ö. IV. yy'da Büyük İskender Anadolu ile beraber Kastamonu toprakları Makedonya'ya katılmış ve sonrasında İskender'in yöreyi ele geçirmiştir. Kastamonu uzun yıllar Roma İmparatorluğu sınırlarında kalmış ve M.S. 395'te İmparatorluğun dağılmasıyla Bizans İmparatorluğuna geçmiştir (Kastamonu İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2018).

Kastamonu eski dönemlerde Hititler, Frigler, Kimmerler, Lidyalılar ve Persler gibi çeşitli toplulukların elindeyken, M.S. 330'lu yıllara kadar Roma İmparatorluğu egemenliğinde bulunmuştur. Sonrasında Doğu Roma (Bizans) İmparatorluğu hakimiyetine girmiş ve M.S. 626'da ise bir süre Sasaniler'in egemenliğinde bulunmuştur (Yakupoğlu, 2009, s. 16).

Prehistorik çağların ardından bölgenin (Paflagonya'nın) bilinen en eski kolu Gaslar (Gaşka Türkleri)'dir. M.Ö. 2000-1300 yılları arasında bulunan Gaslar (Gaşkalar) devamlı olarak Mısırlıların, Suriyelilerin ve Kaldelilerin siyasi, ticari ve kültürel ilişkileri bulunmuştur (Kastamonu İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2018). XI. Yüzyılın sonlarında Anadolu'nun büyük bir bölümüyle birlikte Kastamonu da Türklerin eline geçmiştir. Zaman zaman Türklerle Bizanslılar arasında el değiştiren kent XII. Yüzyılda tamamıyla Türklerin eline geçmiştir (Sağdıç, 2001). Kastamonu'nun

Türklerin eline ilk defa geçmesi 1105 yılında Danişmentliler döneminde Ahmet Gazi'nin Oğlu Gümüş Tekin zamanında meydana gelmiştir. Yüz yıla yakın bir zaman Danişment yönetiminde olan şehir 15 yıl süre ile yeniden Bizanslılara geçmiştir. 1213 yılında Anadolu Selçuklu Sultanı Alaaddin Keykubat'ın talimatıyla Selçuklu Kumandanı Hüsamettin Çobanbey tarafından kuşatılmıştır. Moğollar tarafından yörenin ikinci sefer kuşatılması amacıyla görevlendirilen Şemsettin Yaman Candar yönetimindeki ordu 1292 yılında Kastamonu'da Muzafferettin Yavlak Arslan birliğini yenmiş ancak kendisi de öldürülmüştür. Şemsettin Yaman Candar'ın ölümünün ardından Süleyman Paşa komutasında 1309 yılında Kastamonu tekrar kuşatılmış, toprakları genişletilerek Candaroğulları Beyliği'ni kurmuş ve Çobanlar egemenliğine son verilmiştir (Kastamonu İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2018). Candaroğulları Beyliği döneminde bölgede önemli kültür ve imar faaliyetleri olmuş, bilim ve sanat adamları desteklenmiş ve çeşitli alanlarda kitaplar yazılmıştır. Bu dönemde yapılan önemli kervansaraylar, kervansarayların etrafına yapılan hanlar bugünkü ticari merkezin temellerini atmıştır (Sağdıç, 2001). Kastamonu Beyliği 1460 yılında Osmanlı yönetimine girinceye kadar önemli bir ilim ve kültür merkezi haline gelmiş, birçok ilim adamı yetiştirmiş, Osmanlılar döneminde de bu halini sürdürmüştür. Kastamonu, Fatih Sultan Mehmet'in 1460'ta Sinop ili ile bu şehri alarak Candaroğulları Beyliğini ortadan kaldırmasının ardından Osmanlı Devleti'ne katılmış, Ankara'ya İnebolu-Kastamonu aracılığıyla yiyecek, silah, cephane, para ve giyecek aktarımı yapmıştır. Cumhuriyetin ilanının ardından Mustafa Kemal Atatürk'ün "23-31 Ağustos 1925" tarihleri arasında Kastamonu'da meydana getirdiği Kıyafet ve Şapka İnkılabı, Cumhuriyet dönemi için önemli bir olay olarak tarih sayfalarında yerini almıştır. Bu zaman dilimi "Kültür, Tarih ve Sanat Haftası" adıyla anılmaktadır (Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018). Bununla birlikte Türkiye'de ilk ve tek olarak meclis tarafından 9 Nisan 1924 tarihinde İnebolu ilçemiz Mavnacılar Loncasına verilmiş olan Beyaz Şeritli İstiklal Madalyası ve Vesikası da Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin Kastamonu'ya vermiş olduğu yüksek değerlerden diğeridir (Kastamonu Valiliği, 2017).

1.4.1.3. Sosyo-ekonomik yapısı

Kastamonu'nun sosyoekonomik yapısı incelendiğinde Kastamonu nüfusu 2017 yılında yaklaşık 372 bin kişidir. Kastamonu nüfusunun il ve ilçe merkezlerinde yaşayan kişi oranı yaklaşık %61 iken köylerde yaşayan kişi oranı %39'dur. Bu oran ele alındığında Kastamonu'nun şehirleşme oranının en düşük illerden biri olduğu görülmüştür. Bununla birlikte köylerden gelen göçlerin şehirleşme oranını arttırdığı bilinmektedir. Büyük şehirlere göç eden nüfusa bakıldığında ise emekli olduktan sonra memleketlerine geri döndükleri görülmektedir (Dilek, 2018). Ekonomisi tarım ve hayvancılık ağırlıkta olup, orman ürünleri sanayisinin bulunması da il için önemlidir (Yakupoglu, 2009, s. 16). Kastamonu daha çok dağlık bir coğrafyaya sahip olduğu için ekim alanlarının kısıtlı olduğu bilinmektedir. Dolayısıyla hayvancılık, tarıma nazaran daha fazla ön plandadır. Bununla birlikte akarsu vadilerinde ekim yapılan Taşköprü sarımsağı, Tosya pirinci, siyez bulguru, üryani eriği gibi tarım ürünleri Türkiye ve Dünya'da tanınmaktadır. Kastamonu, ulaşım bakımından incelendiğinde olanaklarının geliştirildiği görülmektedir. Kastamonu Ilgaz 15 Temmuz İstiklal Tüneli ve havaalanı, ulaşımı kolaylaştırmış ve turizm faaliyetlerine olumlu katkı sağlamıştır. Turizm faaliyetleri açısından Kastamonu'da yer alan turistik alanların il ekonomisine önemli etkileri bulunmaktadır. Sosyoekonomik yapı eğitim açısından incelendiğinde 2006 yılında kurulan Kastamonu Üniversitesi'nin verdiği eğitim öğretimin yanı sıra kongreler, konferanslar gibi toplumsal etkinliklerin sayısının artışı ile il ekonomisine, toplumsal ve kültürel alanda önemli katkılar sağlamaktadır (Dilek, 2018).

Kastamonu, doğal ve kültürel değerleriyle oldukça zengin bir yerleşim alanıdır. Küre dağları, bir milyon yıllık Ilgarini Mağarası, dünya çapında ünlü Valla Kanyonu, Ilgaz Dağı, kaya mezarları, Osmanlı-Türk sivil mimarisi tarihi konakları, Selçuklu ve Osmanlı dönemi tarihi ve mimari özellikleri olan diğer değerleri ile turizm potansiyeli büyük olan bir yerdir. Özellikle Ilgaz Dağındaki turistik yatırımlarla birlikte 2000'li yılların basından itibaren bölgeye yönelik turizm hareketlerinde ciddi bir artış olmuştur. Bu artış ilin sahip olduğu diğer alternatif turizm çeşitlerine de yarar sağlamaktadır. (Gürbüz, 2005)

1.4.2. Kastamonu ili inanç turizm değerleri ve turizm varlıkları

Tablo 1.3. Kastamonu İl Merkezinde Bulunan Cami, Mescid ve Külliye

CAMİ VE MESCİTLER			KÜLLİYELER	
Selçuklu ve Çobanoğulları (Atabeyler) Dönemi	Candaroglu Dönemi	Osmanlı Dönemi	Selçuklu ve Candaroglu Dönemi	Osmanlı Dönemi
Akçasu Camii Atabey Gazi Camii Şeyh Ahmet Camii Yılanlı Camii	Adil Bey Camii Deveci Sultan Camii Hamza Ağa Camii Halil Bey Camii Honsalar Camii İbn-i Neccar Camii İbrahim Bey Camii İsfendiyar Bey Camii İsmail Bey Camii Mahmut Bey Camii Musa Fakih Camii Saray Camii	Abdülcebbar Camii, Abdürrezzak Camii, Ahmet dede Camii, Alacamescid Camii, Alpaslan Camii, Aycılar Camii, Baha Efendi Camii, Cebrail Camii, Cebrail Camii, Çay Camii, Çevkani Camii, Ferhat Paşa Camii, Hacı Dede Camii, Halife Sultan Camii, Hasan Çelebi Camii, Hasan Efendi Camii, Hepkebirler Camii, Kazancılar Camii, Kubbeli Mescidi, Küpciğiz Camii, Molla Said Camii, Nasrullah Camii, Korkoroğlu Mescidi, Rüstem Paşa Camii, Safalan Camii, Saraçlar Camii, Saray Camii, Server Camii, Sinan Bey Camii, Şeyh Şaban-ı Veli Camii, Tabaklar Camii, Topçuoğlu Camii, Yakupağa Camii	Yılanlı Külliyesi, İsmail Bey Külliyesi,	Nasrullah Külliyesi, Şeyh Şaban-ı Veli Külliyesi, Yakup Ağa Külliyesi,

Kaynak: (Çifçi, Behçet, Yakupoğlu ve Zengin, İl Turizm Envanteri'den aktaran İbret, Aydınöz ve Uğurlu, 2015).

1.4.2.1. Cami ve mescidler

Kastamonu Türkler için Anadolu'da ilk yerleşkelerden biridir. Bu sebeple toplumsal ve dini gereksinimler oluşturmuş ve bu gereksinimler doğrultusunda bazı eserler inşa edilmiştir. Bu yapıların zaman içerisinde çoğalmış ve şehrin değişik yerlerinde başta külliye, cami ve mescitler olmak üzere artış göstermiştir (İbret, Aydınöz ve Uğurlu, 2015).

Selçuklu ve Çobanoğulları (Atabeyler) dönemi eserleri

Şeyh Ahmet Cami, Yılanlı Cami, Atabey Gazi Cami, Akçasu Cami, Deveci Sultan Cami, Honsalar Cami, Hamza Ağa Cami, İsmail Bey Cami, Karanlık Evliya Mescidi, Küpciğiz (Güzelce Mestan Efendi) Mescidi (Gürel Bayraktar, 2018).

Candaroğulları Dönemi eserleri

Adil Bey Cami, Hamzağa, Halil Bey, Honsalar, İbn-i Neccar (Eligüzel), İbrahim Bey (Aktekke), İsfendiyar Bey Cami, Mahmutbey (Kasaba Köyü), Musa Fakih (Zihnizade) Cami, Saray Cami (Kasaba Köyü) (Gürel Bayrakdar, 2018).

Hem beylikler hem Osmanlı dönemlerine ait yapılan camiler, mescidler, türbeler, medreseler, hanlar, hamamlar, imaretler, çeşmeler ve köprüler oluşturmaktadır. Vilayet salnamelerinde; XIX. yüzyılın sonlarına doğru Kastamonu kentinde 63 cami ve mescid, 15 hamam, 16 medrese, 2 imaret, 30 türbe, 1 tekke, 112 çeşme... olduğu biliniyor. Günümüzde bütün bu eserlerden pek azı ayakta olup, hali hazırda bulunanların da bakımsızlık ve ilgisizlik nedeniyle çökmeye yüz tutmuştur (Avcı, 1990).

1.4.2.1.1. Mahmut Bey Cami

İl merkezine 18 km. uzaklıktaki cami 1366 yılında Candaroğulları Döneminde, Hükümdar Emir Mahmut Bey tarafından yapılmıştır. Eskiden Ilısu Kasabası olan bu yerde Candaroğlu Başkumandanı Mahmut Bey'in sarayı ve karargâhının var olduğu ve İstanbul'un fethinde Osmanlı ordusuna destek için gönderilen birliklerin burada yetişmiş olduğu bilinmektedir (Serin, 2018).

Kültür ve Turizm Bakanlığınca Mahmutbey Cami'nin "UNESCO Dünya Miras Geçici Listesi"ne alınması için yapılan başvuru ile 15.04.2014 yılında cami bu listeye girmiştir. Yapının bilinen onarım ve tamiratları 1852, 1945, 1962, 1985, 1987 yıllarında yapılarak korunmuştur. En son 2007-2008 yılında aslına uygun başarılı bir restorasyon geçirmiş ve hiç ibadete kapatılmamıştır. Köy tüzel kişiliğine ait iken 2005 yılında vakıfların mülkiyetine geçmiştir (Serin, 2018).

Cami bindirme tekniği kullanılarak çivi kullanılmadan yapılan tek cami olma özelliğini taşır. Kalem işçiliği açısından hem Kastamonu hem de Türkiye için önemli bir yere sahiptir. Yapının kapı kanatları ilk yapım, orijinal hali değildir. Kapı 1997 yılında çalınmış bir ay sonra Manisa'da bir okulun bahçesinde bulunmuş ve Etnografya (Liva Paşa Konağı) Müzesi'nde sergilenmektedir Kastamonu Valiliği,

2018). Çalınan kapı kanatlarının yerine imitasyonu yapıpı takılmıştır. Yapının kuzeyinde bir şadırvan, konuk evi ve tuvaletler çevre düzenlemesiyle birlikte 2002 yılında Kastamonu Valiliği tarafından yapılmıştır (Serin, 2018).

Cami kitabesi dört satırdan oluşan Selçuki nesnidir. Anlamı ise : “Mescitler şüphesiz Allah’ındır, öyleyse oralarda Allah’a yalvarırken başkasını katmayın” Bu mübarek ve kutsal mescidin yapılması, merhum Adil Bey’in oğlu büyük Emir Mahmud “Allah makamını hoşnut etsin” emretti. (Bu kitabe yazarı) Onu, yedi yüz altmış sekiz senesinin mübarek Ramazan ayında yazdı (Serin, 2018).

1.4.2.1.2. Atabey Gazi (Kırk Odalı) Cami

Kastamonu’nun en eski camisi olan Atabey Gazi cami Atabey Muzaffereddin Yavlak Aslan Bey tarafından 13. yy’ın ikinci yarısında 1273 yılında yaptırılmıştır (T.C. Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018). İl merkezinde Atabey Mahallesi Kefeli sokağındadır. Cami kesme ve moloz taş karışık olarak yapılmıştır. 40 direğin üstüne oturtulan ahşap bir tavanı vardır. Bu nedenle halk arasında "Kırk Direkli Camii" de denilir (T.C. Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018).

Kapı üzeri kesme taştan bir kemer ile çevrilidir. Kemerin üzerinde yapım kitabesinde: “Ancak Allah’a ve ahiret gününe inanıp namaz kılanlar ve zekat verenler Allah’ın mescitlerini imar ederler. Onlar doğru yola gidenler olduğu için Allah’tan başka kimseden korkmazlar. Peygamber Aleyhisselam buyurdu ki; Bir kimse Allah rızası için kuş yuvası kadar bir mescit yaparsa, Allah’ü Tealâ o kimse için cennette köşkler yapar.” Anlamını taşıyan kabartma Selçuki neshi bir yazı bulunmaktadır (Serin, 2018).

Rivayete göre, Kastamonu kalesinin Bizanslılardan cuma günü alındığı ve ilk Cuma namazının burada kılındığı düşünülmektedir. Bu tür camiler Türk İslam geleneğinde "Fetih Cami" adıyla anılmaktadır. Selçuklu Atabeyi Emir Hüsamettin Çoban Bey’in 1273 yılında Bizanslılardan fethettiği Kastamonu’da ilk cuma namazında hutbeyi kılıcıyla okuduğu menkıbe olarak söylenmektedir. Günümüzde Cuma ve Bayram namazı hutbelerinin Kılıçla verilmesi geleneği sürdürülmektedir. 1800, 1871, 2009 yıllarında tadilat yapılarak onarımı sağlanmıştır (T.C. Kastamonu İl Kültür ve Turizm

Müdürlüğü, 2018). Ayrıca caminin bahçesinde Atabey Gazi Türbesi, giriş kapısının karşısında Maden Dede Türbesi ve Atabey Çeşmesi vardır (Serin, 2018).

1.4.2.2. Külliye

1.4.2.2.1 Yılanlı Külliyesi

Bilinen yapım tarihi M.1272 olan Yılanlı Külliyesi, merkezde Hepkebirler sokağındadır. Moloz ve kesme taş, ahşap, demirden inşa edilmiştir. Darü’ş-şifa, cami, imaret, şadırvan, türbe ve kütüphaneden oluşmaktadır. Bina 1837 yılında çıkan yangında yanmış ve ikinci Mahmut tarafından tamir edilmiştir. Bu yangından ağır hasarla çıkan külliye günümüze Dârü’ş-şifa’nın (mâristan veya bimâristan) giriş kapısının kemeri ulaşmıştır (Serin, 2018). Kapı üzerinde Yılanlı Cami kitabesi bulunmaktadır. Serin’e (2018) göre Kitabenin anlamı:

- 1- Peygamber (s.a.v) buyurdu: “Ey Allah’ın kulları; Tedavi olunuz.
- 2- Muhakkak ki Allah’ü Teâlâ bütün hastalıklar için devâ yaratmıştır. Ölüm müstesna.
- 3- Bu mübarek maristan (şifahane) ve imaretin yapılmasını Allah’ın rahmetine ve mağfiretine herkesten çok muhtaç olan Ali bin Süleyman bin Ali emretti.
- 4- Allah onun hayırlarını kabul etsin, günahlarını bağışlasın. Hayır kazanmak için vakfetti.
- 5- Allah’a hamd ederek ve O’nun nebisine salavat getirerek 672 senesinin aylarında (yaptırıldı)”.

Külliye 1982 yılında hayırseverler tarafından tamir edilmiş; en son 2009 yılında Vakıflar Bölge Müdürlüğünce restore edilmiştir (Serin, 2018).

1.4.2.2.2. Nasrullah Kadı Külliyesi

Şehir merkezi beş yüz yıllık zaman içinde şekillenen Kastamonu, Nasrullah Kadı Cami çevresinde kurulmuş ve şehrin ulu camisi olma özelliğinden dolayı çevresine yapılan dükkânlar, medreseler, hanlar, çeşmeler, köprüler ile şehrin kültürel ve ekonomik açıdan da merkezi olmuş ve kalkınmaya yarar sağlamıştır. Ayrıca şehrin beş yüzyıllık

zaman süresinde fiziksel gelişiminin gözlemlenmesi açısından en uygun meydan Nasrullah Kadı Cami ve çevresidir (Arslanoğlu, 2011).

Cami, il merkezinin tam ortasında aynı isimle anılan meydanda, şehrin adıyla bütünleşmiş, sembol haline gelmiş bir yapıdır. Cami, meydanı, şadırvanı, köprüsü ve daha sonra eklenen medresesi ile birlikte bir külliye görünümünü almıştır. 1506 yılında külliye camisi kesme taştan inşa edilen altı kubbeli cami, şadırvan ve köprüyü Nasrullah Kadı yaptırmıştır. Ardından cami genişletilmiştir ve kubbe sayısı dokuzaya yükseltilmiştir. 1746 yılında Reis-ül Küttap Hacı Mustafa Efendi caminin kible yönüne Münire Medresesi ve bir kütüphane eklenerek külliye genişletilmiştir. Medrese 23 odadan ve her odada 10-12 öğrenciyi barındıracak şekilde inşa edilmiş olup günümüzde el sanatları çarşısı adıyla hizmet vermektedir. Nasrullah Camii, Milli Mücadele’de önemli bir yere sahip olması nedeniyle milli şairimiz, Mehmet Akif Ersoy, Kurtuluş Savaşı’nı desteklemek için bu camide vaaz vermiştir. Diğer bir önemli nokta ise İstiklal Marşının mecliste kabul görmeden önce ilk defa bu camide okunmasıdır (Çifci, 2006, s. 8-24).

1.4.2.2.3. Yakup Ağa Külliyesi

Külliyenin Yakup Ağa (Kanuni Sultan Süleyman’ın hazine reisi) tarafından 1547 senesinde inşa edilmiştir. Osmanlı mimarisinin değerli bir yapıtı olan cami, medrese, sıbyan mektebi, imaret mutfağı ve misafirhaneden meydana gelmektedir. (Kankal, 2004, 337).

Caminin kapısında ahşap ve sedef işçiliği ile yapılmıştır. Oyma sanatının en kıymetli biri olduğu kabul edilmektedir. Kapı kanatlarındaki panolarda; “Bu Cami’nin kapısı her zaman sevinçle açılsın.” ve “Ben Allah’ın birliğine şahadet ederim.” yazıları bulunmaktadır. Yeri tepede konumlu olması sayesinde şehri hakim külliye 2007 senesine kadar camisi dışında yıkıntı bir durumdaydı, yapılan yenileme çalışmalarıyla canlandırılmış ve günümüzde de turizme hizmet vermek amaçlı kullanılmaktadır (T.C. Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018).

1.4.2.2.4. Hz. Pir Şeyh Şa'bân-ı Veli (Şucaüddin, Hz.Pir) Cami ve Külliyesi

Halveti tarikatının Şabaniyye kolunun kurucusu olan Şeyh Şaban-ı Veli (1471-1569) Kastamonu/Hanönü'nde dünyaya gelmiştir. İstanbul'da eğitimini bitirdikten sonra “icazetname” aldıktan sonra Kastamonu'ya geri dönerken, Bolu'da yaşayan Şeyh Hayrettin Tokadi'yi ziyaret etmiş ve 12 sene yanında kalmıştır. Ardından Kastamonu'ya dönmüş ve vefatına kadar irşad görevi yapmıştır. Şeyh Şabân-ı Velî, 4 Mayıs 1569 Çarşamba günü vefat etmiş ve tekkesinin bahçesine defnedilmiştir (Tatcı, 2012, s. 3-16'dan aktaran Küçükbasmacı, 2000). Külliye'nin kitabesinde yazılı olan “Mevlâna ve Hacı Bektaş-ı Veli ile birlikte Anadolu'nun üç sancağından biri” nitelemesi Şeyh Şaban-ı Veli'nin değerini belirtmektedir (Behçet, 1998, s. 105; Zengin, 2002, s. 71-73).

Kastamonu ilinin en önemli ve en çok ziyaretçi potansiyeline sahip inanç turizmi merkezidir. Külliye Seyyid Sünneti Efendi tarafından kurulmaya başlanmış, 1611 yılında tamamlanmış, Abdülaziz ve II. Abdülhamid dönemlerinde önemli tamirler yapılmıştır. Günümüzde Hisarardı mahallesinde yer almakta ve cami, türbe, şadırvan, asa suyu, kütüphane ve dergâh evlerinden meydana gelmektedir (Elmacı, 2017).

Cami kesme ve moloz taş, taban ve tavanında ahşap kullanılarak inşa edilmiştir. Caminin en dikkat çekici özelliği külliye'nin halveti dergahı olması nedeniyle arka kısımda yer alan halvet odaları bulunmaktadır (İbret, Aydınöz ve Uğurlu, 2015). Türbe kesme taşla, kare planlı ve tek kubbeli şekliyle yapılmıştır, içinde 16 ahşap sanduka bulunmakta olup, bunlardan ortadaki büyük olan Şeyh Şaban-ı Veli'ye aittir (Çifci, 2006, s. 27-34).

2007 tarihinde külliye içerisinde bulunan Şeyh Şabanı Veli Vakıf Müzesi hizmete açılmış, külliye içindeki kaynaklar Vakıflar Genel Müdürlüğü tarafından restorasyonu yapılmış ve 2009 yılında peyzaj düzenlemesi yapılmıştır. Konağın odalarında Şeyh Şaban-ı Veli'ye ait kişisel eşyalar ile Halveti Tarikatının hat eserleri, Kuran-ı Kerim, Kastamonu kandilleri ve Anadolu'nun değişik bölgelerinden gelen halı ve kilimler sergilenmektedir (Demirci, 2011).

Şeyh Şabân-ı Velî Külliyesinin içinde bir de asa suyunun aktığı çeşme bulunmaktadır. Bu asa suyu şifalı olduğuna inanılan suların başında gelmektedir. Su çok yumuşaktır ve tadından dolayı zemzeme benzetilmekte adı “Âb-ı zemzem”dir ancak halk ağzında bu isim değişerek “ebizemzem” olmuştur. Bu suyun tüm hastalıklara şifa olduğu düşünülerek türbeyi ziyarete gelenler tarafından içilmekte ve yanlarında getirdikleri kapları asa suyuyla doldurmaktadırlar. Türbe ile aynı tarihlerde yapılan bir de kütüphane bulunmaktadır. Günümüzde alt katı ibadethane, üst katı ise dernek odası olarak kullanılmaktadır (Küçükbasmacı, 2017).

Avluda bulunan şadırvanın, Fatma Hanım tarafından 1318 / 1900 yılında yaptırılmıştır. Külliye içerisinde bulunan selamlık binası Vakıflar Genel Müdürlüğünce onararak Şeyh Şaban-ı Veli Vakıf Müzesi' olarak ziyarete açılmıştır. Bu müzede Şeyh Şa'bân-ı Veli'ye ait özel eşyaların yanında pek çok kıymetli materyalde sergilenmektedir. Şeyh Şa'bân-ı Veli türbesi ve müzesi, Konya'daki Mevlana müzesi gibi ulusal ve uluslararası alanda ziyaretçi çekmeye aday olduğu görülmektedir. Mevlana, hoşgörüsü içerisinde nasıl “*Gel, gel, ne olursan ol yine gel, İster kâfir, ister mecusi, ister puta tapan ol yine gel, Bizim dergâhımız, ümitsizlik dergahı değildir, Yüz kere tövbeni bozmuş olsan da yine gel.*” Diyerek nesilden nesile süregelen bir sesle âşıkları davet ettiği gibi Şeyh Şa'bân-ı Veli'de “*Âşıkânın Kâ'be'sidir bu makam. Kim ki nakıs gelse bunda olur tamâm*” diyerek kendi asrında çağları aşan aynı sesle bu geleneği devam ettirmektedir (İbret, Uğurlu ve Gümüş, 2012).

Bu yüce zat; Hz. Mevlana, Hacı Bektaşî Veli, Hacı Bayramî Veli ve diğer beşer fedaileri gibi medeniyet coğrafyamızda birlik, dirlik ve huzurun artmasına sebep olmuş; millet halinde kökleşmemiz için ahlaki, insani ve medeni değerleri geliştirme yönünde çaba sarf etmiştir. Bu değerli şahsiyetlerin gelecek kuşaklarca bilinmesi ve tanınması, fikir ve felsefelerinin yaşatılması, hizmetlerinde sürdürülebilmesi için insanlar birbirleriyle yarışmışlardır. Bu yarışın Hz. Pir emanetiyle ilgili kısmında görev yapan gönüllü kuruluşlar, Kastamonu gönül neferleri; Şeyh Şaban-ı Veli ve Musa Fakih Camileri Onarma Derneği, Şeyh Şaban-ı Veli Derneği ve Şeyh Şaban-ı Veli Kültür Vakfı'dır. Bu gönüllü kuruluşlar birbirlerinin devamı niteliğinde varlıklarını sürdürmektedir. (Avcı, 2019)

1.4.2.2.5. Benli Sultan Külliyesi

Sultan Külliyesi Kastamonu'ya 27 km uzaklıkta ve Ilgaz Dağı'nın kuzeyinde Ahlat köyündedir. Külliye; türbe, cami, mutfak ve misafirhane mevcuttur. Sonradan bazı onarımlar yapıp yeni bölümler ilave edilmiştir. Benli Sultan'ın hayatını anlatan kaynaklar oldukça azdır. Adı Bayramî Şeyhi Mehmed Muhiddin Efendi'dir. Yanağındaki büyükçe olan benden dolayı bu lakabı almıştır. Türbenin içinde kendi sandukasıyla birlikte on tane sanduka mevcuttur. (Demirci, 1962; Çifci, 2000).

Halk arasında Benli Sultan'ın asasını yere vurması ile kaynamaya başlayan suya da "asa suyu" denilmektedir. 2000'li yıllarda bu suyun üzerine yapılmış bir çeşme ve yıkanma yeri olduğu görülmektedir. Rivayette Benli Sultan burada asa suyunun aktığı dere başındaki büyük bir ağacın kovuğuna çekilerek, nefsinin isteklerini kırmayı amaçlayarak vahşi hayvanlarla ünsiyet kurmuştur (Çifci, 2000). Türbe çevresinde pek çok inanç ve farklı uygulama ortaya çıkmıştır. Kadınların çocukları olması için türbedeki kuşağı sarınmaları, Benli Sultan'ın riyazete çekildiğine inanılan ağacın kovuğundan şifa niyetine üç kere geçilmesi bu inanç ve uygulamalardan bazılarıdır. Ayrıca türbeye hemen her dilek, istek ve özellikle çocuk sahibi olma arzusu taşıyan kişiler adak adamaktadır (Küçükbasmacı, 2000). Asa suyu ise şifa bulmak amacıyla içilmekte ve bu suyla yıkanılmaktadır. Çocuğu olmayanlar yıkandıklarında çocuklarının olacağına ve varolan çeşitli cilt hastalıklarına da şifa olduğuna inanılmaktadır (Abdülkadiroğlu, 1987). Ayrıca, sürekli ağlayan, büyümesinde aksaklık olan çocukların bu su ile yıkandığında şifa bulacağına inanılmaktadır. Bu sudan götüren kimselerin suyu dökmemesi gerekmektedir. Suyu dökmesi halinde hastalanmaya sebep olacağı inancı vardır (Küçükbasmacı, 2000).

1.4.2.2.6. İsmailbey Külliyesi

Merkez ilçede İsmail Bey Mahallesi'nde, üzerinde MÖ 7. yüzyıla ait iki adet kaya mezarına sahip Şahinşah Kayası üzerinde konumlanmış bir külliye'dir. Candaroğulları Beyliği'nin son hükümdarı İsmail Bey (1443-1460) tarafından yaptırılmıştır. Külliye içinde türbe, cami, medrese, hamam, han, ve kütüphaneden oluşan beylikler devri sanatının en göz dolduran örneklerini sergileyen birçok esere ev sahipliği

yapmaktadır. Döneminde ticaret ve ilim üssü olan, külliyeinin içindeki deve hanı ve medrese, Kastamonu Valiliği tarafından yenilenerek turizm amaçlı yöresel mutfak ve el sanatları merkezi olarak dizayn edilmiştir (Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018).

1.4.2.3. Türbeler

Tablo 1.4. Kastamonu İlinde Bulunan Türbeler

KASTAMONU ŞEHRİNDE BULUNAN TÜRBELER			
Selçuklu ve Çobanoğulları (Atabeyler) Dönemi	Candaroğlu Dönemi	Osmanlı Dönemi	Cumhuriyet Dönemi
Abdülkadir-ı Veli Türbesi, Aşık Sultan Türbesi, Atabey Gazi Türbesi, Deveci Sultan Türbesi, Hepkebirler Türbesi (Batı), Karanlık Evliya Türbesi, Maden Dede Türbesi, Muzaffereddin Gazi Türbesi, Müfessir Alaeddin Türbesi, Şeyh Ahmet Türbesi, Vehbi Gazi Türbesi,	Adil Bey Türbesi, Ahi Ali Baba Türbesi, Ahi Şorve Türbesi, Cemaleddin Efendi ve Kargaş Sultan Türbesi, Harmancaşı Türbesi, Hatun Sultan Türbesi, İbn-i Neccar Türbesi, İsmail Bey Türbesi, Mehmet Bey Türbesi, Musa Fakih Türbesi, Selçuk Hanım Türbesi, Süleyman Bey Türbesi, Süleyman Paşa ve İbrahim Paşa Türbesi, Şeyh Karaca Ahmet Türbesi,	Abdülcebbar Türbesi, Abdürrezzak Türbesi, Açıkbaz Sultan Türbesi, Ahmet Dede Türbesi, Ali Asgar Türbesi, Bayraklı Dede Türbesi, Benli Sultan Türbesi, Cebrail Efendi Türbesi, Çevkani Türbesi, Dai Sultan Türbesi, Dede Sultan Türbesi, Ferraz Sultan Türbesi, Geyikli Sultan Türbesi, Göbelezadeler Türbesi, Gümüşlüce Türbesi, Hacı Dede Türbesi, Hacı Hamza Türbesi, Halife Sultan Türbesi, Hayran Efendi Türbesi, Hepkebirler Türbesi (Doğu), Kalender Dede Türbesi, Karabaş-ı Veli Türbesi, Kara Mustafa Paşa Türbesi, Kesikbaş Türbesi, Molla Said Türbesi, Nasrullah Kadı Türbesi, Nevruz Sultan (Horoz) Türbesi, Hasan Efendi (Saçayıklı Sultan) Türbesi, Seyfi Dede Türbesi, Seyyid Sünneti Efendi Türbesi, Şeyh Mehmet Efendi Türbesi, Şeyh Mustafa Efendi Türbesi, Şeyh Mustafa Efendi (Kara Şeyh) Türbesi, Şeyh Mustafa Efendi (Pişkıri Zade) Türbesi, Şeyh Mustafa Efendi (Resul Zade) Türbesi, Taraklı Sultan Türbesi, Topçuoğlu Türbesi, İmidci Sultan Türbesi, Saçıl Sultan Türbesi, Toygar Murat Türbesi, Hacı Murat Veli Türbesi, Şeyh Mesut Türbesi, Şeyh Muhlisiddin Türbesi,	Ahmet Mahir Efendi Türbesi, Mehmet Feyzi Efendi Türbesi, Muhammed İhsan Efendi Türbesi

Kaynak: (Çifçi, Behçet, Yakupoğlu ve Zengin, İl Turizm Envanteri’den aktaran, İbret, Aydınöz ve Uğurlu, 2015)

Türbe Arapça “türab” sözcüğünden türemiş olup, ölünün gömülü olduğu mezarın üzerine yığılan toprak ve yapılan binaya denir (Çifci, 2006, 165). Kastamonu’da çok fazla türbe bulunmaktadır. Türbeler şehrin tarihi dönemlerden bu yana önemli idari ve dini merkez olmasında etkindir (İbret, Aydınöz ve Uğurlu, 2015).

1.4.2.3.1. Aşık Sultan (Yanık Evliya) Türbesi

Türbe şehrin, Kale Kapısı semtinde bulunmaktadır. Türbenin en merak uyandırıcı özelliği, Aşık Sultan’a ait sandukanın ayak kısmının camekânda sergilenmesi ve ziyaretçilerin bu zatın bedeninin çürümemiş ayak kısmını görebilmeleriydi, fakat

günümüzde olumsuz etkilenmeye karşı bu camikan kapatılmıştır (Gürel Bayrakdar, 2018). Aşıklı Sultan toplum söyleminde “Yanık Evliya” adıyla da bilinir. Kümbet tarzında inşa edilen türbenin yapım tarihi ve yaptıran kişi hakkında bilgi mevcut değildir. Türbede beş sanduka bulunmaktadır. İskeletler sandukalar içerisinde. Sırasıyla ikinci sanduka Mağripli Mehmet Ağanın, üçüncü sanduka ise Aşıklı Sultan (Yanık Evliya)’ın olduğu bilinmekte, diğer sandukalarda defnedilen kişilerle ilgili ise herhangi bir bilgiye ulaşılamamıştır (Yaman, 2003). Türbe tarihine ilişkin bir kitabe veya türbeye ait yazılı bir belge olmadığı için Aşıklı Sultan’la ilgili elde edilen bilgiler söylentilerden ibarettir. Aşıklı Sultan’ın kalenin fethi sırasında Türk ordusu komutanlığı görevinde şehit olduğu rivayet edilir. Cumhuriyetin ilk dönemlerinde bir kişi, türbeden isteği yerine gelmeyince türbeyi yakması nedeniyle türbede yangın meydana gelmiştir. Rivayete göre dönemin Kastamonu valisi gece, “Ben yanıyorum, kalk yangını söndür!” şeklinde bir nida işitir ve uykusundan kalkar. Türbeye vardığında türbenin yandığını, Aşıklı Sultan’ında ayağının yandığını görür. Bu hadise sonucunda Aşıklı Sultan “Yanık Evliya” adıyla anılmıştır. Yangının izleri günümüzde de görülmektedir (Çifci, 2006).

1.4.2.3.2. Karanlık Evliya Türbesi

İl merkezinde Yavuz Selim Mahallesi Türbe Sokağındadır. Bina, kesme taştan sekiz köşeli ve iki kat şeklinde inşa edilmiş, üzeri taş sivri külah ile örtülmüştür. Sanduka alt katta basit kemerli bir kapı girişi vardır. Yanında sonradan yapılan mescit bulunmaktadır. Türbe, Selçuklu Mimari tarzı bir eserdir. İnşaat tekniği, iki katlı oluşu bu fikri onaylamaktadır. Kitabesi bulunmamaktadır. Yazılı eserlerde de hakkında başka bilgiye ulaşılamamıştır. Kastamonu’nun en eski türbelerindendir (www.kastamonu.bel.tr).

1.4.2.3.3. Şeyh Ahmet Siyahi Türbesi

İl merkezinde Kırkçeşme Mahallesi, Tekke Sokağında bulunmaktadır. Etrafı açık duvarlarla çevrilidir. Bitişğinde, devrin önemli biri kütüphanesi bulunmaktadır. Şeyh Ahmet Efendi M.1777 Kastamonu doğumludur. Kendisine Siyahi denilmesi; başına siyah sarık bağlamasından gelmektedir. Tahsilat hayatına başlayarak birçok ulemadan

ilim dersleri almıştır. Kırkçeşme Semtinde Nakşibendi Tarikatı'nın şeyhliğini sürdürdü. Vefat yılı M.1874'dır. Türbede; yanında oğlu Seyyid Hicabi Efendi, Ulemadan Necmettin Efendi ve Ahmet Rıza Efendi medfundur (www.kastamonu.bel.tr).

1.4.2.3.4. Hepkebirler Sahabe Türbesi

Cami M.1675 tarihinden önce yaptırıldığı bilinmektedir. Yaptıran bilgi yoktur. Moloz taş kullanılarak harçla yapılmıştır. Çatısı ahşap, üzeri kiremitlidir. Caminin kuzey ve batısına bitişik türbelerden dolayı Hepkebirler ismini almıştır. Cami girişi solunda dokuz kabir bulunmaktadır. Ortada bulunan sanduka Samur Dede olduğu bilinmektedir. Diğer kabirler bilinmemektedir. Batı tarafında bulunan dört kabirden birisi, İstanbul'daki Ebu Eyyüp El- Ensarı Hazretleriyle İstanbul'un Fethi için yola çıkan, nasıl Kastamonu'da kaldığı bilinmeyen, Ashabtan Kaysül Hemadani Asgar Hazretlerine aittir (www.kastamonu.bel.tr).

1.4.2.3.5. Müfessir Alaaddin Türbesi

Müfessiri Alaaddin Efendi 13. yüzyıl ulema ve evliyası olup, asıl olarak Belh veya Buhara'lıdır. 1925'te Osmanlıca yazılan bir eserde (Mehmet Behçet-Kastamonu Asarı Kadimesi), türbenin 1922'deki hali hakkındaki bilgilendirme şu şekildedir: Bir tepenin üstünde bulunan türbenin çevresi mezarlıktır. Dışarıdan harabe görünümlü, sıvalı, içten daha da kötü halde basık tavanlı bir binadır. Türbe, ortadan uzunlamasına ahşap bir şebeke ile ikiye ayrılmıştır. Şebekenin arkasında, yerden bir metre yüksek bir kesimin üzerine, başlarında birer şahide taşı olan yan yana dört sıvalı sanduka yer almaktadır. Türbenin 1851 yılında Hamdi Paşa tarafından tamir ettirildiği 1922 yılında duvarından duran, sonradan müzeye kaldırılan bir yazıttan anlaşılmaktadır. Bugün türbede bulunan sandukalardan birinin Müfessir Alaaddin'e ait olduğu söylenmektedir. Sandukalarının biri 1374 tarihi taşımaktadır. Diğerleri 1870'de ölen Sırtlı Hoca Ali Senai Efendi'ye ve diğeri de 1813 yılında ölen İzbelizade Mehmet Bey'e ait olduğu bilinmektedir (T.C. Kastamonu Valiliği, 2018).

1.4.2.3.6. Mehmet Feyzi (ŞALLIOĞLU) Efendi Türbesi

28 Mart 1912 Kastamonu doğumlu olan Mehmet Fevzi Efendi Kastamonu ili için önemli zatlardan biri olarak görülmektedir. Altı yaşında ilim hayatına başlamış olduğu çeşitli islam alimlerinden uzun süre ders aldığı, mahalle mektebinde tahsilini yaptıktan sonra da Ömer Fâzıl'dan (Aköz) kıraat dersleri alarak hafızlığını tamamladığı bilinmektedir. Askerliği boyunca da Kur'an-ı Kerim öğretmiş, tâlim ve tecvid dersi vermekle meşgul olmuştur.

Mi'rac kandili olan 4 Mart 1989'da Kastamonu'da vefat etmiş ve Gümüşlüce Mezarlığına defnedilmiştir. Yaşamını Kur'an öğretimine adayan, etrafındakileri her zaman millî ve mânevî değerler çevresinde bütünleştirme gayesinde olan, ziyaretçilerini davranış ve sohbetleriyle etkisine alabilen Mehmet Feyzi Efendi gönüllü bir halk eğitimcisi olarak tanınmıştır.

Kastamonu'da her sene mart ayı ilk haftası sonunda çeşitli faaliyetler yapılarak anılan Mehmet Feyzi Efendi hakkında yapılan birçok araştırma ve yayın mevcuttur. (islamansiklopedisi.org.tr.)

2. BÖLÜM

YÖNTEM

Bu bölüm araştırmaya ilişkin modele, çalışma grubuna, veri toplama araçlarına ve verilerin analizleri kapsamaktadır.

2.1. Araştırma Modeli

Araştırmada Kastamonu il merkezinde yaşayan halkın turizm ve il inanç turizmine yönelik bakış açısını incelemek, halkın farkındalık düzeyini belirlemek ve olumlu katkıda sağlayabilecek öneriler sunmak, olumsuz faktörler ve endişe duyulan haller belirlenerek alternatifler, yapılabilecek yenilikler konusunda fikir vermek amaçlanmaktadır. Bu araştırma ilişkisel tarama modelinde betimsel bir çalışmadır. Arseven'e (2001, s. 104) göre ilişkisel tarama modelinde, belli bir zaman dilimi içinde çok sayıda denek ya da objeden elde edilen verilerin analiz edilmesi ile araştırma problemlerine cevap aranır. Karasar (2014, s. 81) ilişkisel tarama modeli iki ya da daha çok sayıdaki değişken arasındaki farklılaşmanın varlığını ve bu farklılaşmanın ne kadar olduğunu belirlemeyi amaçlamaktadır.

2.2. Evren/Örneklem

Araştırmanın örneklemini Kastamonu ilinde yaşayan halk oluşturmaktadır. Araştırma sürecinde Kastamonu'da yaşayan ulaşılabilir halka, araştırmacı tarafından çalışmanın amacı anlatılmış, anketler tüm katılımcılara araştırmacı tarafından ulaştırılmıştır.

Bu doğrultuda veri kaybı olabileceği de varsayılarak 600 adet anket formu Kastamonu halkına araştırmacı tarafından dağıtılmıştır. 24 adet anket boş soru fazlalığı veya hep aynı seçenekler işaretlenmiş olması sebebiyle analizlere dahil edilememiş ve 576 tanesi geçerli kabul edilmiştir.

Anketteki örnekleme türü kolay örneklemedir. Kolay örnekleme, tüm bireylerin örnekleme dâhil olma olasılığının eşit olmasını gerektirir. Bu eşitliğin sağlanması

amacıyla tesadüfî seçim yapılmaktadır. Örneklemenin belirlenmesi için 2019 yılında il merkezinde yaşayan bireyler dikkate alınmıştır. Örneklem büyüklüğü hesabına ilişkin veriler Tablo 3.1’de verilmiştir.

Tablo 2.1. Örneklem büyüklüğü hesabı

Kitle	Hata Payı			Güven Seviyesi		
	%10	%5	%1	%90	%95	%99
100	50	80	99	74	80	88
500	81	218	476	176	218	286
1000	88	278	906	215	278	400
10.000	96	370	4900	264	370	623
100.000	96	383	8763	270	383	660
1.000.000+	97	384	9513	271	384	664

Kaynak: <https://tr.surveymonkey.com/mp/sample-size/>

100 binin üzerinde nüfusa sahip olan Kastamonu ilinde güven seviyesi %95 olarak belirlenmiş ve bu durumda en az 383 kişiyle anket çalışması yapılması gerekmektedir. Ankette Kastamonu ili için geçerli olan anket sayısı 576’dır.

2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırma verilerinin elde edilmesi için hazırlanan anket soruları; Şahiner (2012) tarafından hazırlanan “Ekonomik Boyut”, “Sosyoekonomik Boyut” ve “İnanç Turizmine Genel Bakış” ölçeği kullanılarak elde edilmiştir. Bununla birlikte “Kişisel Bilgi Formu” kullanılmıştır.

“Ekonomik Boyut” ölçeğinin alt boyutu “Ekonomik Etki” ve “Fiyat Etkisi”dir. Ölçek 11 maddeden oluşmaktadır. Şahiner’in (2012) çalışmasında turizmin ekonomik boyutuna ilişkin Ekonomik faktör güvenirliği (cronbach α =0,90) ve fiyat etkisi faktörünün güvenirliği (cronbach α =0,719) hesaplanmıştır. Mevcut çalışmada ise İnanç turizminin “Ekonomik Boyut” ölçeğine ilişkin ölçeğin güvenirlik değeri 0,923 olarak bulunmuştur. “Ekonomik Etki” Boyutu güvenirlik değeri 0,918 iken “Fiyatlara Etki” Boyutunun güvenirlik değeri 0,590 olarak bulunmuştur.

Sosyo-kültürel Boyut” ölçeğinin alt boyutları; “Ahlaki ve Kültürel Bozulmaya Etki”, “Sosyal Hayata Etki” ve “Doğa ve Çevreye Etki” olarak belirlenmiştir. 12 maddeden oluşmaktadır. Şahiner’in (2012) çalışmasında turizmin sosyo-kültürel boyut ölçeğinde “Ahlaki ve kültürel bozulmaya etki” faktör güvenirliği (cronbach $\alpha=0,849$), sosyal hayata olumlu etki faktör güvenirliği (cronbach $\alpha=0,792$), doğa ve çevreye olumlu etki faktör güvenirliği (cronbach $\alpha= 0,765$) olarak bulgulamıştır. Mevcut çalışmada ise İnanç turizminin “Sosyo-Ekonomik Boyut” ölçeğine ilişkin ölçeğin güvenirlik değeri 0,762 olarak bulunmuştur. Alt boyutlar incelendiğinde “Ahlaki ve Kültürel Değerlere Etki” boyutunun güvenirlik değeri 0,602; “Sosyal Hayata Etki” boyutunun güvenirlik değeri 0,383 ve “Doğa ve Çevreye Olumlu Etki” Boyutunun güvenirlik değeri ise 0,478 olarak bulunmuştur. Yapılan çalışmada “Sosyal Hayata Etki” boyutunun güvenirlik değeri düşük çıkmış olsa da Şahiner’in (2012) çalışmasında yüksek değer çıkmıştır.

“İnanç Turizmine Genel Bakış” ölçeğinin alt boyutları ise “İnanç Turizmine Duyulan Endişe” ve “İnanç Turizminin Olumlu Katkısına İlişkin Görüşler”dir. Ölçek 21 maddeden oluşmaktadır. Şahiner’in (2012) çalışmasında inanç turizmine akseden endişe faktörü güvenirliği (cronbach $\alpha= 0,736$), inanç turizminin olumlu katkıları faktörünün güvenirliği (cronbach $\alpha= 0,691$) dir. Mevcut çalışmada ise “İnanç Turizmine Genel Bakış” ölçeğinin güvenirliği 0,720 olarak bulunmuştur. Alt boyutlara bakıldığında “İnanç Turizminden Duyulan Endişe” boyutunun güvenirlik değeri 0,684 ve “İnanç Turizminin Olumlu Katkıları” boyutunun güvenirlik değeri 0,707 olarak görülmüştür.

Son olarak tanımlayıcı (demografik özelliklerine ilişkin) sorularla anket sona erdirilmiştir. Bununla birlikte “kesinlikle katılmıyorum”, “katılmıyorum”, “kararsızım”, “katılıyorum”, ve “kesinlikle katılıyorum” seçenekleriyle 5’li likert tipi sorular bulunmaktadır.

2.4. Verilerin Analizi

SPSS 21 programına veri girişi sağlanmıştır. Araştırma verilerinin analizi frekans (f), yüzde (%), aritmetik ortalama ($\bar{X}$) ve standart sapma (SD) değerlerine bağlı olarak yapılmıştır.

Analizlere başlamadan önce verilerin normalliği test edilmiştir. Verilerin normallik varsayımı basıklık ve çarpıklık katsayıları hesaplanarak analiz edilmiştir. Buna göre hiçbir değere ait basıklık-çarpıklık değerinin verilen değerlerin dışında olmadığı görülmüş ve verilerin normal dağılıma uygun olduğu kanıtlanmıştır. Normalliğe ilişkin basıklık ve çarpıklık değerleri Tablo 3.2’de gösterilmiştir.

Tablo 2.2. Boyutlara ilişkin basıklık ve çarpıklık değerleri

	Eko. etki	Fiyat. Etki	Ahl. ve Kültürel Değ. Etki	Sosyal Hayata Etki	Doğa ve Çev. etki	İnanç Turz. Duy. Endişe	Olumlu Katkı
Skewness	-1,185	-1,272	-,572	-,360	-,168	230	-,782
Kurtosis	1,363	1,626	,584	,361	,031	-,025	,707

Yapılan çarpıklık ve basıklık hesaplamasında Skewness ve Kurtosis değerlerinin $\pm 1,96$ değerleri arasında olduğu bulunmuştur. Bu değerler de dağılımın normal olduğunun göstergesidir (Field, 2013:224).

“Ekonomik Boyut”, “Sosyo-kültürel Boyut” ve “İnanç Turizmine Genel Bakış” ölçek puanları ile cinsiyet ve medeni durum değişkeni arasındaki farka bakmak için t-testi kullanılmıştır. Ölçeklere ilişkin puanlar ile katılımcıların yaşı, mesleği, gelir düzeyi, Kastamonu’da yaşama süreleri ve eğitim düzeyleri arasındaki farkı incelemek için ise One Way ANOVA testi yapılmıştır. Farklılık bulunan değişkenlerde farklılığın hangi alt gruplarda olduğunu belirleyebilmek amacıyla varyansın homojen olduğu durumlarda Post Hoc Tukey ya da LSD testi, homojen olmadığı durumlarda ise Tamhane testi ile farklılıklar incelenmiştir.

Araştırmada katılımcıların inanç turizm amaçlı gezi yapıp yapmama durumu, farklı illerden gelen tanıdıklara Kastamonu'daki dini yerleri gezdirme durumu ve Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarını gezip gezmeme durumunun tüm demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşma durumu ise Chi Square testi yapılarak incelenmiştir.



3. BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu bölümde araştırma problemlerine yönelik yapılan analizlere ilişkin bulgular yer almaktadır. Araştırma verileriyle yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular tablolar halinde sunulmuş ve yorumlanmıştır.

3.1. Örneklem Grubunun Demografik Özellikleri

Araştırmaya katılan örneklemin demografik değişkenlerine ait yüzde ve frekanslar sırasıyla aşağıda sunulmuştur.

Tablo 3.1. Örneklem grubunun demografik değişkenleri

Bağımsız Değişkenler		<i>n</i>	%
Cinsiyet	Kadın	316	54,9
	Erkek	260	45,1
Medeni Durum	Evli	294	51,0
	Bekar	282	49,0
Öğrenim Durumu	Lisansüstü	67	11,6
	Üniversite	340	59,0
	Lise	119	20,7
	Ortaokul	27	4,7
	İlkokul	23	4,0
Meslek	Öğrenci	121	21,0
	Memur	184	31,9
	Yönetici	46	8,0
	Serbest Meslek	76	13,2
	İşçi	74	12,8
	İşsiz	75	13,0
Yaş	20 Yaş ve Altı	44	7,6
	21-25 Yaş Arası	139	24,1
	26-30 Yaş Arası	103	17,9
	31-35 Yaş Arası	93	16,1
	36-40 Yaş Arası	127	22,0
	41-45 Yaş Arası	63	10,9
	Boş	7	1,2
Gelir	2250 TL ve Altı	106	18,4
	2251-5000 TL Arası	298	51,7
	5001 TL ve Üstü	99	17,2
	Belirtmemiş	73	12,7
Yaşama Süresi	Doğma Büyüme	246	42,7
	1-5 Yıl	100	17,4
	6-10 Yıldır	41	7,1
	10 Yıldan Fazla	93	16,1
	Boş	96	16,7
Toplam (N)		576	100,0

Tablo 3.1 incelendiğinde cinsiyet, medeni durum, öğrenim düzeyi, meslek, yaş ve sahip olduğu gelir düzeyi gibi farklı değişkenlere göre incelendiği görülmektedir. Örneklemi oluşturan halkın %55'ini kadınların oluşturduğu; yaklaşık yarısının evli, %59'unun üniversite mezunu olduğu ve yaklaşık %32'sini memurların oluşturduğu görülmektedir. Yüzdelik dilimler birbirine yakın olsa da 21-25 yaş aralığında olan halkın %24'lük oranla en yüksek payı oluşturduğu görülmektedir. Halkın gelir düzeyine bakıldığında ise yaklaşık yarısının 2251-5000 TL arasında olduğu görülmektedir.

3.2. Katılımcıların İnanç Turizm Amaçlı Gezi Yapıp Yapmama Durumu

Katılımcıların inanç turizm amaçlı gezi yapıp yapmama durumu cinsiyet, medeni durum, öğrenim düzeyi, meslek, yaş ve gelire göre farklılaşıp farklılaşmadığına yönelik bulgular analiz edilmiştir. Analiz sonuçları aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

Tablo 3.2. İnanç Turizm amaçlı gezi yapan/yapmayanların cinsiyete göre ki kare sonuçları

		Cinsiyet		Toplam	Pearson Chi-Square	<i>p</i>
		Kadın	Erkek			
Daha önce inanç turizm amaçlı gezi yapmayanlar	Sayı	208	161	369	,942	,332
	%	65,8	61,9	64,1		
Daha önce inanç turizm amaçlı gezi yapanlar	Sayı	108	99	207		
	%	34,2	38,1	35,9		

Kadınların %65,8'i İnanç Turizmi amaçlı bir gezi yapmazken bu oran erkeklerde %61,9'dur İnanç Turizmi amaçlı bir gezi yapmayanların oranı ise %64,1'dir. Daha önce inanç turizmi amaçlı bir gezi yapan kadınların oranı %34,2 iken bu oran erkeklerde %38,1 olarak bulunmuştur. Toplamda katılımcıların %35,9'u geçmişte inanç turizmi amaçlı bir geziye katıldıklarını ifade etmişlerdir. Yapılan Ki Kare farklılık testi sonucunda İnanç Turizmi amaçlı bir gezi yapma durumunun cinsiyete göre $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma ($\chi^2 = ,942$ ve $p = 0,332$) olmadığı bulunmuştur.

Tablo 3.3. İnanç turizm amaçlı gezi yapan/yapmayanların medeni duruma göre ki kare sonuçları

		Medeni Durum		Toplam	Pearson Chi-Square	p
		Evli	Bekar			
Daha önce inanç turizm amaçlı gezi yapmayanlar	Sayı	184	185	369	,569	,451
	%	62,6	65,6	64,1		
Daha önce inanç turizm amaçlı gezi yapanlar	Sayı	110	97	207		
	%	37,4	34,4	35,9		

Evlilerin %62,6'sı İnanç Turizmi amaçlı bir gezi yapmazken bu oran bekarlarda %65,6'dır İnanç Turizmi amaçlı bir gezi yapmayanların oranı ise %64,1'dir. Daha önce inanç turizmi amaçlı bir gezi yapan evlilerin oranı %34,2 iken bu oran erkeklerde %38,1 olarak bulunmuştur. Toplamda katılımcıların %35,9'u geçmişte inanç turizmi amaçlı bir geziye katıldıklarını ifade etmişlerdir. Yapılan Ki Kare farklılık testi sonucunda İnanç turizmi amaçlı bir gezi yapma durumunun medeni duruma göre $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma ($\chi^2 = ,569$ ve $p = 0,451$) olmadığı bulunmuştur.

Tablo 3.4. İnanç turizm amaçlı gezi yapan/yapmayanların öğrenim durumuna göre ki kare sonuçları

		Öğrenim Durumu						Toplam	Pearson Chi-Square	p
		Lisans üstü	Lisans	Lise	Ortaokul	İlkokul				
Daha önce inanç turizm amaçlı gezi yapmayanlar	Sayı	34	222	88	13	12	369	14,82		,005
	%	50,7	65,3	73,9	48,1	52,2	64,1			
Daha önce inanç turizm amaçlı gezi yapanlar	Sayı	33	118	31	14	11	207			
	%	49,3	34,7	26,1	51,9	47,8	35,9			

Daha önce inanç turizm amaçlı gezi yapmayanların en yüksek oranı %73,9 ile lise mezunu olan katılımcılarken daha önce inanç turizm amaçlı gezi yapanlar arasında en yüksek oranı ise %51,9 ile ortaokul mezunları oluşturmaktadır. Toplamda katılımcıların %35,9'u geçmişte inanç turizmi amaçlı bir geziye katıldıklarını ifade etmişlerdir. Yapılan Ki Kare farklılık testi sonucunda inanç turizmi amaçlı bir gezi yapma durumunun öğrenim durumuna göre $p < 0,01$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma ($\chi^2 = 14,82$ ve $p = 0,005$) olduğu bulunmuştur.

Tablo 3.5. İnanç turizm amaçlı gezi yapan/yapmayanların yaşa göre ki kare sonuçları

		Yaş						Toplam	Pearson Chi-Square	p
		20 altı	21-25 arası	26-30 arası	31-35 arası	36-40 arası	41-45 arası			
Daha önce inanç turizm amaçlı gezi yapmayanlar	Sayı	31	94	63	52	85	42	367	5,225	,389
	%	70,5	67,6	61,2	55,9	66,9	66,7	64,5		
Daha önce inanç turizm amaçlı gezi yapanlar	Sayı	13	45	40	41	42	21	202		
	%	29,5	32,4	38,8	44,1	33,1	33,3	35,5		

Daha önce inanç turizm amaçlı gezi yapmayanların en yüksek oranı %70,5 ile 20 yaş altı olan katılımcıları oluşturmaktayken daha önce inanç turizm amaçlı gezi yapanlar arasında en yüksek oranı ise %44,1 ile 31-35 yaş arası grup oluşturmaktadır. Toplamda katılımcıların %35,5'i geçmişte inanç turizmi amaçlı bir geziye katıldıklarını ifade etmişlerdir. Yapılan Ki Kare farklılık testi sonucunda inanç turizmi amaçlı bir gezi yapma durumunun öğrenim düzeyine göre $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma ($\chi^2=5,225$ ve $p=0,389$) olmadığı görülmüştür.

Tablo 3.6. İnanç turizm amaçlı gezi yapan/yapmayanların gelire göre ki kare sonuçları

		Gelir Düzeyi			Toplam	Pearson Chi-Square	p
		2250 TL ve Altı	2251- 5000 TL	5001 TL ve Üstü			
Daha önce inanç turizm amaçlı gezi yapmayanlar	Sayı	74	204	53	331	8,310	,016
	%	69,8	68,5	53,5	65,8		
Daha önce inanç turizm amaçlı gezi yapanlar	Sayı	32	94	46	172		
	%	30,2	31,5	46,5	34,2		

Daha önce inanç turizm amaçlı gezi yapmayanların en yüksek oranı %69,8 ile 2250 TL ve altı olan katılımcılarken daha önce inanç turizm amaçlı gezi yapanlar arasında en yüksek oranı ise %46,5 ile 5001 TL ve Üstü gelir düzeyi olanlar oluşturmaktadır. Toplamda katılımcıların %34,2'si geçmişte inanç turizmi amaçlı bir geziye katıldıklarını ifade etmişlerdir. Yapılan Ki Kare farklılık testi sonucunda inanç turizmi amaçlı bir gezi yapma durumunun gelir durumuna göre $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma ($\chi^2=8,310$ ve $p=0,016$) olduğu bulunmuştur.

Tablo 3.7. İnanç turizm amaçlı gezi yapan/yapmayanların Kastamonu’da yaşama süresine göre ki kare sonuçları

		Kastamonu’da Yaşama Süresi				Toplam	Pearson Chi-Square	p
		Doğma Büyüme	1-5 Yıl	6-10 Yıl	10 Yıldan Fazla			
Daha önce inanç turizm amaçlı gezi yapmayanlar	Sayı	148	66	22	68	304	6,858	,077
	%	60,2	66,0	53,7	73,1	63,3		
Daha önce inanç turizm amaçlı gezi yapanlar	Sayı	98	34	19	25	176		
	%	39,8	34,0	46,3	26,9	36,7		

Daha önce inanç turizm amaçlı gezi yapmayanların en yüksek oranı %73,1 ile Kastamonu’da 10 yıldan fazla yaşayan katılımcılar oluşturmaktayken daha önce inanç turizmi amaçlı gezi yapanlar arasında en yüksek oranı ise %46,3 ile Kastamonu’da 6-10 yıl arası yaşayan grup oluşturmaktadır. Toplamda katılımcıların %36,7’si geçmişte inanç turizmi amaçlı bir geziye katıldıklarını ifade etmişlerdir. Yapılan Ki Kare farklılık testi sonucunda inanç turizmi amaçlı bir gezi yapma durumunun öğrenim düzeyine göre $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma ($\chi^2=6,858$ ve $p=0,077$) olmadığı görülmüştür.

3.3. Katılımcıların Farklı İllerden Gelen Tanıdıklara Kastamonu’daki Dini Yerleri Gezdirme Durumu

Katılımcıların farklı illerden gelen tanıdıklara Kastamonu’daki dini yerleri gezdirme durumu cinsiyet, medeni durum, öğrenim düzeyi, meslek, yaş ve gelire göre farklılaşıp farklılaşmadığına yönelik bulgular analiz edilmiştir.

Tablo 3.8. Farklı illerden gelen tanıdıklara Kastamonu’daki dini yerleri gezdirme durumlarının cinsiyete göre ki kare sonuçları

		Cinsiyet		Toplam	Pearson Chi-Square	p
		Kadın	Erkek			
Farklı illerden Kastamonu’ya gelen tanıdıklarınıza buradaki dini yerleri gezdirmeyenler	Sayı	80	84	164	3,423	,064
	%	25,3	32,3	28,5		
Farklı illerden Kastamonu’ya gelen tanıdıklarınıza buradaki dini yerleri gezdirilenler	Sayı	236	176	412		
	%	74,7	67,7	71,5		

Kadınların %25,3'ü farklı illerden Kastamonu'ya gelen tanıdıklarınıza buradaki dini yerleri gezdirmezken bu oran erkeklerde %32,3'tür. Kastamonu'ya gelen tanıdıklarınıza buradaki dini yerleri gezdirmeyenlerin oranı ise %28,5'tir. Kastamonu'ya gelen tanıdıklarına buradaki dini yerleri gezdiren kadınların oranı %74,7 iken bu oran erkeklerde %67,7 olarak bulunmuştur. Toplamda katılımcıların %71,5 i geçmişte inanç turizmi amaçlı bir geziye katıldıklarını ifade etmişlerdir. Yapılan Ki Kare farklılık testi sonucunda farklı illerden Kastamonu'ya gelen tanıdıklara buradaki dini yerleri gezdirme durumunun cinsiyete göre $p<0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma ($\chi^2=3,423$ ve $p=0,064$) olmadığı bulunmuştur.

Tablo 3.9. Farklı illerden gelen tanıdıklara Kastamonu'daki dini yerleri gezdirme durumlarının medeni duruma göre ki kare sonuçları

		Medeni Durum		Toplam	Pearson Chi-Square	p
		Evli	Bekar			
Farklı illerden Kastamonu'ya gelen tanıdıklarınıza buradaki dini yerleri gezdirmeyenler	Sayı	68	96	164	8,418	,004
	%	23,1	34,0	28,5		
Farklı illerden Kastamonu'ya gelen tanıdıklarınıza buradaki dini yerleri gezdirenler	Sayı	226	186	412		
	%	76,9	66,0	71,5		

Evlilerin %23,1'i farklı illerden Kastamonu'ya gelen tanıdıklarınıza buradaki dini yerleri gezdirmezken bu oran bekarlarda %34'tür. Kastamonu'ya gelen tanıdıklarınıza buradaki dini yerleri gezdirmeyenlerin oranı ise %28,5'tir. Kastamonu'ya gelen tanıdıklarına buradaki dini yerleri gezdiren evlilerin oranı %76,9 iken bu oran bekarlarda %66 olarak bulunmuştur. Toplamda katılımcıların %71,5 i geçmişte inanç turizmi amaçlı bir geziye katıldıklarını ifade etmişlerdir. Yapılan Ki Kare farklılık testi sonucunda farklı illerden Kastamonu'ya gelen tanıdıklara buradaki dini yerleri gezdirme durumunun medeni duruma göre $p<0,01$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma ($\chi^2=8,42$ ve $p=0,004$) olduğu bulunmuştur.

Tablo 3.10. Farklı illerden gelen tanıdıklara Kastamonu'daki dini yerleri gezdirme durumlarının öğrenim durumuna göre ki kare sonuçları

		Öğrenim Durumu					Toplm	Pearson Chi-Square	p
		Lisans üstü	Lisans	Lise	Ortaokl	İlkokl			
Farklı illerden Kastamonu'ya gelen tanıdıklarınıza buradaki dini yerleri gezdirmeyenler	Sayı	20	95	34	5	10	164	3,967	,4
	%	29,9	27,9	28,6	18,5	43,5	28,5		
Farklı illerden Kastamonu'ya gelen tanıdıklarınıza buradaki dini yerleri gezdirenler	Sayı	47	245	85	22	13	412	3,967	,4
	%	70,1	72,1	71,4	81,5	56,5	71,5		

Öğrenim durumuna göre Kastamonu'ya gelen tanıdıklara buradaki dini yerleri gezdirmeme oranı en yüksek %43,5 ile lisansüstü grup iken farklı illerden Kastamonu'ya gelen tanıdıklara buradaki dini yerleri gezdirme oranı en yüksek %81,5 oranla ortaokul mezunu gruptur. Yapılan Ki Kare farklılık testi sonucunda farklı illerden Kastamonu'ya gelen tanıdıklara buradaki dini yerleri gezdirme durumunun medeni duruma göre $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma ($\chi^2=3,967$ ve $p=0,4$) olmadığı bulunmuştur.

Tablo 3.11. Farklı illerden gelen tanıdıklara Kastamonu'daki dini yerleri gezdirme durumlarının yaşa göre ki kare sonuçları

		Yaş						Toplam	Pearson Chi-Square	p
		20 Yaş Altı	21-25 Arası	26-30 Arası	31-35 Arası	36-40 Arası	41-45 Arası			
Farklı illerden Kastamonu'ya gelen tanıdıklarınıza buradaki dini yerleri gezdirmeyenler	Sayı	20	41	25	21	39	16	162	9,385	,095
	%	45,5	29,5	24,3	22,6	30,7	25,4	28,5		
Farklı illerden Kastamonu'ya gelen tanıdıklarınıza buradaki dini yerleri gezdirenler	Sayı	24	98	78	72	88	47	407	9,385	,095
	%	54,5	70,5	75,7	77,4	69,3	74,6	71,5		

Yaşa göre Kastamonu'ya gelen tanıdıklara buradaki dini yerleri gezdirmeme oranı en yüksek %45,5 ile 20 yaş altı grup iken farklı illerden Kastamonu'ya gelen tanıdıklara buradaki dini yerleri gezdirme oranı en yüksek %77,4 oranla 31-35 yaş arası gruptur.

Yapılan Ki Kare farklılık testi sonucunda farklı illerden Kastamonu'ya gelen tanıdıklara buradaki dini yerleri gezdirme durumunun yaşa göre $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma ($\chi^2=9,385$ ve $p=0,095$) olmadığı görülmüştür.

Tablo 3.12. Farklı illerden gelen tanıdıklara Kastamonu'daki dini yerleri gezdirme durumlarının gelir düzeyine göre ki kare sonuçları

		Gelir Düzeyi			Toplam	Pearson Chi-Square	p
		2250 TL Altı	2251- 5000 TL	5001 TL Üstü			
Farklı illerden Kastamonu'ya gelen tanıdıklarınıza buradaki dini yerleri gezdirmeyenler	Sayı	44	85	17	146	14,808	,001
	%	41,5	28,5	17,2	29,0		
Farklı illerden Kastamonu'ya gelen tanıdıklarınıza buradaki dini yerleri gezdirenler	Sayı	62	213	82	357		
	%	58,5	71,5	82,8	71,0		

Gelir düzeyine göre Kastamonu'ya gelen tanıdıklara buradaki dini yerleri gezdirmeme oranı en yüksek %41,5 ile 2250 TL altı gelir düzeyine sahip grup iken farklı illerden Kastamonu'ya gelen tanıdıklara buradaki dini yerleri gezdirme oranı en yüksek %82,8 oranla 5000 TL üstü gelir düzeyine sahip gruptur. Yapılan Ki Kare farklılık testi sonucunda farklı illerden Kastamonu'ya gelen tanıdıklara buradaki dini yerleri gezdirme durumunun yaşa göre $p < 0,001$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma ($\chi^2=14,808$ ve $p=0,001$) olduğu görülmüştür.

Tablo 3.13. Farklı illerden gelen tanıdıklara Kastamonu'daki dini yerleri gezdirme durumlarının Kastamonu'da yaşama süresine göre ki kare sonuçları

		Kastamonu'da Yaşama Süresi				Toplam	Pearson Chi-Square	p
		Doğma Büyüme	1-5 yıl	6-10 yıl	10 yıl üstü			
Farklı illerden Kastamonu'ya gelen tanıdıklarınıza buradaki dini yerleri gezdirmeyenler	Sayı	65	36	8	20	129	6,758	,08
	%	26,4	36	19,5	21,5	26,9		
Farklı illerden Kastamonu'ya gelen tanıdıklarınıza buradaki dini yerleri gezdirenler	Sayı	181	64	33	73	351		
	%	73,6	64	80,5	78,5	73,1		

Kastamonu'da yaşama süresine göre Kastamonu'ya gelen tanıdıklara buradaki dini yerleri gezdirmeme oranı en yüksek %36 ile 1-5 yıl arası yaşama süresine sahip grup iken farklı illerden Kastamonu'ya gelen tanıdıklara buradaki dini yerleri gezdirme

oranı en yüksek %80,5 oranla 6-10 yıl arası yaşam süresine sahip gruptur. Yapılan Ki Kare farklılık testi sonucunda farklı illerden Kastamonu'ya gelen tanıklara buradaki dini yerleri gezdirme durumunun Kastamonu'da yaşama süresine göre $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma ($\chi^2=6,758$ ve $p=0,08$) olduğu görülmüştür.

3.4. Katılımcıların Kastamonu İli ve İlçelerinde Bulunan Dini Ziyaret Alanlarını Gezip Gezmeme Durumu

Katılımcıların Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarını gezip gezmeme durumunun cinsiyet, medeni durum, öğrenim düzeyi, meslek, yaş ve gelire göre farklılaşıp farklılaşmadığına yönelik bulgular analiz edilmiştir. Analiz sonuçları aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

Tablo 3.14. Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarını gezip gezmeme durumunun cinsiyete göre ki kare sonuçları

		Cinsiyetiniz		Toplam	Pearson Chi-Square	p
		Kadın	Erkek			
Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapmayanlar	Sayı	44	45	89	1,250	,264
	%	13,9	17,3	15,5		
Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapanlar	Sayı	272	215	487		
	%	86,1	82,7	84,5		

Kadınların %13,9'u Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapmazken bu oran erkeklerde %17,3'tür. Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapmayanların oranı ise %15,5'tir. Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapan kadınların oranı %86,1 iken bu oran erkeklerde %82,7 olarak bulunmuştur. Toplamda katılımcıların %84,5'i Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yaptıklarını ifade etmişlerdir. Yapılan Ki Kare farklılık testi sonucunda Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapma durumunun cinsiyete göre $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma ($\chi^2=1,25$ ve $p=0,264$) olmadığı bulunmuştur.

Tablo 3.15. Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarını gezip gezmeme durumunun medeni duruma göre ki kare sonuçları

		Medeni Durum		Toplam	Pearson Chi-Square	p
		Evli	Bekar			
Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapmayanlar	Sayı	41	48	89	1,042	0,307
	%	13,9	17,0	15,5		
Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapanlar	Sayı	253	234	487		
	%	86,1	83,0	84,5		

Evlilerin %13,9'u Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapmazken bu oran bekarlarda %17,0'dir. Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapmayanların oranı ise %15,5'tir. Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapan evlilerin oranı %86,1 iken bu oran erkeklerde %83 olarak bulunmuştur. Toplamda katılımcıların %84,5'i Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yaptıklarını ifade etmişlerdir. Yapılan Ki Kare farklılık testi sonucunda Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapma durumunun medeni duruma göre $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma ($\chi^2=1,042$ ve $p=0,307$) olmadığı bulunmuştur.

Tablo 3.16. Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarını gezip gezmeme durumunun öğrenim durumuna göre ki kare sonuçları

		Öğrenim Durumu						Toplam	Pearson Chi-Square	p
		Lisans üstü	Lisans	Lise	Ortaokul	İlkokul				
Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapmayanlar	Sayı	8	46	27	4	4	89	6,440		,17
	%	11,9	13,5	22,7	14,8	17,4	15,5			
Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapanlar	Sayı	59	294	92	23	19	487			
	%	88,1	86,5	77,3	85,2	82,6	84,5			

Daha önce Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapmayan katılımcıların en yüksek oranı %22,7 ile lise mezunu olanlar oluşturmaktadır. Daha önce Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapanların en yüksek oranı %88,1 ile lisansüstü mezun olanlar oluşturmaktadır. Toplamda

katılımcıların %84,5'i Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yaptıklarını ifade etmişlerdir. Yapılan Ki Kare farklılık testi sonucunda Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapma durumunun öğrenim durumuna göre $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma ($\chi^2=6,440$ ve $p=0,17$) olmadığı bulunmuştur.

Tablo 3.17. Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarını gezip gezmeme durumunun yaşa göre ki kare sonuçları

		Yaş						Toplam	Pearson Chi-Square	p
		20 Yaş Altı	21-25 Yaş	26-30 Yaş	31-35 Yaş	36-40 Yaş	41-45 Yaş			
Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapmayanlar	Sayı	10	19	22	9	20	7	87	8,222	,144
	%	22,7	13,7	21,4	9,7	15,7	11,1	15,3		
Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapanlar	Sayı	34	120	81	84	107	56	482	8,222	,144
	%	77,3	86,3	78,6	90,3	84,3	88,9	84,7		

Daha önce Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapmayan katılımcıların en yüksek oranı %22,7 ile 20 yaş altı olanlar oluşturmaktadır. Daha önce Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapanların en yüksek oranı %90,3 ile 31-35 yaş arası olanlar oluşturmaktadır. Toplamda katılımcıların %84,7'si Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yaptıklarını ifade etmişlerdir. Yapılan Ki Kare farklılık testi sonucunda Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapma durumunun yaşa göre $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma ($\chi^2=8,222$ ve $p=0,144$) olmadığı bulunmuştur.

Tablo 3.18. Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarını gezip gezmeme durumunun gelire göre ki kare sonuçları

		Gelir Düzeyi			Toplam	Pearson Chi-Square	p
		2250 TL Altı	2251- 5000 TL	5001 TL ve Üstü			
Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapmayanlar	Sayı	22	48	8	78	6,477	,039
	%	20,8	16,1	8,1	15,5		
Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapanlar	Sayı	84	250	91	425		
	%	79,2	83,9	91,9	84,5		

Daha önce Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapmayan katılımcıların en yüksek oranı %20,8 ile 12250 TL ve altı gelire sahip olanlar oluşturmaktadır. Daha önce Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapanların en yüksek oranı %91,9 ile 5001 TL ve üstü gelire sahip olanlar oluşturmaktadır. Toplamda katılımcıların %84,5'i Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yaptıklarını ifade etmişlerdir. Yapılan Ki Kare farklılık testi sonucunda Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapma durumunun gelir düzeyine göre $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma ($\chi^2=6,48$ ve $p=0,039$) olduğu bulunmuştur.

Tablo 3.19. Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarını gezip gezmeme durumunun Kastamonu'da yaşama süresine göre ki kare sonuçları

		Kastamonu'da Yaşama Süresi				Toplam	Pearson Chi-Square	p
		Doğma Büyüme	1-5 Yıl	6-10 Yıl	10 Yıldan Fazla			
Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapmayanlar	Sayı	30	13	5	18	66	3,096	,377
	%	12,2	13,0	12,2	19,4	13,8		
Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapanlar	Sayı	216	87	36	75	414		
	%	87,8	87,0	87,8	80,6	86,3		

Daha önce Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapmayan katılımcıların en yüksek oranı %19,4 ile 10 yıldan fazla Kastamonu'da yaşayanlar oluşturmaktadır. Daha önce Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret

alanlarına gezi yapanların en yüksek oranı %87,8 ile doğma büyüme ve 6-10 yıl arası Kastamonu'da yaşayanlar oluşturmaktadır. Toplamda katılımcıların %86,3'ü Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yaptıklarını ifade etmişlerdir. Yapılan Ki Kare farklılık testi sonucunda Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarına gezi yapma durumunun yaşa göre $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma ($\chi^2=3,096$ ve $p=0,377$) olmadığı görülmüştür.

3.5. İnanç Turizmi Hakkında Ön Bilgiye Sahip Olma Durumu

Kastamonu inanç turizmiyle ilgili bir diğer soru katılımcıların inanç turizmi hakkında ön bilgiye sahip olma durumu hakkında bilgi almak amacıyla sorulmuştur. İlgili analiz sonuçları Tablo 4.20'de sunulmuştur.

Tablo 3.20. İnanç turizmi hakkında ön bilgiye sahip olma durumu

İnanç turizmi hakkında ön bilgiye sahipseniz bu bilgiye nasıl ulaştınız?	n	%
Aile	128	22,2
Okul	83	14,4
Sosyal Medya	104	18,1
Televizyon	12	2,1
Bilgi sahibi değilim	249	43,2
Toplam (N)	576	100,0

İnanç turizmi hakkında ön bilgiye sahip olma durumu hakkında en dikkat çekici bulgu katılımcıların inanç turizmiyle ilgili bilgi sahibi olmama durumunun %43,2'lik bir oranı kapsamasıdır. Dikkat çeken bir diğer bulgu ise katılımcıların inanç turizmiyle ilgili ön bilgiye en az oranda televizyondan öğrendikleri bulgusudur.

3.6. Kastamonu İli İnanç Turizmi Değişkenlerine Ait Bulgular

Bu bölümde halkın inanç turizminin ekonomik ve sosyokültürel boyutunun demografik değişkenler bakımından karşılaştırılmasına yönelik araştırma bulguları yer almaktadır. Sonrasında Kastamonu ili inanç turizmine ilişkin genel görüşlerine yer verilmiştir.

3.6.1. Kastamonu İli İnanç Turizminin Ekonomik Boyut Ölçeğine İlişkin Çıkarımsal Bulgular

Kastamonu ili inanç turizminin ekonomik boyutunun cinsiyet, medeni durum, öğrenim düzeyi, meslek, yaş ve gelire göre farklılaşıp farklılaşmadığına yönelik bulgular analiz edilmiştir. Halkın il inanç turizminin ekonomik boyut puanının cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı t test ile test edilmiştir. Test sonuçları Tablo 4.21’de sunulmuştur.

Tablo 3.21. Kastamonu ili inanç turizminin ekonomik boyut puanının cinsiyete göre t test sonucu

Boyutlar	Cinsiyet	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>Ss</i>	<i>t</i>	<i>df</i>	Ort Fark	<i>p</i>
Ekonomik Boyut (Toplam)	Kadın	316	44,27	8,63	,245	508,405	,19	,807
	Erkek	259	44,07	10,15				
Ekonomik Etki	Kadın	316	36,01	7,31	,341	505,263	,23	,733
	Erkek	259	35,78	8,69				
Fiyatlara Etki	Kadın	316	8,25	1,78	-,231	574	-,03	,817
	Erkek	260	8,28	1,86				

Katılımcıların “*Ekonomik Boyut*” ölçeği ile ilgili görüşleri arasında cinsiyete göre farklılık olup olmadığının belirlenebilmesi için yapılan t testi sonucunda hem ölçeğin bütün olarak ($\bar{X}_{Kadın}=44,27$, $\bar{X}_{Erkek}=44,07$) hem de ekonomik etki ($\bar{X}_{Kadın}=36,01$, $\bar{X}_{Erkek}=35,78$) ve fiyatlara etki alt boyutlarında ($\bar{X}_{Kadın}=8,25$, $\bar{X}_{Erkek}=8,28$) görüşler arasında cinsiyete göre istatistiksel olarak $p<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık çıkmamıştır.

Halkın il inanç turizminin “*Ekonomik Boyut*” ölçek puanının medeni duruma göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı t test ile test edilmiştir. Test sonuçları Tablo 3.22’de sunulmuştur.

Tablo 3.22. Kastamonu ili inanç turizminin “Ekonomik Boyut” ölçek puanının medeni duruma göre t test sonucu

Boyutlar	Medeni Durum	n	$\bar{X}$	Ss	t	df	Ort Fark	p
Ekonomik Boyut (Toplam)	Evli	294	44,23	9,57	,123	573	,09	,902
	Bekar	281	44,13	9,10				
Ekonomik Etki	Evli	294	36,02	8,17	,336	573	,22	,737
	Bekar	281	35,80	7,73				
Fiyatlara Etki	Evli	294	8,20	1,80	-,828	574	-,12	,408
	Bekar	282	8,33	1,83				

Yapılan t testi sonucunda “*Ekonomik Boyut*” ölçeği ile ilgili olarak katılımcıların ifadeleri arasında medeni duruma göre $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı görülmüştür.

Halkın il inanç turizminin “*Ekonomik Boyut*” ölçeği puanının gelir düzeyine göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile test edilmiştir. Test sonuçları Tablo 4.22’de sunulmuştur.

Tablo 3.23. Kastamonu ili inanç turizminin “Ekonomik Boyut” ölçeği puanının gelir düzeyine göre ANOVA sonucu

Boyutlar	Gelir Düzeyi	n	$\bar{X}$	Ss	Ort. Kare	f	p
Ekonomik Boyut (Toplam)	(1) 2250 TL ve Altı	106	42,55	9,63	161,451	1,844	,16
	(2) 2251-5000 TL Arası	297	44,23	9,57			
	(3) 5001 TL ve Üstü	99	44,92	8,36			
Ekonomik Etki	(1) 2250 TL ve Altı	106	34,48	8,04	118,585	1,863	,16
	(2) 2251-5000 TL Arası	297	35,96	8,12			
	(3) 5001 TL ve Üstü	99	36,48	7,46			
Fiyatlara Etki	(1) 2250 TL ve Altı	106	8,07	1,89	3,509	1,040	,35
	(2) 2251-5000 TL Arası	298	8,27	1,93			
	(3) 5001 TL ve Üstü	99	8,43	1,43			

Yapılan ANOVA testi sonucunda “*Ekonomik Boyut*” ölçeği ile ilgili olarak katılımcıların ifadeleri arasında gelir durumuna göre $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı bulunmuştur. Katılımcıların ifadelerinin boyutlara göre de farklılaşmadığı bulunmuştur.

Halkın il inanç turizminin “*Ekonomik Boyut*” ölçeği puanının yaşa göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile test

edilmiştir. Tek yönlü ANOVA testi öncesinde grupların homojen dağılıp dağılmadığı Levene's Homojenlik Testi ile kontrol edilmiştir. Yapılan varyansın homojenliği testi sonucunda hem “*Ekonomik Boyut*” ölçeğinin bir bütün olarak ($L_{sd:5-562}=1,63$) hem de ekonomik etki ($L_{sd:5-562}=1,22$) ve fiyatlara etki ($L_{sd:5-563}=0,86$) alt boyutlarında varyansların homojen olduğu bulunmuştur. Varyansın homojen olduğu durumda Post Hoc LSD testi yapılmıştır. Test sonuçları Tablo 4.23’te sunulmuştur.

Tablo 3.24. Kastamonu ili inanç turizminin ekonomik boyut puanının yaşa göre ANOVA sonucu

Boyutlar	Yaş	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>Ss</i>	Ort Kare	<i>F</i>	<i>p</i>	Fark (LSD)
Ekonomik Boyut (Toplam)	(1) 20 Yaş ve Altı	44	43,8	9,1	194,028	2,237	,049	
	(2) 21-25 Yaş Arası	139	43,0	9,5				2-3
	(3) 26-30 Yaş Arası	102	45,6	8,5				2-6
	(4) 31-35 Yaş Arası	93	44,9	9,2				3-5
	(5) 36-40 Yaş Arası	127	42,7	10,7				5-6
	(6) 41-45 Yaş Arası	63	46,1	7,3				
Ekonomik Etki	(1) 20 Yaş ve Altı	44	35,7	7,5	165,402	2,640	,023	
	(2) 21-25 Yaş Arası	139	34,9	8,0				2-3
	(3) 26-30 Yaş Arası	102	37,2	7,4				2-6
	(4) 31-35 Yaş Arası	93	36,5	7,8				3-5
	(5) 36-40 Yaş Arası	127	34,6	9,0				5-6
	(6) 41-45 Yaş Arası	63	37,9	6,4				
Fiyatlara Etki	(1) 20 Yaş ve Altı	44	8,0	2,1	2,480	,742	,592	
	(2) 21-25 Yaş Arası	139	8,2	1,9				
	(3) 26-30 Yaş Arası	103	8,5	1,7				
	(4) 31-35 Yaş Arası	93	8,4	1,7				
	(5) 36-40 Yaş Arası	127	8,1	1,9				
	(6) 41-45 Yaş Arası	63	8,2	1,6				

Yapılan ANOVA testi sonucunda katılımcıların “*Ekonomik Boyut*” ölçeğinin yaşa göre istatistiksel olarak $p<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık gösterdiği ($F_{sd:5-562}=2,237$ ve $p=0,049$) bulunmuştur. Ayrıca katılımcıların görüşleri arasında “*Ekonomik Etki*” boyutunda da yaşa göre istatistiksel olarak $p<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık gösterdiği ($F_{sd:5-562}=2,640$ ve $p=0,023$) bulunmuştur. Ölçeğin “*Fiyatlara Etki*” alt boyutunda ise anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. “*Ekonomik Boyut*” ölçeği bir bütün olarak incelendiğinde yaş gruplarına göre farklılık olduğu bulunmuştur. Yapılan LSD testi sonucunda 21-25 yaş arası grupla ($\bar{X}=43,05$), 26-30 yaş arası ($\bar{X}=45,64$), 41-45 yaş arası ($\bar{X}=46,12$), grubun ifadelerinde istatistiksel olarak $p<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılığın olduğu bulunmuştur. Benzer şekilde 26-30 yaş arası

grupla ($\bar{X}=45,64$) 36-40 yaş arası grup ($\bar{X}=42,70$) grubun ifadelerinde istatistiksel olarak $p<0,05$ düzeyinde ve 36-40 yaş arası grupla ($\bar{X}=42,70$) 41-45 yaş grup arasında ($\bar{X}=46,12$) grubun ifadelerinde istatistiksel olarak $p<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılığın olduğu bulunmuştur. “*Ekonomik Etki*” alt boyutundaki yaş gruplarına göre farklılık LSD testi ile hesaplanmıştır. Bu test sonucunda 21-25 yaş arası grupla ($\bar{X}=34,87$), 26-30 yaş arası ($\bar{X}=37,18$ ve $P=0,026$) ve 41-45 yaş arası ($\bar{X}=37,90$ ve $P=0,012$), grubun ifadelerinde istatistiksel olarak $p<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılığın olduğu bulunmuştur. Benzer şekilde 26-30 yaş arası ($\bar{X}=37,18$) grupla 36-40 yaş arası grup arasında ($\bar{X}=34,55$) grubun ifadelerinde istatistiksel olarak $p<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılığın olduğu bulunmuştur. Ayrıca 36-40 yaş arası grup ile ($\bar{X}=34,55$) 41-45 yaş arası ($\bar{X}=37,90$), grubun ifadelerinde istatistiksel olarak $p<0,01$ düzeyinde anlamlı bir farklılığın olduğu bulunmuştur. Diğer grup ile yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Halkın il inanç turizminin “*Ekonomik Boyut*” ölçek puanının Kastamonu’da yaşama süresine göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile test edilmiştir. Test sonuçları Tablo 4.24’te sunulmuştur.

Tablo 3.25. Kastamonu ili inanç turizminin “*Ekonomik Boyut*” ölçeği puanının Kastamonu’da yaşama süresine göre ANOVA sonucu

Boyutlar	Yaşama Süresi	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>Ss</i>	Ort. Kare	<i>f</i>	<i>p</i>
Ekonomik Boyut (Toplam)	(1) Doğma Büyüme	246	44,75	8,97	62,182	,773	,510
	(2) 1-5 Yıl	99	45,58	7,34			
	(3) 6-10 Yıl	41	44,66	6,89			
	(4) 10 Yıldan Fazla	93	43,61	11,10			
Ekonomik Etki	(1) Doğma Büyüme	246	36,36	7,70	54,583	,926	,428
	(2) 1-5 Yıl	99	37,25	6,20			
	(3) 6-10 Yıl	41	36,10	6,02			
	(4) 10 Yıldan Fazla	93	35,42	9,47			
Fiyatlara Etki	(1) Doğma Büyüme	246	8,39	1,70	1,555	,520	,669
	(2) 1-5 Yıl	100	8,32	1,64			
	(3) 6-10 Yıl	41	8,56	1,43			
	(4) 10 Yıldan Fazla	93	8,19	2,00			

Yapılan ANOVA testi sonucunda “*Ekonomik Boyut*” ölçeği ile ilgili olarak katılımcıların ifadeleri arasında Kastamonu’da yaşama durumuna göre $p<0,05$

düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı bulunmuştur. Katılımcıların ifadelerinin boyutlara göre de farklılaşmadığı bulunmamıştır.

Halkın il inanç turizminin “*Ekonomik Boyut*” ölçeği puanının öğrenim durumuna göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile test edilmiştir. Test sonuçları Tablo 4326’da sunulmuştur.

Tablo 3.26. Kastamonu ili inanç turizminin “*Ekonomik Boyut*” ölçeği puanının öğrenim durumuna göre ANOVA sonucu

Boyutlar	Öğrenim Durumu	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>Ss</i>	Ort. Kare	<i>f</i>	<i>p</i>
Ekonomik Boyut (Toplam)	(1) Lisansüstü	67	44,940	8,942	161,263	1,858	,116
	(2) Üniversite	339	44,811	8,499			
	(3) Lise	119	42,244	10,804			
	(4) Ortaokul	27	43,259	12,489			
	(5) İlkokul	23	43,870	9,392			
Ekonomik Etki	(1) Lisansüstü	67	36,478	7,660	100,583	1,594	,174
	(2) Üniversite	339	36,407	7,275			
	(3) Lise	119	34,361	9,234			
	(4) Ortaokul	27	35,259	10,320			
	(5) İlkokul	23	35,826	7,895			
Fiyatlara Etki	(1) Lisansüstü	67	8,463	1,700	7,382	2,242	,063
	(2) Üniversite	340	8,403	1,697			
	(3) Lise	119	7,882	1,992			
	(4) Ortaokul	27	8,000	2,304			
	(5) İlkokul	23	8,043	2,205			

Yapılan ANOVA testi sonucunda “*Ekonomik Boyut*” ölçeği ile ilgili olarak katılımcıların ifadeleri arasında öğrenim durumuna göre $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı bulunmuştur. Katılımcıların ifadelerinin boyutlara göre de farklılaşmadığı bulunmuştur.

Halkın il inanç turizminin “*Ekonomik Boyut*” ölçeği puanının mesleklere göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile test edilmiştir. Tek yönlü ANOVA testi öncesinde grupların homojen dağılıp dağılmadığı Levene’s Homojenlik Testi ile kontrol edilmiştir. Yapılan varyansın homojenliği testi sonucunda boyutlar düzeyinde varyansın homojen olduğu, ancak ölçeğin bir bütün olarak homojenlik göstermediği ($L_{Sd:5-569}=2,40$) bulunmuştur. Ölçeğin bir bütün olarak homojenlik testi sonucu homojen çıkmadığı için varyansın homojen olmadığı

durumlarda uygulanan Post Hoc Tamhane testi ile meslek grupları arasındaki farklılık incelenmiştir. Ölçeğin alt boyutlarında varyans homojen olduğundan Post Hoc Tukey testi ile “*Ekonomik Etki*” ve “*Fiyatlara Etki*” alt boyutlarında mesleklere göre farklılık incelenmiştir. Test sonuçları Tablo 3.27’de sunulmuştur.

Tablo 3.27. Kastamonu ili inanç turizminin “*Ekonomik Boyut*” ölçeği puanının mesleklere göre ANOVA sonucu

Boyutlar	Meslek	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>Ss</i>	Ort. Kare	<i>f</i>	<i>p</i>	Fark (Tamhane)	Fark (Tukey)
Ekonomik Boyut (Toplam)	(1) Öğrenci	120	44,28	8,49	329,1	3,86	,00	4-2 4-3	-
	(2) Memur	184	45,43	8,84					
	(3) Yönetici	46	46,52	7,26					
	(4) Serbest Meslek	76	40,46	11,2					
	(5) İşçi	74	44,12	10,1					
	(6) İşsiz	75	43,36	9,17					
Ekonomik Etki	(1) Öğrenci	120	35,96	7,26	209,8	3,38	,00	-	4-2 4-3
	(2) Memur	184	36,94	7,49					
	(3) Yönetici	46	37,83	6,52					
	(4) Serbest Meslek	76	33,00	9,60					
	(5) İşçi	74	35,85	8,59					
	(6) İşsiz	75	35,17	7,85					
Fiyatlara Etki	(1) Öğrenci	121	8,32	1,79	13,6	4,23	,00	-	4-1 4-2 4-3
	(2) Memur	184	8,49	1,70					
	(3) Yönetici	46	8,70	1,36					
	(4) Serbest Meslek	76	7,46	2,14					
	(5) İşçi	74	8,27	1,93					
	(6) İşsiz	75	8,19	1,74					

Yapılan ANOVA testi sonucunda katılımcıların “*Ekonomik Boyut*” ölçeği ile ilgili olarak görüşleri arasında mesleklere göre istatistiksel olarak $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı bir farklılık gösterdiği ($F_{sd:5}=3,86$ ve $p=0,002$) bulunmuştur. Ayrıca katılımcıların görüşleri arasında “*Ekonomik Etki*” boyutunda da mesleklere göre istatistiksel olarak $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı bir farklılık gösterdiği ($F_{sd:5}=3,38$ ve $p=0,005$) bulunmuştur. Ölçeğin “*Fiyatlara Etki*” alt boyutunda da ($F_{sd:5}=4,22$ ve $p=0,001$) mesleklere göre istatistiksel olarak $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı bir farklılık gösterdiği bulunmuştur.

Hangi meslekler arasında farkın olduğunu belirleyebilmek için yapılan Post Hoc Tamhane testi sonucunda serbest meslek sahibi olanların ($\bar{X}=40,46$) ifadeleri ile memur olanların ($\bar{X}=45,43$) arasında $p<0,05$ düzeyinde ve yönetici olanlarla ise ($\bar{X}=46,52$) arasında $p<0,01$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Diğer meslek grupları arasında ölçeğin bütününde istatistiksel olarak ifadeler arası anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Meslekler arasındaki farkın olduğunu belirleyebilmek amacıyla yapılan “*Ekonomik Etki*” alt boyutunda Post Hoc Tukey testi sonucunda serbest meslek sahibi olanların ($\bar{X}=33,00$) ifadeleri ile memur olanların ($\bar{X}=36,94$) arasında $p<0,05$ düzeyinde ve yönetici olanlarla ise ($\bar{X}=37,83$) arasında $p<0,01$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Diğer meslek grupları arasında ölçeğin bütününde istatistiksel olarak ifadeler arası anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Meslekler arasındaki farkın olduğunu belirleyebilmek amacıyla yapılan “*Fiyatlara Etki*” alt boyutunda Post Hoc Tukey testi sonucunda serbest meslek sahibi olanların ($\bar{X}=7,46$) ifadeleri ile öğrenci olanların ($\bar{X}=8,32$) arasında $p<0,05$ memur olanların ($\bar{X}=8,49$) arasında $p<0,001$ ve yönetici olanlarla ise ($\bar{X}=8,70$) arasında $p<0,01$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Diğer meslek grupları arasında ölçeğin bütününde istatistiksel olarak ifadeler arası anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

3.6.2. Kastamonu İli İnanç Turizminin Sosyo - Kültürel Boyut Ölçeğine İlişkin Çıkarımsal Bulgular

Kastamonu ili inanç turizminin “*Sosyo-Kültürel Boyut*” ölçeğinin cinsiyet, medeni durum, öğrenim düzeyi, meslek, yaş ve gelire göre farklılaşıp farklılaşmadığına yönelik bulgular analiz edilmiştir. Halkın il inanç turizminin “*Sosyo-Kültürel Boyut*” ölçeği puanının cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı t test ile test edilmiştir. Test sonuçları Tablo 3.28’de sunulmuştur.

Tablo 3.28. Kastamonu ili inanç turizminin sosyo-kültürel boyut ölçeği puanının cinsiyete göre t test sonucu

Boyutlar	Cinsiyet	N	$\bar{X}$	Ss	T	Sd	p
Sosyo-Kültürel	Kadın	316	34,58	6,36	-,645	518,726	,519
Hayat (Toplam)	Erkek	260	34,95	7,27			
Ahlaki ve Kültürel	Kadın	316	14,04	3,04	,261	518,625	,794
Değerlere Etki	Erkek	260	13,97	3,48			
Sosyal Hayata	Kadın	316	10,30	2,29	-1,321	574	,187
Olumsuz Etki	Erkek	260	10,56	2,52			
Doğaya ve Çevreye	Kadın	316	10,24	2,43	-,829	527,925	,408
Olumlu Etki	Erkek	260	10,42	2,69			

Yapılan t testi sonucunda “*Sosyo-Kültürel Boyut*” ölçeği ile ilgili olarak katılımcıların ifadeleri arasında cinsiyete göre $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı görülmüştür.

Halkın il inanç turizminin “*Sosyo-Kültürel Boyut*” ölçeği puanının medeni duruma göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı t test ile test edilmiştir. Test sonuçları Tablo 3.29’da sunulmuştur.

Tablo 3.29. Kastamonu ili inanç turizminin sosyo-kültürel boyut ölçeği puanının medeni duruma göre t testi sonucu

Boyutlar	Medeni Durum	n	$\bar{X}$	Ss	t	Sd	p
Sosyo-Kültürel Hayat	Evli	294	34,38	6,19	-1,33	549,916	,184
(Toplam)	Bekar	282	35,13	7,34			
Ahlaki ve Kültürel	Evli	294	13,79	3,10	-1,66	574	,097
Değerlere Etki	Bekar	282	14,24	3,37			
Sosyal Hayata	Evli	294	10,50	2,25	,85	559,332	,396
Olumsuz Etki	Bekar	282	10,33	2,54			
Doğaya ve Çevreye	Evli	294	10,09	2,43	-2,24	574	,025
Olumlu Etki	Bekar	282	10,56	2,65			

Yapılan t testi sonucunda “*Sosyo-Kültürel Boyut*” ölçeği ile ilgili olarak “*Doğaya ve Çevreye Olumlu Etki*” alt boyutunda katılımcıların ifadeleri arasında medeni duruma göre $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu bulunmuştur. Diğer boyutlara göre ise anlamlı bir farklılık bulunmadığı görülmüştür.

Halkın il inanç turizminin “*Sosyo-Kültürel Boyut*” ölçeği puanının yaşa göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile test edilmiştir. Tek yönlü ANOVA testi öncesinde grupların homojen dağılıp dağılmadığı Levene’s Homojenlik Testi ile kontrol edilmiştir. Yapılan varyansın homojenliği testi sonucunda “*Sosyal Hayata Olumsuz Etki*” alt boyutunda ($L_{Sd.5-563}=2,583$) ve “*Ahlaki ve Kültürel Değerlere Etki*” alt boyutunda ($L_{Sd.5-563}=2,876$) varyansın homojen olmadığı diğer boyutlarda ve ölçeğin bütününde ise homojen olduğu bulunmuştur. “*Sosyal Hayata Olumsuz Etki*” alt boyutunda varyans homojen olmadığından Post Hoc Tamhane testi uygulanmıştır. Test sonuçları Tablo 3.30’da gösterilmiştir.

Tablo 3.30. Kastamonu ili inanç turizminin sosyo-kültürel boyut ölçeği puanının yaşa göre ANOVA sonucu

Boyutlar	Yaş	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>Ss</i>	Ort. Kare	<i>f</i>	<i>p</i>	Fark (Tamhane)
Sosyo- Kültürel Hayat (Toplam)	(1) 20 Yaş ve Altı	44	35,82	6,42	97,481	2,14	,059	-
	(2) 21-25 Yaş Arası	139	34,39	7,22				
	(3) 26-30 Yaş Arası	103	34,83	6,92				
	(4) 31-35 Yaş Arası	93	35,88	5,91				
	(5) 36-40 Yaş Arası	127	33,30	7,21				
	(6) 41-45 Yaş Arası	63	35,48	5,69				
Ahlaki ve Kültürel Değerlere Etki	(1) 20 Yaş ve Altı	44	13,95	3,30	19,023	1,82	,107	-
	(2) 21-25 Yaş Arası	139	14,02	3,41				
	(3) 26-30 Yaş Arası	103	14,24	3,21				
	(4) 31-35 Yaş Arası	93	14,39	3,13				
	(5) 36-40 Yaş Arası	127	13,27	3,52				
	(6) 41-45 Yaş Arası	63	14,36	2,16				
Sosyal Hayata Olumsuz Etki	(1) 20 Yaş ve Altı	44	10,81	2,26	14,438	2,56	,027	2-4
	(2) 21-25 Yaş Arası	139	9,98	2,53				
	(3) 26-30 Yaş Arası	103	10,47	2,49				
	(4) 31-35 Yaş Arası	93	10,96	1,88				
	(5) 36-40 Yaş Arası	127	10,16	2,47				
	(6) 41-45 Yaş Arası	63	10,62	2,36				
Doğaya ve Çevreye Olumlu Etki	(1) 20 Yaş ve Altı	44	11,04	2,32	12,012	1,88	,096	-
	(2) 21-25 Yaş Arası	139	10,39	2,49				
	(3) 26-30 Yaş Arası	103	10,13	2,55				
	(4) 31-35 Yaş Arası	93	10,54	2,51				
	(5) 36-40 Yaş Arası	127	9,87	2,59				
	(6) 41-45 Yaş Arası	63	10,49	2,61				

Yapılan ANOVA testi sonucunda inanç turizminin “*Sosyo-Kültürel Boyut*” ölçeğinin “*Sosyal Hayata Olumsuz Etki*” alt boyutunda katılımcıların görüşlerinde yaşa göre

$p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma olduğu ($p = 0,027$) bulunmuştur. Bu farklılaşmanın hangi yaş grupları arasında olduğunu belirleyebilmek için Post Hoc Tamhane testi uygulanmıştır. Yapılan Tamhane testi sonucunda 21-25 yaş arası katılımcılar ($\bar{X} = 9,97$) ile 31-35 yaş arası katılımcıların ($\bar{X} = 10,95$) görüşleri arasında $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu bulunmuştur. Diğer yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Halkın il inanç turizminin “Sosyo-Kültürel Boyut” ölçeği puanının gelir düzeyine göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile test edilmiştir. Tek yönlü ANOVA testi öncesinde grupların homojen dağılıp dağılmadığı Levene’s Homojenlik Testi ile kontrol edilmiştir. Yapılan Levene testi sonucunda inanç turizminin “Sosyo-Kültürel Boyut” ölçeğinin hem bir bütün olarak hem de her üç alt boyutunda da varyansın homojen olduğu bulunmuştur. “Ahlaki ve Kültürel Değerlere Etki” alt boyutunda varyans homojen olduğundan Post Hoc LSD testi uygulanmıştır. Test sonuçları Tablo 3.31’de gösterilmiştir.

Tablo 3.31. Kastamonu ili inanç turizminin sosyo-kültürel boyut ölçeği puanının gelir düzeyine göre ANOVA sonucu

Boyutlar	Gelir	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>Ss</i>	Ort. Kare	<i>f</i>	<i>p</i>	Fark (LSD)
Sosyo-Kültürel Hayat (Toplam)	(1) 2250 TL ve Altı	106	33,91	6,43	43,466	,928	,396	-
	(2) 2251-5000 TL	298	34,94	7,14				
	(3) 5001 TL Üstü	99	34,86	6,33				
Ahlaki ve Kültürel Değerlere Etki	(1) 2250 TL ve Altı	106	13,35	3,01	33,028	3,100	,046	1-3
	(2) 2251-5000 TL	298	14,03	3,43				
	(3) 5001 TL Üstü	99	14,46	3,01				
Sosyal Hayata Olumsuz Etki	(1) 2250 TL ve Altı	106	10,18	2,47	5,933	1,022	,361	-
	(2) 2251-5000 TL	298	10,56	2,40				
	(3) 5001 TL Üstü	99	10,36	2,35				
Doğaya ve Çevreye Olumlu Etki	(1) 2250 TL ve Altı	106	10,38	2,33	4,437	,673	,511	-
	(2) 2251-5000 TL	298	10,36	2,71				
	(3) 5001 TL Üstü	99	10,03	2,36				

Yapılan ANOVA testi sonucunda ölçeğin sadece “Ahlaki ve Kültürel Değerlere Etki” alt boyutunda katılımcıların gelir düzeylerine göre toplam puanlarında istatistiksel olarak $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılaşma olduğu ($F_{sd:2} = 3,100$ ve $p = 0,046$) bulunmuştur. Bu farklılığın hangi gelir düzeyleri arasında olduğunu belirleyebilmek için ise varyansın homojen olduğu durumlarda uygulanan Post Hoc LSD testi

uygulanmıştır. Gelir düzeylerine göre “*Ahlaki ve Kültürel Değerlere Etkisi*” alt boyutu ile ilgili görüş farklılığının 2250 TL ve altı gelir düzeyine sahip olanlarla ($\bar{X}=13,34$) gelir düzeyi 5001 TL ve üstü olanlar ($\bar{X}=14,46$) arasında istatistiksel olarak $p<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılaşma bulunmuştur.

Halkın il inanç turizminin “*Sosyo-Kültürel Boyut*” ölçeği puanının öğrenim düzeyine göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile test edilmiştir. Tek yönlü ANOVA testi öncesinde grupların homojen dağılıp dağılmadığı Levene’s Homojenlik Testi ile kontrol edilmiştir. Yapılan varyansın homojenliği testi sonucunda hem ölçeğin bütününde hem de alt boyutlarda öğrenim düzeylerine göre varyansın homojen olduğu bulunmuştur. Test sonuçları Tablo 3.32’de sunulmuştur.

Tablo 3.32. Kastamonu ili inanç turizminin sosyo-kültürel boyut ölçeği puanının öğrenim durumuna göre ANOVA sonucu

Boyutlar	Öğrenim Durumu	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>Ss</i>	Ort. Kare	<i>f</i>	<i>p</i>
Sosyo-Kültürel Hayat (Toplam)	(1) Lisansüstü	67	34,81	7,99	50,370	1,095	,358
	(2) Üniversite	340	35,09	6,60			
	(3) Lise	119	33,64	6,65			
	(4) Ortaokul	27	35,44	6,29			
	(5) İlkokul	23	34,48	6,86			
Ahlaki ve Kültürel Değerlere Etki	(1) Lisansüstü	67	14,04	3,62	14,693	1,402	,232
	(2) Üniversite	340	14,24	3,18			
	(3) Lise	119	13,54	3,32			
	(4) Ortaokul	27	13,63	2,88			
	(5) İlkokul	23	13,35	2,81			
Sosyal Hayata Olumsuz Etki	(1) Lisansüstü	67	10,43	2,73	3,612	,628	,643
	(2) Üniversite	340	10,43	2,38			
	(3) Lise	119	10,23	2,23			
	(4) Ortaokul	27	11,04	2,36			
	(5) İlkokul	23	10,39	2,59			
Doğaya ve Çevreye Olumlu Etki	(1) Lisansüstü	67	10,33	2,78	9,332	1,440	,219
	(2) Üniversite	340	10,41	2,49			
	(3) Lise	119	9,86	2,57			
	(4) Ortaokul	27	10,78	2,61			
	(5) İlkokul	23	10,74	2,49			

İnanç turizminin “*Sosyo-Kültürel Boyut*” ölçeği ile ilgili olarak katılımcıların görüşleri arasında öğrenim düzeylerine göre farklılaşma olup olmadığını

belirleyebilmek için ANOVA testi yapılmış ve hem ölçeğin tamamında hem de alt boyutlarda farklılaşma bulunmamıştır.

Halkın il inanç turizminin “*Sosyo-Kültürel Boyut*” ölçeği puanının öğrenim düzeyine göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile test edilmiştir. Tek yönlü ANOVA testi öncesinde grupların homojen dağılıp dağılmadığı Levene’s Homojenlik Testi ile kontrol edilmiştir. Yapılan varyansın homojenliği testi sonucunda hem ölçeğin bütününde hem de alt boyutlarda Kastamonu’da yaşama durumuna göre varyansın homojen olduğu bulunmuştur. Test sonuçları Tablo 3.33’te sunulmuştur.

Tablo 3.33. Kastamonu ili inanç turizminin sosyo-kültürel boyut ölçeği puanının yaşama süresine göre ANOVA sonucu

Boyutlar	Yaşama Süresi	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>Ss</i>	Ort. Kare	<i>F</i>	<i>p</i>
Sosyo-Kültürel Hayat (Toplam)	(1) Doğma Büyüme	246	34,68	6,63	23,751	,515	,672
	(2) 1-5 Yıl	100	35,52	6,98			
	(3) 6-10 Yıl	41	34,66	5,49			
	(4) 10 Yıldan Fazla	93	35,40	7,48			
Ahlaki ve Kültürel Değerlere Etki	(1) Doğma Büyüme	246	13,87	3,18	11,056	1,070	,362
	(2) 1-5 Yıl	100	14,53	3,22			
	(3) 6-10 Yıl	41	14,02	2,45			
	(4) 10 Yıldan Fazla	93	14,23	3,58			
Sosyal Hayata Olumsuz Etki	(1) Doğma Büyüme	246	10,45	2,39	1,201	,208	,891
	(2) 1-5 Yıl	100	10,44	2,47			
	(3) 6-10 Yıl	41	10,68	2,08			
	(4) 10 Yıldan Fazla	93	10,61	2,49			
Doğaya ve Çevreye Olumlu Etki	(1) Doğma Büyüme	246	10,37	2,54	4,377	,670	,571
	(2) 1-5 Yıl	100	10,55	2,55			
	(3) 6-10 Yıl	41	9,95	2,34			
	(4) 10 Yıldan Fazla	93	10,56	2,69			

Yapılan ANOVA testi sonucunda inanç turizminin “*Sosyo-Kültürel Boyut*” ölçeği ile ilgili olarak katılımcıların ifadeleri arasında Kastamonu’da yaşama durumuna göre $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı bulunmuştur. Katılımcıların ifadelerinin boyutlara göre de farklılaşmadığı bulunmamıştır.

Halkın il inanç turizminin “*Sosyo-Kültürel Boyut*” ölçeği puanının öğrenim düzeyinin mesleklere göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile test edilmiştir. Tek yönlü ANOVA testi öncesinde grupların homojen

dağılıp dağılmadığı Levene's Homojenlik Testi ile kontrol edilmiştir. Yapılan varyansın homojenliği testi sonucunda boyutlar düzeyinde sadece “*Doğaya ve Çevreye Olumlu Etki*” alt boyutunda ($L_{Sd:5-570}=2,638$ ve $p=0,002$) varyansın homojen olmadığı, diğer boyutlarda homojenlik gösterdiği bulunmuştur. Ancak ölçeğin bir bütün olarak da homojenlik göstermediği ($L_{Sd:5-570}=3,843$ ve $p=0,023$) bulunmuştur. Test sonuçları Tablo 3.34’te sunulmuştur.

Tablo 3.34. Kastamonu ili inanç turizminin sosyo-kültürel boyut ölçeği puanının mesleklere göre ANOVA sonucu

Boyutlar	Meslek	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>Ss</i>	Ort. Kare	<i>f</i>	<i>P</i>	Fark (Tukey)
Sosyo-Kültürel Hayat	(1) Öğrenci	121	35,09	6,24	94,204	2,065	,068	-
	(2) Memur	184	35,43	6,62				
	(3) Yönetici	46	35,52	8,04				
	(4) Serbest Meslek	76	32,71	8,25				
	(5) İşçi	74	34,74	6,27				
	(6) İşsiz	75	34,13	5,73				
Ahlaki ve Kültürel Değerlere Etki	(1) Öğrenci	121	14,28	3,21	33,872	3,286	,006	4-1 4-2
	(2) Memur	184	14,48	3,20				
	(3) Yönetici	46	14,26	3,34				
	(4) Serbest Meslek	76	12,84	3,60				
	(5) İşçi	74	13,82	3,16				
	(6) İşsiz	75	13,63	2,75				
Sosyal Hayata Olumsuz Etki	(1) Öğrenci	121	10,15	2,34	6,661	1,162	,327	-
	(2) Memur	184	10,68	2,25				
	(3) Yönetici	46	10,59	3,03				
	(4) Serbest Meslek	76	10,09	2,71				
	(5) İşçi	74	10,57	2,24				
	(6) İşsiz	75	10,31	2,17				
Doğaya ve Çevreye Olumlu Etki	(1) Öğrenci	121	10,66	2,34	8,778	1,355	,240	-
	(2) Memur	184	10,27	2,56				
	(3) Yönetici	46	10,67	2,57				
	(4) Serbest Meslek	76	9,78	3,14				
	(5) İşçi	74	10,35	2,50				
	(6) İşsiz	75	10,20	2,15				

Yapılan ANOVA testi sonucunda inanç turizminin “*Sosyo-Kültürel Boyut*” ölçeği ile ilgili olarak katılımcıların görüşleri arasında mesleklere göre istatistiksel olarak $p<0,01$ düzeyinde anlamlı bir farklılık göstermediği bulunmuştur. Ancak ölçeğin “*Ahlaki ve Kültürel Değerlere Etki*” alt boyutunda ($F_{Sd:5}=33,872$ ve $p=0,006$) mesleklere göre istatistiksel olarak $p<0,01$ düzeyinde anlamlı bir farklılık gösterdiği

bulunmuştur. Ölçeğin “*Ahlaki ve Kültürel Değerlere Etki*” alt boyutu homojenlik testi sonucu varyans homojen çıktığı için Post Hoc Tukey testi ile meslek grupları arasındaki farklılık incelenmiştir. Meslekler arasındaki farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirleyebilmek amacıyla yapılan Post Hoc Tukey testi sonucunda serbest meslek grubundaki ($\bar{X}=12,84$) katılımcılar ile öğrenci grubu ($\bar{X}=14,28$) arasında $p<0,05$ düzeyinde ve memur grubu ($\bar{X}=14,47$) arasında ise $p<0,01$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

3.6.3. Araştırmaya Katılanların Kastamonu’daki İnanç Turizmine Genel Bakışı

Kastamonu ili inanç turizminin “*Genel Bakış Boyutu*” ölçeğinin cinsiyet, medeni durum, öğrenim düzeyi, meslek, yaş ve gelire göre farklılaşıp farklılaşmadığına yönelik bulgular analiz edilmiştir. Halkın il inanç turizminin “*Genel Bakış Boyutu*” ölçeği puanının cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı T Test ile test edilmiştir. Test sonuçları Tablo 3.35’te sunulmuştur.

Tablo 3.35. Kastamonu ili inanç turizmine genel bakış boyutu ölçeğinin cinsiyete göre T test sonucu

Boyutlar	Cinsiyet	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>Ss</i>	<i>t</i>	<i>Sd</i>	<i>Ort Fark</i>	<i>p</i>
Endişe Boyutu	Kadın	316	14,43	4,16	,008	574	,00278	,994
	Erkek	260	14,43	4,38				
Olumlu Katkı Boyutu	Kadın	316	15,22	3,28	-,310	574	-,08685	,757
	Erkek	260	15,31	3,42				

Katılımcıların inanç turizmine ilişkin “*Genel Bakış Boyutu*” ölçeği boyutları düzeyinde görüşleri arasında cinsiyete göre farklılık olup olmadığının belirlenebilmesi için yapılan t testi sonucunda inanç turizmine duyulan “*Endişe*” boyutunda olarak ($\bar{X}_{Kadın}=14,43$, $\bar{X}_{Erkek}=14,43$) hem de ölçeğin “*Olumlu Katkı*” boyutunda ($\bar{X}_{Kadın}=15,22$, $\bar{X}_{Erkek}=15,31$) görüşler arasında cinsiyete göre istatistiksel olarak $p<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık çıkmamıştır.

Halkın il inanç turizminin “*Genel Bakış Boyutu*” ölçeği puanının cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı t test ile test edilmiştir. Test sonuçları Tablo 3.36’da sunulmuştur.

Tablo 3.36. Kastamonu ili inanç turizmine genel bakışın medeni duruma göre T test sonucu

Boyutlar	Medeni Durum	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>Ss</i>	<i>T</i>	<i>df</i>	<i>Ort Fark</i>	<i>p</i>
Endişe Boyutu	(1) Evli	294	13,99	4,10	-2,539	574	-,89687	,011
	(2) Bekar	282	14,89	4,37				
Olumlu Katkı Boyutu	(1) Evli	294	15,02	3,19	-1,810	564,88	-,50427	071
	(2) Bekar	282	15,52	3,48				

Katılımcıların “*Genel Bakış Boyutu*” ölçeği ile ilgili olarak cinsiyete göre farklılık olup olmadığının belirlenebilmesi için yapılan t testi sonucunda inanç turizmine duyulan “*Endişe*” boyutunda ($\bar{X}_{\text{Evli}}=13,99$ $\bar{X}_{\text{Bekar}}=14,89$) olarak $p<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık görülmektedir. Ölçeğin “*Olumlu Katkı*” boyutunda ise ($\bar{X}_{\text{Evli}}=15,02$, $\bar{X}_{\text{Bekar}}=15,52$) görüşler arasında medeni duruma göre istatistiksel olarak $p<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık çıkmamıştır.

Halkın il inanç turizminin genel boyut puanının yaşa göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile test edilmiştir. Tek yönlü ANOVA testi öncesinde grupların homojen dağılıp dağılmadığı Levene’s Homojenlik Testi ile kontrol edilmiştir. Yapılan varyansın homojenliği testi sonucunda “*Endişe*” ($L_{\text{Sd:2-500}}=2,842$) ve “*Olumlu Katkı*” alt boyutunda ($L_{\text{Sd:2-500}}=,542$) varyansın homojen olduğu görülmüştür. Test sonuçları Tablo 3.37’de sunulmuştur.

Tablo 3.37. Kastamonu ili inanç turizmine genel bakışın gelir durumuna göre ANOVA sonucu

Boyutlar	Gelir Durumu	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>Ss</i>	Ort. Kare	<i>f</i>	<i>p</i>
Endişe Boyutu	(1) 2250 TL ve Altı	106	15,02	3,94	51,236	2,842	,059
	(2) 2251-5000 TL Arası	298	14,39	4,49			
	(3) 5001 TL ve Üstü	99	13,61	3,77			
Olumlu Katkı Boyutu	(1) 2250 TL ve Altı	106	15,15	3,73	6,344	,542	,582
	(2) 2251-5000 TL Arası	298	15,14	3,47			
	(3) 5001 TL ve Üstü	99	15,54	2,87			

Yapılan ANOVA testi sonucunda “*Genel Bakış Boyutu*” ölçeği ile ilgili olarak “*Endişe*” ve “*Olumlu Katkı*” alt boyutu arasında gelir durumuna göre istatistiksel olarak $p<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık göstermediği görülmüştür.

Halkın il inanç turizminin “*Genel Bakış Boyutu*” ölçeği puanının yaşa göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile test edilmiştir. Tek yönlü ANOVA testi öncesinde grupların homojen dağılıp dağılmadığı Levene’s Homojenlik Testi ile kontrol edilmiştir. Yapılan varyansın homojenliği testi sonucunda “Endişe” ($L_{Sd:5-563}=2,411$) ve “*Olumlu Katkı*” alt boyutunda ($L_{Sd:5-563}=1,003$) varyansın homojen olduğu görülmüştür. Test sonuçları Tablo 3.38’de sunulmuştur.

Tablo 3.38. Kastamonu ili inanç turizmine genel bakışın yaşa göre ANOVA sonucu

Boyutlar	Yaş	N	$\bar{X}$	Ss	Ort Kare	f	P	Fark (LSD)
Endişe Boyutu	(1) 20 Yaş ve Altı	44	15,25	4,68	42,589	2,411	,035	2-3 2-5 5-1
	(2) 21-25 Yaş Arası	139	15,21	3,97				
	(3) 26-30 Yaş Arası	103	13,81	4,27				
	(4) 31-35 Yaş Arası	93	14,19	4,64				
	(5) 36-40 Yaş Arası	127	13,77	3,85				
	(6) 41-45 Yaş Arası	63	14,24	4,25				
Olumlu Katkı Boyutu	(1) 20 Yaş ve Altı	44	15,34	3,44	11,007	1,003	,415	-
	(2) 21-25 Yaş Arası	139	15,43	3,48				
	(3) 26-30 Yaş Arası	103	15,17	3,19				
	(4) 31-35 Yaş Arası	93	15,48	3,06				
	(5) 36-40 Yaş Arası	127	14,72	3,52				
	(6) 41-45 Yaş Arası	63	15,63	2,94				

Yapılan ANOVA testi sonucunda “*Genel Bakış Boyutu*” ölçeği ile ilgili olarak “*Olumlu Katkı*” alt boyutu arasında yaşa göre istatistiksel olarak $p<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık göstermediği görülmüştür. Ancak ölçeğin “*Endişe*” alt boyutunda ($F_{Sd:5}=42,589$ ve $p=0,035$) yaşa göre istatistiksel olarak $p<0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık gösterdiği bulunmuştur. Ölçeğin “*Endişe*” alt boyutu homojenlik testi sonucu varyans homojen çıktığı için Post Hoc LSD testi ile yaş grupları arasındaki farklılık incelenmiştir. Yaş arasındaki farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirleyebilmek amacıyla yapılan Post Hoc LSD testi sonucunda 21-25 yaş arası ($\bar{X}=15,21$) katılımcılar ile 26-30 yaş ($\bar{X}=13,81$) arasında $p<0,05$ düzeyinde ve 36-40 yaş ($\bar{X}=13,77$) arasında ise $p<0,01$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bununla birlikte 36-40 yaş arası ($\bar{X}=13,77$) katılımcılar ile 20 yaş ve altı ($\bar{X}=15,25$) katılımcılar arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Halkın il inanç turizminin “Genel Bakış Boyutu” ölçeği puanının yaşa göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile test edilmiştir. Tek yönlü ANOVA testi öncesinde grupların homojen dağılıp dağılmadığı Levene’s Homojenlik Testi ile kontrol edilmiştir. Yapılan varyansın homojenliği testi sonucunda “Endişe” ($L_{Sd:4-571}=,640$) ve “Olumlu Katkı” alt boyutunda ($L_{Sd:4-571}=3,714$) varyansın homojen olduğu görülmüştür. Test sonuçları Tablo 3.39’da sunulmuştur.

Tablo 3.39. Kastamonu ili inanç turizmine genel bakışın öğrenim düzeyine göre ANOVA sonucu

Boyutlar	Öğrenim Düzeyi	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>Ss</i>	Ort. Kare	<i>f</i>	<i>p</i>	Fark (LSD)
Endişe Boyutu	(1) Lisansüstü	67	13,85	4,40	11,636	,640	,634	-
	(2) Üniversite	340	14,48	4,29				
	(3) Lise	119	14,54	4,08				
	(4) Ortaokul	27	14,04	4,67				
	(5) İlkokul	23	15,30	3,87				
Olumlu Katkı Boyutu	(1) Lisansüstü	67	15,37	3,61	40,745	3,71	,005	3-1
	(2) Üniversite	340	15,51	3,23				3-2
	(3) Lise	119	14,25	3,28				3-4
	(4) Ortaokul	27	15,67	3,60				3-5
	(5) İlkokul	23	16,09	3,36				

Yapılan ANOVA testi sonucunda “Genel Bakış Boyutu” ölçeği ile ilgili olarak “Endişe” alt boyutu arasında öğrenim düzeyine göre istatistiksel olarak $p<0,05$ düzeyinde anlamlı farklılık göstermediği görülmüştür. Ancak ölçeğin “Olumlu Katkı” alt boyutunda ($F_{Sd:4}=40,745$ ve $p=0,005$) öğrenim düzeyine göre istatistiksel olarak $p<0,01$ düzeyinde anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur. Ölçeğin “Olumlu Katkı” alt boyutu homojenlik testi sonucu varyans homojen çıktığı için Post Hoc LSD testi ile öğrenim düzeyi grupları arasındaki farklılık incelenmiştir. Öğrenim düzeyi grupları arasındaki farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirleyebilmek amacıyla yapılan Post Hoc LSD testi sonucunda Lise mezunu ($\bar{X}=14,25$) katılımcılar ile Lisansüstü ($\bar{X}=15,37$), Üniversite ($\bar{X}=15,51$), Ortaokul ($\bar{X}=15,67$) ve İlkokul ($\bar{X}=16,09$) mezunu katılımcılar arasında $p<0,01$ düzeyinde ve istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur.

Halkın il inanç turizminin “Genel Bakış Boyutu” ölçeği puanının Kastamonu’da yaşama süresine göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile test edilmiştir. Tek yönlü ANOVA testi öncesinde grupların homojen dağılıp dağılmadığı Levene’s Homojenlik Testi ile kontrol edilmiştir. Yapılan varyansın homojenliği testi sonucunda “Endişe” ($L_{Sd:4-476}=,707$) ve “Olumlu Katkı” alt boyutunda ($L_{Sd:4-476}=1,742$) varyansın homojen olduğu görülmüştür. Test sonuçları Tablo 3.40’te sunulmuştur.

Tablo 3.40. Kastamonu ili inanç turizmine genel bakışın Kastamonu’da yaşama süresine göre ANOVA sonucu

Boyutlar	Yaşama Süresi	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>Ss</i>	Ort. Kare	<i>f</i>	<i>p</i>
Endişe Boyutu	(1) Doğma Büyüme	246	14,21	4,11	12,938	,707	,548
	(2) 1-5 Yıl	100	14,92	4,31			
	(3) 6-10 Yıldır	41	14,32	4,30			
	(4) 10 Yıldan Fazla	93	14,61	4,65			
Olumlu Katkı Boyutu	(1) Doğma Büyüme	246	15,11	3,43	18,533	1,742	,158
	(2) 1-5 Yıl	100	15,97	2,60			
	(3) 6-10 Yıl	41	15,07	3,01			
	(4) 10 Yıldan Fazla	93	15,33	3,54			

Yapılan ANOVA testi sonucunda “Genel Bakış Boyutu” ölçeği ile ilgili olarak “Endişe” ve “Olumlu Katkı” alt boyutu arasında gelir durumuna göre istatistiksel olarak $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılık görülmemektedir.

Halkın il inanç turizminin “Genel Bakış Boyutu” ölçeği puanının mesleklere göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile test edilmiştir. Tek yönlü ANOVA testi öncesinde grupların homojen dağılıp dağılmadığı Levene’s Homojenlik Testi ile kontrol edilmiştir. Yapılan varyansın homojenliği testi sonucunda “Endişe” ($L_{Sd:5-570}=1,538$) ve “Olumlu Katkı” alt boyutunda ($L_{Sd:5-570}=1,776$) varyansın homojen olduğu görülmüştür. Test sonuçları Tablo 3.41’de sunulmuştur.

Tablo 3.41. Kastamonu ili inanç turizmine genel bakışın mesleklere göre ANOVA sonucu

Boyutlar	Meslekler	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>Ss</i>	Ort. Kare	<i>f</i>	<i>p</i>
Endişe Boyutu	(1) Öğrenci	121	15,14	3,96	27,766	1,538	,176
	(2) Memur	184	13,91	4,30			
	(3) Yönetici	46	13,93	4,92			
	(4) Serbest Meslek	76	14,28	4,10			
	(5) İşçi	74	14,78	4,24			
	(6) İşsiz	75	14,69	4,28			
Olumlu Katkı Boyutu	(1) Öğrenci	121	15,76	3,08	19,722	1,776	,116
	(2) Memur	184	15,35	3,38			
	(3) Yönetici	46	15,70	3,35			
	(4) Serbest Meslek	76	14,46	3,72			
	(5) İşçi	74	15,12	3,25			
	(6) İşsiz	75	14,93	3,26			

Yapılan ANOVA testi sonucunda “Genel Bakış Boyutu” ölçeği ile ilgili olarak “Endişe” ve “Olumlu Katkı” alt boyutu arasında gelir durumuna göre istatistiksel olarak $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı bir farklılık görülmemektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kastamonu’da inanç turizmini potansiyelini konu edinen bu çalışmada, kavramsal çerçeve oluşturularak alan yazın taraması yapıldıktan sonra literatür kısmı yazılmıştır. Sonrasında yöre halkı olarak belirlenen ana kitleye saha araştırması kapsamında anket uygulanmış, verilerine göre yapılan analiz sonucu raporlanmıştır. Ulaşılan analiz sonuçlarıyla ilgili olarak özetle şu hususlar ifade edilebilir:

Kullanılan ölçekte faktör analizi olması sebebiyle tekrar edilmemiş, yeniden faktör analizi yapılmamıştır. Ölçek dört bölümden oluşmuştur. Birinci bölüm demografik özellikleri ele almıştır. İkinci bölüm ekonomik boyuta ilişkin veriler “*Ekonomik Etkiler*” ve “*Fiyatlara Etki*” şeklinde iki alt boyuttan oluşmaktadır. *Sosyal-Kültürel Boyut ile İlgili Veriler* “*Ahlaki ve Kültürel Etkiler*”, “*Sosyal Hayata Etkiler*” ve “*Tabiat ve Çevre Etkisi*” şeklinde üç alt boyuttan oluşmaktadır. Nihai olarak *İnanç Turizmine Genel Bakış Boyutu* “*İnanç Turizminden Duyulan Endişe*” ve “*İnanç Turizminin Olumlu Katkıları*” adı altında iki alt boyuttan oluşmaktadır.

Yöre halkına kolay örnekleme methodologyyla uygulanan 576 adet anket sonucunda, örnekleme oluşturan halkın %55’ini kadınların oluşturduğu; yaklaşık yarısının evli, %59’unun üniversite mezunu olduğu ve yaklaşık %32’sini memurların oluşturduğu görülmektedir. Yüzdelik dilimler birbirine yakın olsa da 21-25 yaş aralığında olan halkın %24’lük oranla en yüksek payı oluşturduğu görülmektedir. Halkın gelir düzeyine bakıldığında ise yaklaşık yarısının 2251-5000 TL arasında olduğu görülmektedir.

Yapılan bir araştırma incelendiğinde Şahiner’e (2012) göre; Karaman halkının ekonomik boyutla ilgili görüşleri ekonomik ilerleme doğrultusundadır. Hem kadınların hem de erkeklerin turizm gelişme potansiyelinde bölge için yatırımın artacağı görüşü bulunmaktadır. Bununla birlikte şehir turizminin ilerlemesi ürün ve hizmet ücretlerinin de artması anlamına gelmektedir. Hem yerli hem de yabancı turistlerin ekonomik anlamda bölgeye hareket kazandırması sonucunda ücretlerin de artmasına sebep olmaktadır. Turizm, sosyal ve kültürel etki sebebiyle, halkın aile

yapısının bozulmasına sebep olacağı düşünülmektedir. Halk, turizmin gelişmesini dilemekle beraber turizm gelişiminin aile yapısını bozup bozmayacağı hususunda karar verememektedir. Halkın inanç turizmi konusundaki görüşleri ise olumludur. Halk, Hristiyanlara bağlı tarihi mekân restorasyonu konusunda kaygılanmamaktadır. Halk, inanç turizmi adı altında misyonerlik hareketi yapıldığını düşünmektedir. 15-24 yaş arasındaki bireylerin bu fikre katıldıkları görülmezken, 45-54 yaş arasındaki bireylerin bu konuda kararsız oldukları bulgulanmıştır. Yaş grupları arasında farklılık yaşanması dünyada misyonerlik hareketleriyle ilişkili olduğu düşünülmektedir. Çoğunlukla 45-54 yaş arasındaki bireylerde II. Dünya Savaşından sonra dinler arası negatif ve anlayışsız bir telkinin etkisi görülmüştür.

Katılımcılara daha önce inanç turizmi amaçlı gezi yapıp yapmadıkları sorusu sorulmuş ve katılımcıların %35,9'u geçmişte inanç turizmi amaçlı bir geziye katıldıklarını ifade etmişlerdir. Bu durum büyük çoğunluğun inanç turizmi gezilerine ilgisi olmadığını ortaya koymaktadır. Daha önce inanç turizmi amaçlı gezi yapanları eğitim durumuna göre ele aldığımızda daha önce inanç turizmi amaçlı gezi yapmayanların en yüksek oranını lise mezunları oluştururken, gezi yapanların en yüksek oranını da ortaokul mezunları oluşturmaktadır.

İnanç turizmi amaçlı gezi yapılma durumunu gelir seviyesine göre analiz ettiğimizde olumlu farklılaşma görülmektedir. 2250 TL ve altı geliri olan katılımcıların bu tür gezilere katılmadığı, 5001 TL ve üzeri geliri olan grubun ise daha önce bu tür gezilere katıldığı sonucuna varılmıştır. Bu durum maddi imkânları olan kesimin inanç turizmi amaçlı gezilerde etkin ve ilgili olduğu, gelir seviyesi daha düşük olan kesimin ise inanç turizmi amaçlı gezilere karşı daha ilgisiz ve pasif kaldığı sonucuna varılabilir. Çünkü harcama sıralamalarının ve önceliklerinin farklı olduğu bilinmektedir.

Farklı illerden gelen tanıdıklara Kastamonu'daki dini yerleri gezdirme durumlarının medeni duruma göre değişimi incelendiğinde olumlu farklar gözlemlenmiştir. Evli olan grubun bekar olan gruba göre daha aktif olduğu, farklı illerden Kastamonu'ya gelen tanıdıklara buradaki dini ve tarihi yerleri daha çok gezdirdiği, bu gezileri düzenleme isteğinin aile sorumluluğu yaşayan kişilerde daha ileri seviyede olduğu bu türdeki etkinliklere aile katılımının daha uyumlu olduğu bilgisine ulaşılabilmektedir.

Yöre halkının farklı illerden gelen tanıdıklarını Kastamonu'daki dini yerleri gezdirme durumlarını Kastamonu'da yaşam süresine göre değerlendirdiğimizde, katılımcıların büyük bir farkla 6-10 yıl Kastamonu'da yaşayan kısmının bu tür gezilerde aktif olduğu ve gezdirdikleri görülmektedir. Bu sonuçtan belli bir süre kalarak ili tanıyan yöre halkının çevresini de tanıtmaya ve gezdirme, eğiliminde olduğu çıkartılabilir.

Katılımcıların Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dini ziyaret alanlarını gezip gezmeme durumu gelir düzeyine göre incelendiğinde 5001 TL ve üstü gelire sahip olan grubun oldukça büyük bir farkla olumlu katılımı görülmektedir. Bu durum maddi kısıtlılıkları olmayan grubun oldukça rahat olarak yöreyi gezme tanımaya meyilli olduğu düşünülmektedir.

Kastamonu inanç turizmiyle ilgili bir diğer soru katılımcıların inanç turizmi hakkında ön bilgiye sahip olma durumu hakkında bilgi olmak amacıyla sorulmuştur. Katılımcılardan % 43,2'lik grup bilgi sahibi olmadığını belirtirken, % 22,2'lik kısım ise bilgi sahibi olduğunu ve bu bilgiyi ailesinden edindiğini belirtmektedir. % 2,1'lik kısım ise televizyon vasıtasıyla bilgi sahibi olduğunu belirtmiştir. Bu durum yöre halkının azda olsa yayınlanan belgesel türü, tanıtıcı programlara ilgisinin az olduğunu göstermektedir.

Konu ile ilişkili Kilis ile ilgili bir araştırmada Bahar'a (2005) göre; Kilis ili yerel halkının turizm hakkında yeterli bilgiye sahip oldukları turizmin özellikle potansiyeli bulunan inanç turizminin gelişmesi ekonomik anlamda kazanç sağlayacağını, gelen turistlerin ziyareti esnasında yapacakları her türlü alışverişin esnafa olumlu bir şekilde yansıtacağını, yöre halkının yaşama standartlarının yükseleceğini ekonomik anlamda katkı yapacağını beyan etmişlerdir.

Katılımcıların "Ekonomik Boyut" ölçeği ile ilgili görüşlerinin cinsiyete, medeni duruma, gelir düzeyine, Kastamonu'da yaşama durumuna ve öğrenim düzeyine göre anlamlı bir farklılık bulunmadığı görülmektedir. Bu durum, bireylerin cinsiyeti, medeni durumu, gelir düzeyi, Kastamonu'da yaşama durumu ve öğrenim düzeyi değiştikçe halkın inanç turizmine yönelik ekonomik anlamdaki görüşlerinin değişmediğini göstermektedir. Bu durum genel olarak inanç turizmi kalıbının yöre

halkı gözünde ekonomik ölçütlere göre değişmediği fikrinde sabitlendiği sonucuna ulaştırmaktadır. Yani yöre halkınca Kastamonu iline inanç turizminin ekonomik fayda veya zarar bakımından genel olarak aynı fikirleri paylaştıkları sonucuna ulaşılabilir. Mevcut çalışmaya paralel olarak Göktaş'a (2016) göre de Şanlıurfa ve Konya'da inanç turizminin ekonomik boyutunun cinsiyet ve medeni hal ile ekonomik etki ve fiyatlara etki alt boyutları arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır. Sadece Konya'da Fiyat Etkisi alt boyutunda bir fark bulunmuştur. Aile geliri ele alındığında ise Şanlıurfa'da Fiyatlara Etki alt boyutu dışında diğer alt boyutlarda anlamlı farklılık bulunmuştur. Öğrenim düzeyinde ise Şanlıurfa ve Konya'da ekonomik etki alt boyutunda anlamlı farklılık bulunmuşken fiyat etkisi alt boyutunda anlamlı farklılık bulunmamıştır. Şanlıurfa ve Konya'da bulunma süresi ile ekonomik boyut ölçeği arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır.

Bununla birlikte ekonomik boyutla katılımcıların yaşları arasında anlamlı ilişki bulunmaktadır. Buna göre katılımcıların yaşlarının yükseldikçe daha fazla ekonomik boyut ile ilgili görüşe sahip olduğu görülmektedir. Yaşla birlikte edinilen tecrübe göz önüne alındığında bu durumun ortaya çıkması olağan görülmektedir. Mevcut araştırma sonuçlarının aksine Göktaş'a (2016) göre Şanlıurfa'da bireyin yaşının Ekonomik Etki ve Fiyat Etkisi alt boyutları için anlamlı farklılık görülmemiştir.

Ekonomik boyutla katılımcıların meslekleri arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Buna göre, öğrenci, memur ve yöneticilerin serbest mesleğe sahip olan katılımcılara göre daha fazla ekonomik boyut puanının olduğu görülmektedir. Mevcut çalışmanın aksine Göktaş'a (2016) göre Şanlıurfa'da bireyin meslekleri ile Ekonomik Etki ve Fiyat Etkisi alt boyutları arasında anlamlı farklılık görülmemiştir.

Kastamonu ili inanç turizminin sosyo-kültürel boyut ölçeği puanının cinsiyete, medeni duruma, öğrenim durumuna ve Kastamonu'da yaşama süresine göre anlamlı farklılık bulunmamıştır. Halkın inanç turizmine yönelik görüşleri Sosyo-kültürel anlamda cinsiyete, medeni duruma, öğrenim durumuna ve Kastamonu'da yaşama süresine göre değişmediği görülmektedir. Mevcut çalışmaya paralel olarak Göktaş'a (2016) göre Şanlıurfa ve Konya'da bulunma süresi ile ekonomik boyut ölçeği arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır. Aynı araştırmaya göre Şanlıurfa ve Konya'da inanç

turizminin sosyo-kültürel boyutunun cinsiyet ve medeni hal ile sosyo-kültürel boyut ölçeği alt boyutları arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır. Yalnızca Konya’da evli bireylerin bekâr bireylere göre Ahlaki ve Kültürel Bozulmaya Etki alt boyutunda anlamlı fark bulunmuştur. Öğrenim düzeyi incelendiğinde Şanlıurfa’da ve Konya’da Sosyal Hayata Etki alt boyutunda anlamlı fark bulunmamışken Konya’da Doğa ve Çevreye Etkisi alt boyutunda da anlamlı farklılık bulunmamıştır. Diğer alt boyutlarda anlamlı farklılık bulunmuştur.

Bununla birlikte halkın inanç turizmine yönelik görüşleri sosyokültürel anlamda yaş, meslek ve gelir düzeyine göre anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir. Halkın inanç turizmine yönelik görüşleri “Sosyal Hayata Olumsuz Etki” alt boyutunda 31-35 yaş aralığında olan katılımcıların 21-25 yaş aralığında olan katılımcılara oranla daha büyük ortalama sahip olduğu görülmektedir. “Ahlaki ve Kültürel Değerlere Etki” alt boyutunda ise 5001 TL ve üzeri gelire sahip olanların 2250 TL ve altı gelire sahip olanlara oranla daha çok ortalama sahip olduğu görülmektedir. Mevcut araştırma sonuçlarının aksine Göktaş’a (2016) göre Şanlıurfa’da bireyin yaşının Sosyal Hayata Etki, Ahlaki ve Kültürel Bozulmaya Etki, Ekonomik Etki, Doğa ve Çevreye Etki, Fiyat Etkisi alt boyutları için bir önemi yoktur. Fakat Konya halkı için sadece Ahlaki ve Kültürel Bozulmaya Etki alt boyutunda bir fark bulunmuştur. Buna göre 55 ve üzeri yaşa sahip olan bireylerin diğer bireylere göre Ahlaki ve Kültürel Bozulmaya Etki puanı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Aile gelirine göre ise Şanlıurfa’da Sosyal Hayata Etkisi alt boyutu ve Konya’da Ahlaki ve Kültürel Bozulmaya Etki alt boyutunda anlamlı farklılık bulunmuşken diğer alt boyutlarda anlamlı farklılık bulunmamıştır. Mesleğe göre incelendiğinde ise mevcut araştırma sonuçlarına göre öğrenci ve memur olanların serbest mesleğe sahip olanlara göre daha fazla ortalama sahip olduğu görülmektedir. Göktaş’a (2016) göre Konya’da Ahlaki ve Kültürel Bozulmaya Etkisi alt boyutunda mesleğe göre anlamlı farklılık bulunmuşken diğer alt boyutlarda anlamlı farklılık bulunmamıştır.

Kastamonu ili inanç turizmine genel bakış boyut ölçeğinin olumlu bakış ve endişe alt boyutunun cinsiyete, medeni duruma, gelir durumuna, Kastamonu’da yaşama süresine ve mesleklere göre anlamlı şekilde farklılaşmadığı görülmüştür. Olumlu bakış alt boyutunda sayılan demografik değişimlerin bir anlam ifade etmediği, genel bakışı değiştirmedeği görülmüştür. Mevcut çalışmaya paralel olarak Göktaş’a (2016) göre

Şanlıurfa ve Konya’da inanç turizminin genel bakış boyut ölçeğinin olumlu katkı ve endişe alt boyutlarının cinsiyet, aile geliri, meslek ve Konya ile Şanlıurfa’da yaşama süresi ile arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır. Mevcut çalışmaya paralel olarak Şahiner’e (2012) göre ise medeni durum ve olumlu katkı arasında anlamlı ilişki bulunmadığı görülmezken Karaman halkının inanç turizmini tehdit olarak görmesi ile cevap verenin cinsiyeti ve medeni hali arasında bir ilişki bulunmamıştır.

Mevcut araştırmada halkın öğrenim durumu ile Olumlu Katkı alt boyutu arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Şahiner’e (2012) göre eğitim durumu ile olumlu katkı arasında anlamlı ilişki bulunmaktadır. Buna göre yüksek lisans/doktora eğitimi görmüş bireyler inanç turizmini ticari karlılık olarak görürken okula gitmemiş bireyler bu fikri desteklememektedirler. Mevcut araştırmanın paralel olarak Şahiner’e (2012) göre Karaman halkının inanç turizmini tehdit olarak algılaması ile halkın eğitim durumu arasında anlamlı bir farklılık görülmektedir. Daha önce okula gitmemiş ve yüksek lisans/doktora mezunu olan katılımcılar ile diğer eğitim gruplarından birinden mezun olan bireyler arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır. Göktaş’a (2016) göre ise Şanlıurfa ve Konya halkının eğitim durumu ile *Olumlu Katkı* ve *İnanç Turizmine Duyulan Endişe* alt boyutu arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Mevcut araştırmada halkın inanç turizmine genel bakışı incelendiğinde endişe boyutunda 20 yaş altı ve 21-25 yaş arası olanların 26-30 ve 36-40 yaş aralığında olanlara göre daha yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmüştür. Mevcut araştırma sonuçlarına paralel olarak Göktaş’a (2016) göre İnanç Turizmine Duyulan Endişenin yaşa göre anlamlı farklılığa sahip olduğu görülmüştür. Yaşı 55 ve üzeri olan bireylerin diğer bireylere göre İnanç Turizmine Duyulan Endişe puanının istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Usta’ya (2005) göre İznik’in inanç turizm potansiyeli ölçümüne ilişkin çalışmada uygulama sonuçları incelendiğinde, halkın % 84.4’ü İznik yöresindeki turist sayısının sayıca fazla olmasını istemektedirler. Sayıca fazla turistin İznik’e gelmesinden rahatsızlık duyanların oranı % 1.4 gibi bir orandadır. İznik halkı yabancı turistin tarihi ve dinsel değerleri bozduğu ve yerel halkın toplumun kültürel ve ahlaki yapısını bozduğuna inanmamaktadır. Yerel halk dini bilgisi açısından İslam dini bilgisini %

85.7 oranıyla yeterli, Hristiyanlık % 95.3 ve Musevilik % 95.9 oranıyla orta düzeyde bulmakta ve yeterli bulmamaktadır.

Demircan'a (2014) ait olan çalışma sonucunda ise Mardin / Midyat ilçesinin ana kütle olarak alındığı Midyat ilçesinde turizm faaliyetlerinin artış gösterdiği ancak bilhassa yabancı turistlerin istenilen sayıda olmadığı bulunmuştur. Bu sonuç öncelikli olarak eksik ve/veya hatalı tanıtım hareketlerine bağlanmıştır. İnanç turizm hareketlerinin istenilen şekilde olmaması konusunda baş gösteren bir diğer gerekli husus ise eksik sosyo-kültürel etkinlikler, alt-yapı yetersizliği, uygunsuz iklim şartları, turizm tesisi ve eğlence sahasının az olması, profesyonel turizm rehberliği etkinliklerinin bulunmamasıdır. Turizm talebinin eksikliğini gösteren bulgulara karşın yörede bulunan turizm etkinliklerinde inanç turizm etkinliklerinin çok önemli olduğu sonucuna varılmıştır. Araştırmada sonucunda inanç turizmi etkinliklerinin aynı zamanda yöredeki diğer turistik değerlerin korumasına katkı sağladığıdır. Bu kapsamda gelen ziyaretçilerin memnun olması ve geleceğe yönelik turizm talebinin artırılması amacıyla ilçede önemli restorasyon (yenileme) çalışmalarının gerçekleştirildiği ve temizliğe önem verildiği belirlenmiştir. Diğer yandan yörede inanç turizminin daha fazla gelişmesi için öncelikle alt-yapı eksikliklerinin giderilmesi gerektiği, alt-yapı kalitesinin gelişmesi ile birlikte inanç turizmine yönelik faaliyetlerde artış olacağı öngörülmektedir. Araştırma sonucunda yöre halkının yöreye özgü el sanatları, el işleri ve/veya doğal (gıda/besin ürünleri vb.) ürünlerin yer almasına yönelik bilinçlendirilme çalışmalarının yapılması ve bu tür ürünlerin inanç turizm amaçlı gelen turistlere satışı ile kalkınmaya katkı sağlanacağı saptanmıştır. Bununla birlikte yörede inanç turizmi faaliyetlerinin artması ile birlikte gerek turistik tüketime yönelik malzeme tedariki gerekse otel, restoran, kafe vb. işletmelerin gıda (yiyecek/içecek) ihtiyaçlarının karşılanması gerekse de üst yapı arzı için sanayi ürünlerinin temini kapsamında tarım ve sanayi sektörünün gelişeceği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada inanç turizminin yerel kalkınma için büyük önem arz ettiğinin saptanmasına rağmen, aynı zamanda bölgedeki destek ve/veya teşvik yetersizliği nedeni ile turizm amaçlı girişimlerin yetersiz olduğu, sağlanan teşviklerde ise gerekli prosedürlerin gerçekleştirilmediği belirlenmiştir.

Kızılkaya'ya (2013) göre; Erzurum'da inanç turizmi alanında yapılan çalışma sonucu ise şu şekildedir. Hem doğal hem de beşeri olarak zengin bir turizm potansiyeline sahip bir şehirdir. Ancak bu potansiyeli bugüne kadar yeteri kadar değerlendirilmemiştir. Bu potansiyelinin değerlendirilememesinin altında çeşitli sebepler vardır. Bu sebeplerden başlıcaları şöyledir; Türbe ve kümbetlerin bir kısmının ilgili birimler tarafından araştırılıp yerleri tespit edilmemiştir. Var olan ve bilinen merkezler gerekli yatırım yapılmadığı için kaderine terk edilmiş ve deforme olmuştur. Ancak birkaç tanesi özel girişim, dernek veya vakıflar yardımıyla ayakta kalabilmektedir. Bir kısmı ise yerel yönetimler ve Kültür Bakanlığı tarafından restore edilmektedir. Turizm merkezi potansiyeli olan inanç turizm merkezleri alt yapı ve üst yapı bakımından yeterli seviyede değiller. Var olan merkezler halk tarafından yeteri kadar bilinmemektedir. Turizm potansiyeli olan merkezlerin yerel yönetimler tarafından yeteri kadar tanıtımı yapılmamaktadır. İnanç merkezleri diğer turizm aktiviteleri ile birleştirilerek tur yöneticileri tarafından yeteri kadar turist gönderilmemektedir. Sadece şehir merkezindeki bazı merkezlere turistler götürülmektedir. İnanç Turizmine konu olacak merkezlerin en büyük problemi ulaşımıdır. Merkezlerin büyük bir kısmına, özel araçlar dışında toplu ulaşım ile her hangi bir şekilde ulaşım yapılmamaktadır. Bunlar gibi daha birçok sebepten dolayı Erzurum'da inanç turizminin yeteri kadar gelişmediği görülmektedir. Yapılacak bir takım çalışmalar var olan potansiyeli üst seviyelere çeker ve bu merkezler turizm amaçlı kullanılabilir.

Karadağ ve Savaşkan (2018) 'ın Türk Dünyası Kültür Başkenti Projesi'nin Türkiye Turizmine Etkileri konulu çalışmasında, 2013 yılında Eskişehir ve 2018 yılında Kastamonu'nun Türk Dünyası Kültür Başkenti seçilmesi konusunu ele alarak, Orta Asya Türk ülkelerinden Türkiye'ye yönelik turizm verileri inceleyip karşılaştırmış ve Sonuç olarak 2018 yılında Orta Asya Türk devletlerinden Türkiye'ye gelen turist sayısındaki artış, kültür başkenti projesinin olumlu sonuçlandığını ortaya koymaktadır. 2018 yılının ilk 5 ayında Kastamonu'ya gelen yabancı turist sayısındaki artışın fazla olması, projenin Kastamonu seviyesinde olumlu sonuçlandığı düşünülebilmektedir. Eskişehir'de de Kültür başkenti projesinin olumlu sonuçlar ortaya çıkardığı, fakat 2013 yılında Eskişehir'e gelen yabancı turist sayısındaki azalış, projenin 2013 yılı için Eskişehir'de beklenen verimliliğe ulaşamadığı sonucunu doğurmuştur. Ancak 2013 yılının sonunda unvanı ile 6 ay daha uzatılarak 30 Haziran 2014'e kadar kültür

başkentliğine devam eden Eskişehir’de 2014 yılında turist sayısında oluşan artış, projenin uzun vadede daha verimli olabileceği yorumunu yaptırmıştır. *Diğer bir ifade ile söz konusu projenin olumlu geri dönüşleri kültür başkenti ilan edilen yılda (daha kısa sürede) değil bir sonraki yılda (daha uzun sürede) etkisini göstermektedir. Bu nedenle planlamaların bu bulgu yönlü yapılması önem arz etmektedir.* Nitekim 2014 yılında hem Türkiye’ye Orta Asya Türk devletlerinden gelen turist sayılarındaki artışın hem de Eskişehir’e gelen turist sayılarındaki artışın varlığı, bu yorumu desteklemektedir. 2013 yılında gerçekleşen Reyhanlı Saldırısı ve Türkiye’yi uzun süre meşgul eden ve birçok kişinin yaşamını yitirmesiyle sonlanan Gezi Parkı Olaylarının uluslararası basınında uzun süre gündeminde tutması, güvenlik sorunu algısının oluşturulması gibi etkiler, Türkiye genelinde ve Eskişehir nezdinde turist sayısının azalmasında etkili olmuştur.

Özetle; Bu türdeki projeler uzun vadede değerini bulabilen ve çevresel faktörlerden hızlıca etkilenebilen faaliyetler topluluğu olmaktadır. Olumlu gelişimi ile İnanç turizmi açısından gözle görülür bir etkisi olacaktır. Kültür Başkenti olarak edinilen ilgi ve turist üzerinde oluşan merak gün geçtikçe artacak ve Kastamonu ili tanıtımına yarar sağlayacaktır.

Kastamonu barındırdığı kültürel değerleri açısından oldukça zengin bir turizm çekiciliğine sahip Batı Karadeniz illerinden biridir. Kastamonu ilçelerinde hakim deniz turizmi, Ilgaz dağı ve çevresinde bulunan kış turizmi, özellikle kanyonlar etrafında yapılan spor turizmi, belirli tarihlerde düzenlenen sempozyum, konferans ve anma günleri gibi etkinliklerden oluşan kongre turizmi, merkez ve ilçelerinde barındırdığı dini ve tarihi birçok değere sahip olmasından dolayı inanç turizmi gibi bir çok turizm çeşidine sahip olmasına karşın arzulanan turizm potansiyel düzeyini elde edememiş bir ildir.

Sonuçlar ışığında ortaya çıkan bulguları genel olarak özetlersek; Kastamonu ili turizm ve daha ön planda inanç turizmi açısından gelişmeye oldukça açık bir destinasyon olduğu, inanç turizminin çekiciliğini artırabilecek diğer ürünlerin (Hat ve Ebru sanatı, Kakmacılık ve oymacılık sanatlarının taşıdığı İslami motiflerle oluşan eserler, Doğal ve yöresel ürünler, el sanatları v.b) daha ön planda kullanılabileceği, yöre halkının inanç turizmine daha fazla tanınması ve ilgili olmasıyla paralel olumlu değerlendirdiği,

inanç turizminin yatırım ve tanıtım yetersizliği, halkın turizm algısından uzak oluşundan kaynaklanan ilin değerlerinin istenen düzeyde değerlendirilemediği gözlemlenmiştir. Bu olumsuzluklar giderildiğinde inanç turizminin istenilen yerlerde olabileceği düşünülmektedir.

Bu bağlamda kentin ekonomisine sürekli olarak katkı sağlayacak en fazla önem arz eden sektörün inanç turizmi olacağı düşünülmektedir. “Evliyalar şehri” olarak adlandırılan Kastamonu ili külliye, cami, türbe, medrese, mescit, kütüphane, han, imarethane gibi pek çok dini mimari ve tarihi esere ev sahipliği yapmaktadır. Kastamonu’da mevcut olan inanç turizmi; miras ve varlıklarıyla turizm tabanında daha çok ilerleyebileceği ve il ekonomisine katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Bu olumlu katkıyı sürdürülebilir şekilde sağlamada işbirliği, araştırma, turistleri ağırlamada kusursuzluk, yeni tarih ve kültür projeleri hazırlama ve uygulamaya geçirme, tanıtım ve reklam gibi bir dizi çalışma yapılması gerekmektedir. Ayrıca, günümüzden ziyade konaklamalı şekilde yapılacak turlar tanıtıma ve gelişime daha çok hizmet edecektir. Bu bağlamda konaklama tesislerine de düşecek görevlerin başında uygun fiyatlandırma ve müşteri memnuniyetini sağlamak gelmektedir.

Ayrıca çok eski zamanlarda bulunan İslamiyet dışındaki dinî eserlerin günümüzde yeteri kadar korunamadığı bilinmektedir. Bu duruma örnekler verilecek olunursa; Daday ilçesi Aktaştekte köyündeki Meyle Mabedinde bulunan kitabenin kaybolması (bulunduktan sonra müzede korunmaktadır) (kastamonukultur.gov.tr), İnebolu ilçesi Karaca Mahallesinde bulunan Romalıların ait Aziz Stefenos Kilisesi’nin Karaca Mahallesi Cami’ne dönüştürülmesi (www.ufukotesi.com), Ağlı kalesi kuzeyinde ‘berber odası’ adı ile bilinen mağaranın ilk Hristiyanlara ait kalıntılar olduğu (Bingöl, 2000) ve ulaşım için yapılan patika yolunda kapanarak bugün kullanılmaz durumda olmasını, Roma imparatorluğu manastır kalıntılarının bulunduğu Geriş Tepesine (www.inebolu.bel.tr) gerekli bakım yapılmayarak, kalıntıların kaybolduğu gözlemlenmektedir. Bu tür tahribatların önlenmesi, çevresindeki çirkin yapıların durdurulması ve çevre bakımına, temizliğine önem verilmesi icap etmektedir. Tarihi eserlerin korunup, onararak günümüzde asıl işlevini göremese bile farklı amaçlar için kullanılabilmesi, yıkılıp kaybolması önlenmelidir.

KAYNAKLAR

- Abdülkadiroğlu, A. (1987). “Kastamonu’da Dinî Folklor veya Dinî-Manevî Halk İnançları”. III. Milletlerarası Türk Folklor Kongresi Bildirileri, IV. Cilt, (s. 1-18). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Adam, B. (1989). *Dinlerde Hac ibadeti üzerine bir araştırma*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Akat, Ö. (2000). *Pazarlama ağırlıklı turizm işletmeciliği*. İstanbul: Motif Matbaası.
- Aksoy, M. (1998). *Türkiye’de inanç turizmi ve seyahat acentelerinin inanç turizmine olan ilgilerine yönelik bir uygulama*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Gazi Üniversitesi Toplumsal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Aksoy, M. (Haziran, 2002). Türkiye’de inanç turizmine genel bir bakış ve Hristiyanlığın seyahate verdiği önem. *Dinler Tarihi Araştırmaları – III*. 2000 Yılında Hristiyanlık (Dünü, Bugünü ve Geleceği) (ss.417-431). Ankara: Dinler Tarihi Derneği Yayınları.
- Alparslan, S. M. (2016). *İnanç turizmi: Seyyid Burhaneddin Türbesi ziyaretçilerine yönelik bir araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Nuh Naci Yazgan Üniversitesi Toplumsal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Anadol, K. (2002). Türkiye’deki inanç merkezlerinin çağdaş anlamda turizme açılması konusunda Taç vakfının katkıları. T.C. Turizm Bakanlığı II. Turizm Şurası Bildirileri, I, Ankara.
- Arslanoğlu, O. O. (2011). *Nasrullah Kadı ve Kastamonu Kent Tarihindeki Yeri*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Kırıkkale Üniversitesi Toplumsal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.
- Artun, E. (2014). Hatay İnanç Merkezlerinin Hatay’ın Tanıtılmasına Katkısı Üzerine Görüşler. Çukurova Üniversitesi Türkoloji Araştırma Merkezi. 29 Mayıs 2018 tarihinde http://turkoloji.cu.edu.tr/HALKBILIM/erman_Artun_hatay_inanc_merkezleri.pdf sayfasından erişilmiştir.
- Avcı, M. (1990). *Kastamonu’nun turizm potansiyeli*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. İstanbul Üniversitesi Toplumsal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Avcı, M. (2019). *Hazreti Pir Şeyh Şabanı Veli yılı /Fikri, teklifi ve çabası serüveni*. Ankara: Ses Reklam Matbaacılık.

- Avcı, N. (2018). Turizmin yöre halkının yaşam kalitesine etkileri: Çeşme ilçesi örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(2), 164-174.
- Aydın, F. (2018). Kültürel turizmin ekonomik, toplumsal ve çevresel etkilerine yönelik bir araştırma: Safranbolu örneği. *Journal of History Culture and Art Research*, 7(2), 461-474.
- Bahar, M. (2015). *İnanç turizmi açısından Kilis ilinin değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi Toplumsal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Bayer, M. Z. (1992). *Turizme giriş*, İstanbul.
- Bayraktar, S. (2019). *Kemer'de esnafın turizm ve turist ile ilgili tutumları*. Yayınlanmış yüksek lisans tezi. Akdeniz Üniversitesi Toplumsal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Behçet, M. (1998). *Kastamonu eski eserleri (Kastamonu Âsâr-ı Kadîmesi)*. Kastamonu: Kastamonu Valiliği İl Özel İdaresi Yayınları.
- Bingöl, Z. (2000). *Gelenekten Evrensele Anadolu'da İnanç Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Büyükalvarcı, A., Şapcılar, M. C., Altınışık, İ. & Şimşek, Ç. (2017). Turizm Öğrencilerinin İnanç Turizmine Yönelik Bakış Açıları. *Selçuk Üniversitesi Toplumsal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, 14, 42-61.
- Cengiz, E. & Kırkbir, F. (2007). Yerel halk tarafından algılanan toplam turizm etkisi ile turizm desteği arasındaki ilişkiye yönelik yapısal bir model önerisi. *Toplumsal Bilimler Dergisi*, 1, 19-38.
- Çavuş, A. (2012). İnanç turizmi işleviyle gelişmekte olan Haçka yaylası. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28), 215-230.
- Çelik, S. & Şarman, N. (Mayıs, 2013). *Siirt'in inanç turizmi açısından değerlendirilmesine yönelik nitel bir araştırma*. Uluslararası Dini Turizm ve Hoşgörü Konferansında sunulmuş bildiri. Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Çetin, T. & Önger, S. (2017). Ortaokul öğrencilerinin inanç turizmi ve hoşgörü algısı. *Anadolu Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 70-84.
- Çifci, F. (2000). *Kastamonu camileri ve türbeleri* (2. Baskı). Ankara: Kastamonu Belediye Başkanlığı.

- Çifci, F. (2006). *Kastamonu camileri-türbeleri ve diğer tarihi eserleri*. Ankara: Kastamonu Belediye Başkanlığı.
- Çifçi, İ. & Akova, O. (2016). İnanç turizmi kapsamında Hacı Bektaş Veli dergâhına yönelik bir araştırma. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, Sayı 80, 183-217.
- Çiftçi, İbrahim ve Akova, Orhan (2016): İnanç Turizmi Kapsamında Hacı Bektaş Veli Dergâhına Yönelik Bir Araştırma, *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, Sayı 80, Kış: 183-217.
- Demircan, Ş. (2014). *İnanç turizminin yerel kalkınmadaki önemi: Midyat örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Toplumsal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Demirci, F. (2011). Kastamonu Şeyh Şaban-ı Veli vakıf müzesi, *Vakıflar Dergisi*, 35, 257-264.
- Demirci, Z. (1962). *Kastamonu evliyalari*. Kastamonu: Doğrusöz Matbaası.
- Dilek, S. (2018). Kastamonu Ekonomisi. Metin Eriş (Ed.) içinde, *81 ilde kültür ve şehir Kastamonu* (s. 116-124). İstanbul: Acar Basım.
- Elmacı, L. (2017). Ziyaret fenomeni ve din (Kastamonu Şeyh Şaban-ı Veli türbesi örneği). Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Hitit Üniversitesi Toplumsal Bilimler Enstitüsü, Çorum.
- Erbaş, A. (2012). İslam dışı dinlerde hac. *Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 5, 97-121.
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS Statistics*. Dördüncü Baskı. London: Sage.
- Goeldner, C. R. & Brent Ritchie, J. R. (2009). *Tourism: principles, practices, philosophies*. John Wiley & Sons Inc.
- Göktaş L. S. (2016). *Şanlıurfa ve Konya illerinin inanç turizmi potansiyelleri ve halkın inanç turizmine bakışı açısından iki ilin karşılaştırılması*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Selçuk Üniversitesi Toplumsal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Gürbüz, A. (2005). Kastamonu'ya gelen yerli turist profilini belirlemeye yönelik bir uygulama. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 75-92.

- Gürel Bayrakdar, N. (2018). *Kastamonu'daki inanç turizminin Kastamonu'ya katkısı: Şeyh Şaban-ı Velî külliyesinde bir uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kastamonu Üniversitesi Toplum Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.
- Güzel, F. Ö. (2010). Turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında yeni bir dinamik: İnanç turizmi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 2(2), 87-100.
- Harman, Ö. F. (1996). "Hac", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, 14, 382-386, İstanbul.
- Horner, S. & Swarbrooke, J. (2016). *Consumer behaviour in tourism*. New York: Routledge.
- İbret, B. Ü., Aydınözü, D. & Uğurlu, M. (2015). Kastamonu şehrinde kültür ve inanç turizmi. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 32, 239-269.
- İbret, B. Ü., Uğurlu, M. & Gümüş, G. (2012). Şeyh Şa'bân-ı Velî'nin Türk Kültürü ve Dini Turizm Üzerindeki Etkileri (s. 151-166). I. Uluslararası Şeyh Şa'bân-ı Velî Sempozyumu-Şeyh Şa'bân-ı Velî'yi Anma ve Anlama- 2. Cilt.
- Kankal, A. (2004). *Türkmen'in kaidesi Kastamonu*. Ankara: Zafer Matbaası.
- Karabaltaoğlu, Ş. (2019). *İnanç turizmi destinasyonlarının yönetimi: Kastamonu Hz. Pir Şeyh Şaban-ı Velî örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Kastamonu Üniversitesi Toplum Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.
- Karadağ, D. & Savaşkan, Y. (2018). Türk Dünyası Kültür Başkenti Projesi'nin Türkiye turizmine etkileri. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 71-78.
- Karaman, S. & Usta, K. (2006). *İnanç Turizmi Açısından İznik ve Bir Uygulama Çalışması*. III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresinde sunulmuş bildiri, (s. 473-489). Balıkesir.
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemi: Kavramlar ilkeler teknikler*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kaynak, İ. H. & Sezgin, M. (2008). İnanç turizmi kapsamında dinlerde seyahat. *Selçuk Üniversitesi Toplum Bilimler MYO Dergisi*, 10 (1-2).
- Kaynak, İ. H. (2010). İnanç turizminin medeniyetler arası işbirliğine etkileri: Türkiye örneği. *Selçuk Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 13(1-2), 119-126.
- Kervankıran, İ. & Eryılmaz A. G. (2017). İnanç turizmine yönelik ziyaretçi algılarının demografik farklılıklar açısından incelenmesi: Konya MevlanaMevlâna

müzesi örneği. *Uluslararası Hakemli Toplumsal Bilimler E-Dergisi*, 59, 276-296.

Kızılkaya, Y. (2013). Erzurum ilinin inanç turizm potansiyeli. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Atatürk Üniversitesi Toplumsal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Kurnaz, H. B. (2013). *İnanç turizmi kapsamında Hac ve Umre organizasyonu yapan seyahat acentalarının pazarlama faaliyetlerinin incelenmesi: A grubu acentalara yönelik bir uygulama*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.

Kuyucu, S. (2017). *Kültür turizmi kapsamında inanç turizminin yerel halk tarafından algılanması: Bilecik örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Sakarya Üniversitesi Toplumsal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Küçük, A., Tümer, G. & Küçük, M. A. (2017). *Dinler tarihi (9. Baskı)*. Ankara: Berikan Yayınevi.

Küçük, M. A. (2013). Din-turizm ilişkisi çerçevesinde Yahudilikte, Hristiyanlıkta ve İslamiyet'te hac uygulamasına genel bakış. *Dini Araştırmalar*, 16(42), 101-128.

Küçük, M. A. (2016). Anadolu'daki arzı mevud: Urfa. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 167-196.

Küçükbasmacı, G. (2017). Kastamonu'da asa suları. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırmalar Dergisi*, 183, 199-221.

NTV (2018). <http://www.ntvmsnbc.com/> sayfasından 19.10.2018 tarihinde erişilmiştir.

Okuyucu, A. & Somuncu, M. (Mayıs, 2013). Türkiye'de inanç turizmi: Bugünkü durum, sorunlar ve gelecek. Muhsin Kar (Ed.) içinde, *International Conference on Religious Tourism and Tolerance*. Proceeding (ss. 627-643). Konya: Aybil Yayınevi.

Pamukçu, H. (2014). *Turizm sektöründe teşvik veren kurumların AHP ve ANP yöntemi ile belirlenmesi: Kastamonu örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Toplumsal Bilimler Enstitüsü, Afyon.

Sağdıç, T. (2001). *Kastamonu geleneksel kent dokusunda sosyo- kültürel değişimin konut mekanına etkisi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Sargın, S. (2006). Yalvaç'ta inanç turizmi. *Fırat Üniversitesi Toplumsal Bilimler Dergisi*, 16(2), 1-18.

- Seher Uçkun, S. (2004)., “İşletme ve İşletme Türleri”, *Turizm işletmeleri.*, (İstanbul: Değişim Yayınları.),
- Serin, N. (2018). *Selçuklu ve beylikler dönemi Kastamonu camileri*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Toplumsal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Sharpley, R. (2018). *Tourism, tourists and society*. New York: Routledge.
- Sözal, O. E. (2018). *İnanç turizminin turistik destinasyon pazarlamasındaki yeri ve önemi: Edirne Bahai dini örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Trakya Üniversitesi Toplumsal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Spenceley, A., Ashley, C. & de Kock, M. (2009). Tourism and local development: An introductory guide. 16.03.2019 tarihinde https://www.researchgate.net/publication/280319724_Tourism_and_Local_Development_An_introductory_Guide_Core_Training_Module sayfasından erişilmiştir. DOI: 10.13140 / RG.2.1.3839.7287
- Şahiner, T. (2012). *İnanç turizmi potansiyeli ve halkın inanç turizmine bakışı açısından Karaman*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Toplumsal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Şaman, E. (2009). *Mersin ili inanç turizm potansiyelinin değerlendirilmesi: Mersin’de inanç turizmine katılanların profili üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- T.C. Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2018). Genel bilgiler: Tarihçe. 19.10.2018 tarihinde <http://www.kastamonukultur.gov.tr/> sayfasından erişilmiştir.
- T.C. Kastamonu Valiliği, (2018). *İnanç turizmi*. 19.10.2018 tarihinde <http://www.kastamonu.gov.tr/inanc-turizmi> sayfasından erişilmiştir.
- T.C. Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı: www.kuzka.gov.tr.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2018). <http://www.kultur.gov.tr/> sayfasından 19.10.2018 tarihinde erişilmiştir.
- Taş, M. (2015). *İnanç turizmi kapsamında umre seyahatlerine katılan müşterilerin memnuniyeti üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Sakarya Üniversitesi Toplumsal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Tunç Hussein A. & Saç, F. (2018). *Genel turizm gelişimi – geleceği*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

- Türk Dil Kurumu, (1998). *Türkçe sözlük*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basım Evi.
- Usta, K. M. (2005). İnanç turizmi potansiyeli açısından İznik'in değerlendirilmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Balıkesir Üniversitesi Toplumal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Usta, Ö. (2008). *Turizm: Genel ve yapısal yaklaşım*. Detay Yayıncılık.
- Ünal, H. (2014). *Batı Karadeniz bölümünde turistik ürün çeşitlendirme: İnanç turizmi kaynaklarının değerlemesi üzerine bir araştırma* Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Karabük Üniversitesi Toplumal Bilimler Enstitüsü, Karabük.
- Wright, K. (2007). Religious tourism, *Leisure Group Travel Special Edition*, 8-16.
- Wright, K. (2008). Religious tourism, *Leisure Group Travel Special Edition*, 34-35.
- Yakupoglu, C. (2009). *Kuzeybatı Anadolu'nun sosyo-ekonomik tarihi*. Ankara: Gazi Kitapevi.
- Yaman, Z. (2003). *Kastamonu 2003 turizm envanteri gezi rehberi*. Kastamonu.
- Yılmaz, G., Erdiñ, S. B. & Küçükali, S. (Mayıs, 2013). İnanç turizmi çerçevesinde Antalya destinasyonunun incelenmesi: Dinler (Hoşgörü) bahçesi örneği. Muhsin Kar (Ed.) içinde, *International Conference on Religious Tourism and Tolerance*. Proceeding (ss. 1041-1055). Konya: Aybil Yayınevi.
- Yörük, G. (2010). *İnanç turizmi potansiyeli açısından Demre'nin değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi, Isparta.
- Zaman, M. (2005). Türkiye'nin önemli inanç turizmi merkezlerinden biri: Sumela (Meryamana) Manastırı. *Atatürk Üniversitesi Toplumal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 1-24.
- Zengin, A. Y. (2002). *Kastamonu velileri*. İstanbul: Özen Matbaacılık.
<http://www.diyanet.gov.tr>
- <http://www.globusfaith.com/> sayfasından 22.08.2018 tarihinde erişilmiştir.
- <http://www.kastamonu.bel.tr>
- <https://tdk.gov.tr/>
- <http://www.inebolu.bel.tr>

<http://www.ufukotesi.com> sayfasından 14.02.2019 tarihinde 12/2012 Celal Bekiroğlu yazısından alıntıdır.

EKLER

EK.A. Anket Formu

ANKET FORMU

Değerli Katılımcılar,

Bu çalışmada, 2018 yılı Türk Dünyası Kültür Başkenti Kastamonu ilindeki halkının Turizm – İnanç Turizmine yönelik tutumlarını belirlemek amaçlanmaktadır. Bu anket çalışması tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Çalışmaya katılmama ya da çalışmanın herhangi bir kısmında ayrılma hakkına sahipsiniz. Anket için okuma hızınıza bağlı olarak en fazla 10 dk. ayırmanız yeterli olacaktır.

Katkılarınız sadece bilimsel çalışma amacıyla bu çalışmada değerlendirilecektir. Bu nedenle ankete isminizi yazmayınız. Başkalarından etkilenmeden vereceğiniz samimi cevaplar bilimsel çalışmanın kalitesini artıracığından lütfen sonuna kadar dikkatle okuyarak doğru bir şekilde doldurunuz. Katkılarınız için teşekkür ederiz.

Danışman: Dr. Öğretim Üyesi Muharrem AVCI
Yüksek Lisans Öğrencisi: Öznur OMUZLU
oomuzlu@gmail.com

- 1) Cinsiyetiniz? () Erkek () Kadın
- 2) Yaşınız? (Lütfen yazınız.)
- 3) Medenî durumunuz? () Evli () Evli Değil
- 4) Öğrenim durumunuz? () İlkokul () Orta Okul () Lise () Üniversite () Yüksek Lisans / Doktora
- 5) Ne kadar bir süredir Kastamonu’da yaşıyorsunuz?
() Doğma Büyüme Kastamonuluyum () 1-5 yıldır Kastamonu’dayım
() 6-10 yıldır Kastamonu’dayım () 10 yıldan fazla zamandır Kastamonu’dayım
- 6) Mesleğiniz nedir? (Lütfen Yazınız.)
.....
- 7) Ailenizin aylık gelir miktarı nedir? (Lütfen Yazınız.)
.....
- 8) Daha önce inanç turizm amaçlı gezi yaptınız mı?
() Evet () Hayır
- 9) Kastamonu ili ve ilçelerinde bulunan dinî ziyaret alanlarını gezdiniz mi?
() Evet () Hayır
- 10) Farklı illerden Kastamonu’ya gelen tanıdıklarınıza buradaki dinî yerleri gezdirdiniz mi?
() Evet () Hayır
- 11) İnanç Turizmi hakkında ön bilgiye sahip misiniz? Evet, ise 12. Soruyu cevaplayınız.

() Evet () Hayır

12) Bu bilgiye nasıl ulaştınız?

() Aile () Okul () Toplumsal Medya () Televizyon



	Kastamonu Halkının Turizminin Ekonomik Boyutuna İlişkin Görüşleri	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyor ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
(Verilen yargı cümlesine katılıp katılmadığınızı ilgili kutuyu işaretleyerek 1:Kesinlikle Katılmıyorum 2: Katılmıyorum 3: Ne katılıyor ne katılmıyorum, 4:Katılıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum aralığında görüşünüzü belirtiniz.)						
1	Kastamonu’da turizminin gelişmesi, yöreye yönelik döviz girişini arttırır.					
2	Kastamonu’da turizminin gelişmesi, yabancı sermaye girişine yol açarak zenginliği arttırır.					
3	Kastamonu’da turizminin gelişmesi, bölgeye yönelik yatırım artışı sağlar.					
4	Kastamonu’da turizminin gelişmesi, Kastamonu halkının kişi başına düşen gelirini arttırır.					
5	Kastamonu’da turizminin gelişmesi, bölgede yeni istihdam olanaklarının oluşmasını sağlar.					
6	Kastamonu’da turizminin gelişmesi, bölgenin alt ve üst yapı olanaklarının gelişmesini sağlar.					
7	Turistlerin alışverişi şehir esnafını olumlu etkileyecektir.					
8	Turizm yöre halkına büyük oranda istihdam sağlayacaktır.					
9	Kastamonu’da turizmin gelişmesi, şehirde mal ve hizmet fiyatlarının artmasına neden olacaktır.					
10	Turizm gayrimenkul kiralalarının ve fiyatlarının yükselmesinde etkili olacaktır.					
11	Turizm, yöredeki el sanatları ürünlerinin pazarlanmasına katkı sağlayacaktır.					

	Kastamonu Halkının İnanç Turizminin Sosyo - Kültürel Boyutlarına İlişkin Düşünceleri	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyor ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
(Verilen yargı cümlesine katılıp katılmadığınızı ilgili kutuyu işaretleyerek 1:Kesinlikle Katılmıyorum 2: Katılmıyorum 3: Ne katılıyor ne katılmıyorum, 4:Katılıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum aralığında görüşünüzü belirtiniz.)						
1	Turizm, yöre halkının toplumsalleşme düzeyini olumlu yönde etkileyecektir.					
2	Turizm yöre halkının başka kültürlerden insanlara karşı bakış açısını olumlu yönde değiştirecektir.					
3	Turizm yöre halkının yaşam standartlarını yükseltecektir.					
4	Turizm yörede suç işleme oranının artmasına neden olacaktır.					
5	Turizm yöre halkının aile yapısının bozulmasına neden olacaktır.					
6	Turizm doğal, kültürel ve tarihi kaynakların korunmasını sağlayacaktır.					
7	Turizm parkların ve yeşil alanların artmasını sağlayacaktır.					
8	Turizm çevre bilincinin gelişmesini sağlayacaktır.					
9	Turizm aşırı nüfus artışı ve göçlere neden olacaktır.					
10	Turizm kültürel varlıkların ticarileşmesine neden olacaktır.					
11	Turizm yöre halkının kültürel değerlerini kaybetmesine neden olacaktır.					
12	Turizm genel olarak ahlaki yozlaşmaya sebep olacaktır.					

	Kastamonu’da İnanç Turizmine İlişkin Genel Görüşler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
(Verilen yargı cümlesine katılıp katılmadığınızı ilgili kutuyu işaretleyerek 1:Kesinlikle Katılmıyorum 2: Katılmıyorum 3: Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4:Katılıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum aralığında görüşünüzü belirtiniz.)						
1	Kastamonu’da inanç turizmi, yöre halkının gelen turistlerin kültürel özelliklerinden etkilenmesine sebep olacaktır.					
2	Hristiyanlara ait tarihi mekânların restore edilmesinden endişe duyuyorum.					
3	İnanç turizmi geliştikçe, Kastamonu halkının davranışı değişecektir.					
4	İnanç turizmi adı altında misyonerlik faaliyetleri yapılmaktadır.					
5	İnanç turizmi, geliştikçe Kastamonu halkının diğer inançlara ilgisini arttıracaktır.					
6	İnanç turizmi, şehirdeki eğlence kültürünün değişmesine neden olacaktır.					
7	Kastamonu’da ki inanç turizm merkezleri Türkiye’de ve Dünya’da yeterince tanınmamaktadır.					
8	İnanç turizm bilincini oluşturmak için Kastamonu halkı konu ile ilgili bilgilendirilmesine önem verilmelidir.					
9	Kastamonu’da inanç turizmi varlıklarının halka daha iyi tanıtılması amacıyla programlar düzenlenmelidir.					
10	Nasrullah Camisinin restorasyonu yapılarak turizme kazandırılmasını olumlu buluyorum.					
11	Dünya barışının sağlanmasında ve ülkelerin birbirleriyle yakınlaşmasında turistik hareketliliğin etkisi olduğunu düşünüyorum.					
12	Kastamonu inanç turizminin, yöre halkı ve turist arasındaki diyaloga katkısı olacağını düşünüyorum.					
13	Eski dönemlere ait eserler hepimizin mirasıdır.					
14	Yabancı ülke makamlarının (Papalık , UNESCO) Kastamonu’daki tarihi kalıntıların restorasyonuna katkı yapmasını memnuniyetle karşılarım.					
15	İnanç Turizmi, Kastamonu’nun İnanç Turizminin gelişmesine katkı sağlayacaktır.					
16	Şeyh Şaban-ı Veli Külliyesi şehrin inanç turizmi açısından önemlidir.					
17	Rum ve Ermenilere ait tarihi eserlerin restorasyonu yabancıların burada hak iddia etmesine yol açar.					
18	Kastamonu ili ve ilçeleri inanç turizmi açısından önemlidir.					
19	Pompeopolis tarihi kalıntıları kazılarak turizme kazandırılmasını olumlu buluyorum.					
20	Kastamonu dini ve tarihi yapılarının tamir edilerek turizme açılmasını olumlu buluyorum.					
21	Kastamonu’yu tanıtım amaçlı programlar düzenlenirse katılmak isterim.					

EK.B. Ölçek Kullanım İzni

Ölçek Kullanma izni

Gelen Kutusu

Özür omuzlu

oymuzlu@gmail.com

Alici: bahadırakın

Halkın İnanç Turizmine Bakış Açısı Değerlendirme Ölçeği İzni

Özür OMUZLU:

Sayın Hocam Selamlar,

Ben Karaman Üniversitesi İşletme A.B.D - Hizmet Tasarımı ve İşletmeciliği Tezli Yüksek Lisans Programı yüksek lisans programında yüksek lisans yapmaktayım. Danışmanlığımı yaptığınız Şahiner Tuba'nın (2012) tezinde yer alan 'Halkın İnanç Turizmine Bakış Açısı Değerlendirme Ölçeği'ni, 'Karaman İli İnanç Turizmi Potansiyeli ve Halkın İnanç Turizmine Bakış' adlı kendi yüksek lisans tezinde kaynak göstermek ve izin vermeniz halinde ölçeğinizi kullanmak istiyorum. Yardımlarınız için şimdiden teşekkür ederim. Cevabınıza bekliyorum ve çalışmalarınızda başarılar diliyorum.

Saygılarımla

Aktarılabilecek Kaynak:

Şahiner T. (2012). Konya İli İnanç Turizmi Potansiyeli ve Halkın İnanç Turizmine Bakış, Karamanoglu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Özür OMUZLU

Karaman Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme A.B.D - Hizmet Tasarımı ve İşletmeciliği Tezli Yüksek Lisans Programı

H. BAHADIR AKIN

Alici: ben

Kullanabilirsiniz, iyi çalışmalar

...

EK.C. Fotoğraf Dizini

Fotoğraf 1. Mahmutbey Cami Dış Görünüm (tr.redsearch.org/i)



Fotoğraf 2. Mahmutbey Cami İç Görünüm (tr.redsearch.org)



Fotoğraf 3. Atabey Gazi (Kirk Odalı) Cami Dış Görünüm. (www.kastamonu.bel.tr)



Fotoğraf 4. Atabey Gazi (Kirk Odalı) Cami (Serin, 2018)



Fotoğraf 5. Atabey Gazi (Kirk Odalı) Cami İç Görünüm (www.kastamonukultur.gov.tr)



Fotoğraf 6. Yılanlı Külliyesi Kuzey Giriş Kapısı (Serin,2018)



Fotoğraf 7. Yılanlı Külliyesi (www.mustafacambaz.com)



Fotoğraf 8. Nasrullah Kadı Külliyesi Dış Görünümü (www.kastamonu.bel.tr)



Fotoğraf 9. Nasrullah Kadı Külliyesi İç Görünüm (www.kastamonukultur.gov.tr.)



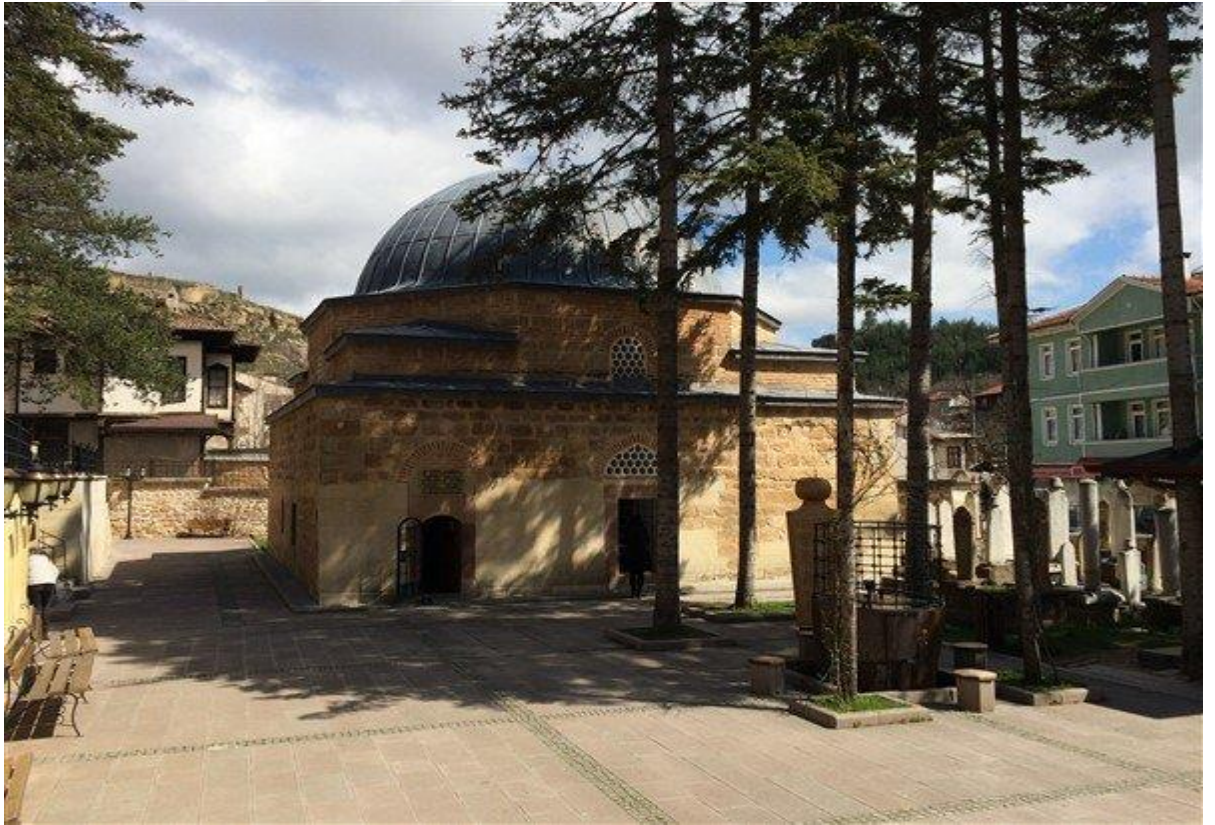
Fotoğraf 10. Yakup Ağa Külliyesi (www.kastamonukultur.gov.tr)



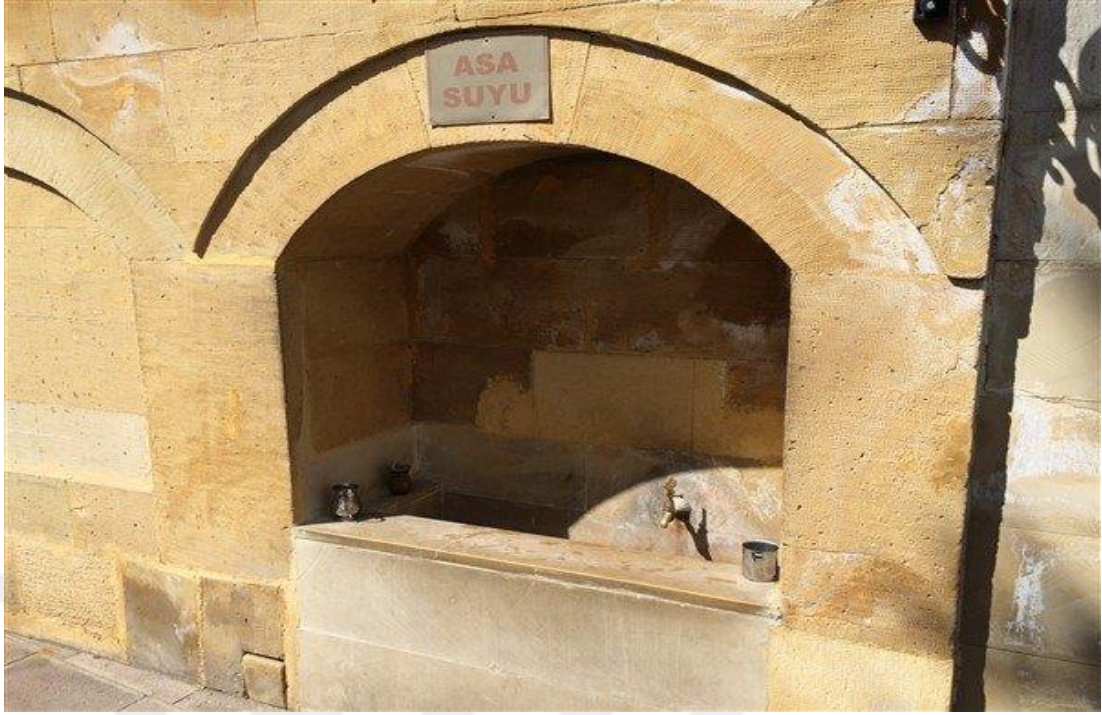
Fotoğraf 11 - 12. Helva Evi ve Yakupağa Külliyesi (www.foursquare.com)



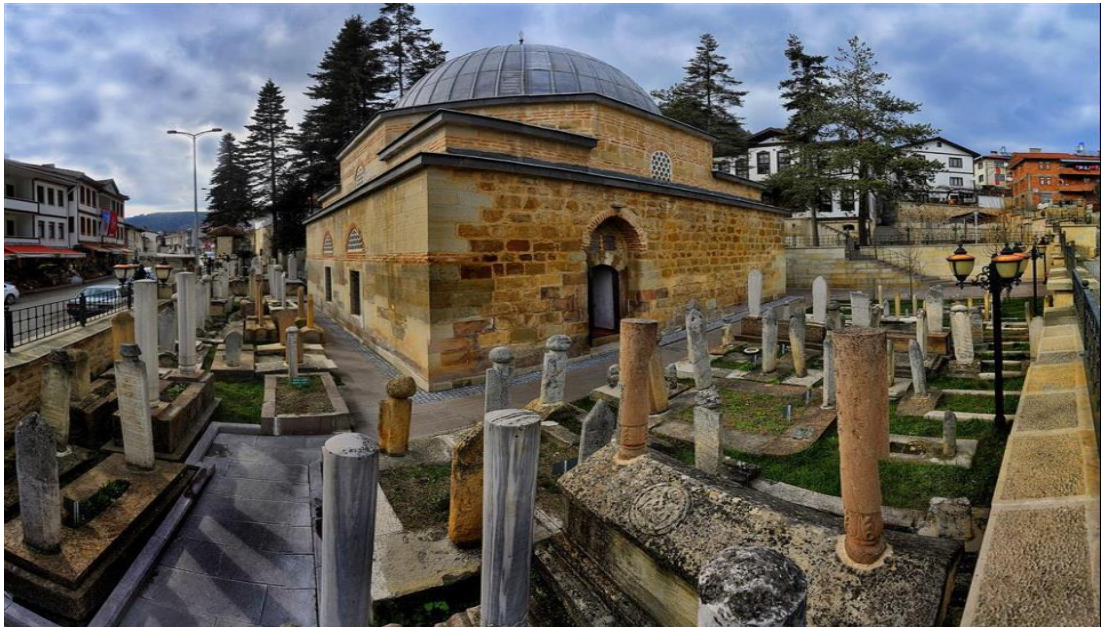
Fotoğraf 13. Hz. Pir Şeyh Şa'bân-ı Veli (Şucaüddin, Hz.Pîr) Cami ve Külliyesi Kuzey Giriş Kapısı (<https://www.kastamonugezgini.com>)



Fotoğraf 14. Hz. Pir Şeyh Şa'bân-ı Veli (Şucaüddin, Hz.Pîr) Cami ve Külliyesi (www.kastamonugezgini.com)



Fotoğraf 15. Hz. Pir Şeyh Şa'bân-ı Veli (Şucaüddin, Hz.Pîr) Cami ve Külliyesi, Asa Suyu. (www.kastamonugezgini.com)



Fotoğraf 16. Hz. Pir Şeyh Şa'bân-ı Veli (Şucaüddin, Hz.Pîr) Cami ve Külliyesi Türbeleri. (www.kastamonu.bel.tr)



Fotoğraf 17. Hz. Pir Şeyh Şa'bân-ı Veli (Şucaüddin, Hz.Pîr) Cami ve Külliyesi, Türbeler Bölümü. (www.kastamonuileilgilihersey.blogspot.com)



Fotoğraf 18. Hz. Pir Şeyh Şa'bân-ı Veli (Şucaüddin, Hz.Pîr) Cami ve Külliyesi, Vakıf Müzesinden bir görüntü. (www.kastamonuileilgilihersey.blogspot.com)



Fotoğraf 19. Benli Sultan Külliyesi. (www.kastamonuhaber.com)



Fotoğraf 20. Benli Sultan Külliyesi bahçesinde bulunan ağaç. (www.kastamonuhaber.com)



Fotoğraf 21. Benli Sultan Külliyesi türbe bölümü. (www.kastamonukultur.gov.tr)



Fotoğraf 22. İsmailbey Cami Dış Görünüm (www.kastamonukultur.gov.tr)



Fotoğraf 23. İsmailbey Cami İç Görünüm (www.kastamonuismailbeykulliyesi.com)



Fotoğraf 24. Aşıklı Sultan (Yanık Evliya) Türbesi (www.kastamonu.bel.tr)



Fotoğraf 25. Karanlık Evliya Türbesi (www.kastamonu.bel.tr)



Fotoğraf 26. Şeyh Ahmed Siyahi Türbesi (www.kastamonu.bel.tr)



Fotoğraf 27. Hepkebirler (Sahabe) Türbesi (www.kastamonu.bel.tr)



Fotoğraf 28. Müfessir Alaaddin Türbesi (www.kastamonu.bel.tr)



Fotoğraf 29. Mehmet Feyzi Efendi Türbesi (www.istenci.com)

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

- **Ad – Soyad** : Öznur OMUZLU
- **Doğum Yeri – Tarihi** : Kastamonu / 22.05.1986
- **Medeni Hali** : Evli
- **E – mail** : oznuromuzlu@kastamonu.edu.tr



ÖĞRENİM DURUMU

- Kastamonu Kuzeykent Lisesi
- Nazilli MYO / Tekstil
- Anadolu Üniversitesi / İşletme Fakültesi
- Atatürk Üniversitesi / Çocuk Gelişimi
- Üniversitesi Toplumsal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Hizmet Tasarımı ve İşletmeciliği Tezli Yüksek Lisans Programı, 2019

İŞ DENEYİMİ

- Ogun Tekstil Gazlı Bez Fabrikası, Tekstil Teknikeri – Kalite Kontrol Sorumlusu, 2010
 - Anadolu Hastanesi, Tıbbi Sekreter, 2011 - 2012
 - Kastamonu Üniversitesi, Dekanlık Özel Kalem, 2012 - halen
-