

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

ETKİNLİK TURİZMİ VE İNANÇ TURİZMİ PARADOKSU: TURİZM
YAZININDA İNANÇ ETKİNLİKLERİNİN KAVRAMSAL ANALİZİ VE
KONUMLANDIRILMASI

Simge KÖMÜRCÜ

Danışman

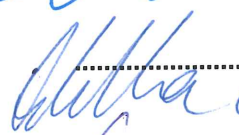
Prof. Dr. Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN

İZMİR – 2017

DOKTORA
TEZ ONAY SAYFASI

Üniversite : Dokuz Eylül Üniversitesi
Enstitü : Sosyal Bilimler Enstitüsü
Adı ve Soyadı : Simge KÖMÜRCÜ
Öğrenci No : 2011800664
Tez Başlığı : Etkinlik Turizmi ve İnanç Turizmi Paradoksu: Turizm Yazınında İnanç Etkinliklerinin Kavramsal Analizi ve Konumlandırılması.
Savunma Tarihi : 20.06.2017
Danışmanı : Prof.Dr.Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN

JÜRİ ÜYELERİ

<u>Ünvanı, Adı, Soyadı</u>	<u>Üniversitesi</u>	<u>İmza</u>
Prof.Dr.Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN	Dokuz Eylül Üniversitesi	
Doç.Dr.İşıl Göksu ÖZGEN	Dokuz Eylül Üniversitesi	
Prof.Dr.Öcal USTA	Dokuz Eylül Üniversitesi	
Prof.Dr.Atilla AKBABA	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi	
Doç.Dr.Mehmet Emre GÜLER	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi	

Simge KÖMÜRCÜ tarafından hazırlanmış ve sunulmuş olan bu tez savunmada başarılı bulunarak oy birliği (X) / oy çokluğu () ile kabul edilmiştir.


Prof. Dr. M. Banu DURUKAN SALI
Müdür

YEMİN METNİ

Doktora Tezi olarak sunduğum “**Etkinlik Turizmi ve İnanç Turizmi Paradoksu: Turizm Yazınında İnanç Etkinliklerinin Kavramsal Analizi ve Konumlandırılması**” adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değerkere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

.... /.... /....

Simge KÖMÜRCÜ

ÖZET

Doktora Tezi

Etkinlik Turizmi ve İnanç Turizmi Paradoksu: Turizm Yazınında İnanç Etkinliklerinin Kavramsal Analizi ve Konumlandırılması

Simge KÖMÜRCÜ

Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Turizm İşletmeciliği Programı

Etkinlik turizmi ve inanç turizmi, destinasyonlara sosyo-kültürel, ekonomik, çevresel ve politik pek çok olumlu etkisi olan ve çok eski tarihlerden beri insanları seyahate yönlendiren en önemli turizm türlerinden ikisi olarak değerlendirilmektedir. Tarihin en eski yer değiştirme hareketleri çoğunlukla etkinliklere katılma ya da inanç merkezlerine dini ritüelleri gerçekleştirme amacıyla yapılmıştır. Günümüzde de özel etkinlikler ve inanç temelli seyahatler ile destinasyonlar turist çekmeye devam etmektedir.

Turizm yazınında pek çok turizm türünün sınıflandırmasında karmaşa olduğu gözlemlenmektedir. Etkinlik turizmi ve inanç turizmi yazını incelendiğinde, dünyanın en önemli turizm hareketlerinden kabul edilen Hac seyahatlerinin her iki turizm türünde de yer aldığı bulgusuna ulaşılmıştır. Etkinlik turizmi yazınında Hac seyahatleri en önemli inanç etkinliği hareketi olarak değerlendirilirken, inanç turizmi yazınında ise yine Hac seyahatleri büyük katılımcı sayısı ile inanç turizmi hareketlerinden en önemlisi olarak kabul edilmektedir. Bu durum turizm yazınında Hac seyahatleri konusunda bir paradoksun varlığını ortaya koymaktadır.

Bu araştırmanın amacı, turizm yazınında Hac seyahatlerinin doğru konumlandırılmasını sağlamak ve etkinlik turizmi ile inanç turizmi arasındaki karmaşayı ortadan kaldırmaya çalışmaktır. Bu kapsamda bibliyometrik analiz ile Haccı bir turizm türü olarak değerlendiren 102 makale incelenmiş ve çalışma alanı Hac olan 47 kişi ile yapılan mülakatlar nitel araştırma tekniklerinden içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Elde edilen en önemli bulgu, turizm türlerinin sınıflandırmasında güdü bazlı değerlendirmelerin yapılması gerekliliği bulgusudur. Bu kapsamda yapılan analizlerde, Hac seyahatlerinin inanç güdüsü ile yapıldığından, çoğunlukla inanç turizmi olarak değerlendirildiği görülmektedir. Ayrıca gelecekte yapılacak farklı sınıflandırmalar ile Hac seyahatlerinin farklı şekilde konumlanabileceği öngörüsü de elde edilen bir diğer bulgudur.

Anahtar Kelimeler: Etkinlik Turizmi, İnanç Turizmi, İnanç Etkinlikleri, Hac

ABSTRACT

Doctoral Thesis

Doctor of Philosophy (PhD)

Event Tourism and Religious Tourism Paradox: Conceptual Analysis and Positioning of Religious Events' in Tourism Literature

Simge KÖMÜRCÜ

**Dokuz Eylül University
Graduate School of Social Sciences
Department of Tourism Management
Tourism Management Program**

Event tourism and religious tourism are considered as two of the most important tourism types that have many positive impacts on socio-cultural, economic, environmental and political aspects of destinations and led people to travel since ancient times. The earliest relocation movements of history have often been made to participate in events or to carry out religious rituals to religious centers. Today, destinations continue to attract tourists with special events and religious-based travels.

In tourism literature, it is observed that there are confusions in the classification of many tourism types. While examining event tourism and religious tourism literature, it has been found that the Pilgrimage journeys recognized as one of the most important tourism movements of the world are included in both types of tourism. A finding has been reached that, while Pilgrimage travel is considered as the most important movement of religious event activity in event tourism literature, in religious tourism literature Pilgrimage travel is considered as the most important religious tourism

movements with its large number of participants. This situation reveals a paradox in tourism literature about Pilgrimage travels.

The purpose of this research is to provide the correct positioning of the Pilgrimage travels in tourism literature and to try to remove the complexity that has arisen in event tourism and religious tourism. In this context, 102 articles which consider Pilgrimage as a tourism type were examined by using bibliometric analysis and also interviews with 47 people who worked in the field of Pilgrimage were analyzed using qualitative research techniques using content analysis method. The most important finding is the necessity of making motivational evaluations in the classification of tourism types. In the analysis made in this context, it is seen that Pilgrimage travels are mostly considered as religious tourism because of having religious motivation. It is also another finding of foresight that Pilgrimage travels can be positioning differently with the different classifications to be made in future has been reached.

Keywords: Event Tourism, Religious Tourism, Religious Events, Pilgrimage

**ETKİNLİK TURİZMİ VE İNANÇ TURİZMİ PARADOKSU: TURİZM
YAZININDA İNANÇ ETKİNLİKLERİNİN KAVRAMSAL ANALİZİ VE
KONUMLANDIRILMASI**

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI	ii
YEMİN METNİ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	viii
KISALTMALAR	xii
TABLolar LİSTESİ	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ETKİNLİK TURİZMİ

1.1. ETKİNLİK TURİZMİNİN TANIMI VE ÖZELLİKLERİ	5
1.2. ETKİNLİK TURİZMİNİN ETKİLERİ	13
1.2.1. Fiziksel ve Çevresel Etkiler	16
1.2.2. Sosyo - Kültürel Etkiler	18
1.2.3. Ekonomik Etkiler	20
1.2.4. Diğer Etkiler	23
1.3. ETKİNLİK TÜRLERİ	24
1.3.1. Büyüklüklerine Göre Etkinlikler	27
1.3.1.1. Mega Etkinlikler	27
1.3.1.2. Hallmark (Yerin Adıyla Anılan Bölgesel) Etkinlikler	28
1.3.1.3. Yerel /Toplum Odaklı Etkinlikler	29
1.3.2. İçeriklerine Göre Etkinlikler	30
1.3.2.1. Spor Etkinlikleri	30
1.3.2.2. İş Amaçlı Etkinlikler	32
1.3.2.3. Eğitim Amaçlı ve Bilimsel Etkinlikler	34
1.3.2.4. Politik Etkinlikler	35
1.3.2.5. Özel Etkinlikler	35
1.3.2.6. Sanatsal ve Kültürel Etkinlikler	35
1.3.2.6.1. Festivaller ve Karnavallar	36
1.3.2.6.2. İnanç Etkinlikleri	38

İKİNCİ BÖLÜM

İNANÇ TURİZMİ

2.1. İNANÇ TURİZMİNİN TANIMI VE ÖZELLİKLERİ	40
2.2. TÜRKİYE’DE YER ALAN İNANÇ TURİZMİ MERKEZLERİ VE İNANÇ FAALİYETLERİ	46
2.2.1. Müslümanlık için Önemli İnanç Turizmi Kaynakları ve İnanç Faaliyetleri	49
2.2.2. Hristiyanlık için Önemli İnanç Turizmi Kaynakları ve İnanç Faaliyetleri	54
2.2.3. Musevilik için Önemli İnanç Kaynakları ve İnanç Faaliyetleri	56
2.3. DÜNYADA YER ALAN İNANÇ TURİZMİ MERKEZLERİ VE İNANÇ FAALİYETLERİ	56
2.4. HAC KAVRAMI VE HACCIN TURİZMDEKİ YERİ	58
2.5. DÜNYADA YER ALAN HAC MERKEZLERİ VE HAC SEYAHATLERİ	62
2.6. ETKİNLİK TURİZMİ VE İNANÇ TURİZMİ PARADOKSU: HAC SEYAHATLERİNİN TURİZM YAZININDAKİ YERİ	67

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ETKİNLİK TURİZMİ VE İNANÇ TURİZMİ PARADOKSU: TURİZM YAZININDA İNANÇ ETKİNLİKLERİNİN KAVRAMSAL ANALİZİ VE KONUMLANDIRILMASINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMA	70
3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	70
3.3. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI	71
3.4. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ	72
3.5. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN ANALİZİ VE DEĞERLENDİRMESİ	74
3.5.1. Bibliyometrik Analiz	74
3.5.2. İçerik Analizi	88
3.5.2.1. Demografik Özellikler	88
3.5.2.2. Mülakat Bulguları	92
SONUÇ VE TARTIŞMA	105
KAYNAKÇA	116

KISALTMALAR LİSTESİ

M.Ö.	Milattan önce
M.S.	Milattan sonra
yy.	Yüz yıl
vb.	ve benzeri
T.C.	Türkiye Cumhuriyeti
TUIK	Türkiye İstatistik Kurumu
AKTOB	Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği
EXPO	Exposition
FIFA	Uluslararası Futbol Federasyonları Birliği
G 8	Sekizler Grubu
G 20	20 Grubu
GSMH	Gayri Safi Milli Hasıla
SCVB	Sydney Kongre ve Ziyaretçi Bürosu
TDK	Türk Dil Kurumu
TUİK	Türkiye İstatistik Kurumu
UNWTO	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
ATLAS	Association for Tourism and Leisure Education and Research
St.	Saint (Aziz)
Hz.	Hazreti
CTO	Kıbrıs Turizm Örgütü
MICE	Toplantı, teşvik, kongre ve sergi

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Etkinliklerin Gelişmesinde Etkili Olan Faktörler	s.7
Tablo 2: “Etkinlik” Kavramının İlişkili Olduğu Konular	s.8
Tablo 3: Yabancı Ziyaretçilerin Geliş Nedenleri	s.12
Tablo 4: Etkinliklere Katılanların Yaptıkları Harcamalar ve Etkinliklerin Milli Gelire Etkisi	s.13
Tablo 5: Etkinliklerin Olumlu ve Olumsuz Etkileri	s.15
Tablo 6: Etkinlik Türleri	s.25
Tablo 7: İş Amaçlı Etkinlik Türleri ve Özellikleri	s.33
Tablo 8: Yıllara Göre İnanç ve Hac Amaçlı Gelen Turist Sayıları ve Toplam Turist Sayıları	s.47
Tablo 9: Yıllara Göre İnanç ve Hac Amaçlı Çıkış Yapan Turist Sayıları ve Çıkış Yapan Toplam Turist Sayıları	s.48
Tablo 10: Türkiye’de Gerçekleştirilen Müslüman İnanç Kutlamaları	s.52
Tablo 11: Yazında Yer Alan Hac Seyahatleri Araştırmalarına Yönelik Bibliyometrik Bir Analiz	s.75
Tablo 12: Bibliyometrik Analiz Bulguları	s.87
Tablo 13: Demografik Özellikler	s.88
Tablo 14: Hac Seyahatlerinin Turizm Türüne Göre Sınıflandırılması	s.92
Tablo 15: Hac Seyahatlerini İnanç Turizmi Olarak Değerlendirenlerin İçerik Analizi	s.93
Tablo 16: Hac Seyahatlerini Etkinlik Turizmi Olarak Değerlendirenlerin İçerik Analizi	s.97
Tablo 17: Hac Seyahatlerini İnanç Turizmi ve Etkinlik Turizmi Olarak Değerlendirenlerin İçerik Analizi	s.99

Tablo 18: Hac Seyahatlerini Turizmin Bir Türü Olarak Değerlendirmeyenlerin İçerik Analizi

s.102



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Etkinliklerin Doğrudan Ekonomik Etkileri

s.21



GİRİŞ

Günümüzde turistlerin istek ve beklentilerinde farklılıklar gözlemlenmektedir. Bu farklılıklar, kitle turizminin yerine alternatif turizm türlerinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Kişilerin seyahate katılım motivasyonlarındaki değişim ile alternatif turizm türleri artmaya ve çeşitlenmeye devam etmektedir. Bu çeşitlenmede etkinlik turizmi ve inanç turizmi önemli iki tür olarak turizm yazınında yer almakta ve bu turizm türleri ile ilgili araştırmalar günden güne artış göstermektedir.

Etkinlik turizmi, kişilerin özel önemi olan etkinliklere katılımları ile ortaya çıkmaktadır. Dünyada bilinen etkinlik amaçlı ilk yer değiştirme hareketi, M.Ö. 2000-1500 tarihleri arasında Hititler tarafından düzenlenen inanç etkinlikleridir. Ülkemizde ise deve güreşlerinin 2400 yıllık bir tarihi olduğu bilinmektedir. Çok eski tarihlerden bu yana hem ülkemizde hem dünyada farklı amaçlarla etkinlikler düzenlenmektedir. Özellikle teknolojinin gelişimi, yaş ortalamalarının yükselişi ve gelirlerde ve boş zamanda yaşanan artışlar ile kişilerin etkinliklere katılma eğilimlerinin arttığı gözlemlenmektedir.

Etkinlikler ilk olarak bireysel ve toplumsal girişimler olarak gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Fakat 1980’li yıllarda etkinliklerin doğru şekilde planlanmasının turizmin gelişimi, destinasyonların tanıtımı, ekonomik, sosyal, kültürel ve politik anlamda destinasyonlara olumlu etki sağlayacağına anlaşılmaması ile destinasyonlarda profesyonel etkinlik yönetimi uygulamaları başlamıştır. Bunun yanında akademik anlamda da etkinlik turizmi araştırmaları hız kazanmıştır.

Etkinlik turizmi, destinasyonlara özgü turizm kaynaklarının turistik bir çekicilik haline getirilmesi ve destinasyonlara gelen turist sayısının artırılması amacıyla özel etkinliklerin planlanması ve uygulanması sürecidir. Etkinlik turizminin en önemli özelliklerinden biri etkinliklerin belirli zamanlarda yapılması ve tekrarlanmasıdır. Etkinlik turizminin destinasyonlara, yöre halkına ve katılımcılara ekonomik, fiziksel/çevresel, sosyo-kültürel ve siyasi pek çok olumlu ve olumsuz etkileri bulunmaktadır. Bu etkiler, etkinliklerin büyüklüklerine ve etkinlik türlerine göre farklılıklar göstermektedir. Bu kapsamda etkinlik turizmi sınıflandırmaları

yapılmıştır. Etkinlikler, büyüklüklerine göre etkinlikler ve içeriklerine göre etkinlikler olarak sınıflandırılmaktadır. Büyüklüklerine göre etkinlikler mega etkinlikler, hallmark (yerin adıyla anılan-bölgesel) etkinlikler ve yerel/toplum odaklı etkinlikler olarak sınıflandırılmaktadır. İçeriklerine göre etkinlikler ise spor etkinlikleri, iş amaçlı etkinlikler, eğitim amaçlı ve bilimsel etkinlikler, politik etkinlikler, özel etkinlikler ve sanatsal ve kültürel etkinlikler olarak sınıflandırılmaktadır. Sanatsal ve kültürel etkinlikler festivalleri, karnavalları ve inanç etkinliklerini içeren etkinlik turizmi türüdür.

İnanç etkinlikleri belirli zamanlarda tekrarlanan, dini amaçlarla seyahatlerin gerçekleştirildiği özel öneme sahip etkinlik turizmi türüdür. İnanç etkinlikleri etkinlik turizmi yazınında büyük öneme sahiptir. Bunun nedeni, çok eski tarihlerden bu yana insanları seyahate yönelten en önemli motivasyonlardan biri olan Hac seyahatlerinin bu başlıkta yer almasıdır. İnanç etkinliklerinin en büyüğü olarak kabul edilen Hac, hem etkinlik turizmi hem de inanç turizmini yazınında incelenmektedir.

Turizmin başlangıcı olarak kabul edilen inanç amaçlı seyahatler, ilk olarak inanılan dinin kutsal kabul edilen merkezlerine yönelik olarak yapılmıştır. Bilinen ilk kutsal yer seyahati, 30.000 yıl önce Avusturalyalı yerliler tarafından dini ritüelleri gerçekleştirmek amacıyla yapılan seyahatlerdir. Günümüzde de kişiler inandıkları dinin emirlerini yerine getirmek, kutsal kabul edilen yerleri görmek, inanç festivallerine katılmak ve farklı dinlere yönelik merak amacıyla seyahatler gerçekleştirmektedir.

Turizm ve inanç ilişkisi 1970’li yıllardan bu yana araştırılmakta ve inanç turizmi kavramı bu tarihten beri turizm yazınında yer almaktadır. İnanç turizmi, farklı dinler için kutsal kabul edilen yerlere yönelik inanç motivasyonu ile yapılan seyahatler ve bu destinasyonlarda gerçekleştirilen dini ritüellerdir. İnanç turizmi destinasyonlara sosyo-ekonomik katkısı çok fazla olan bir turizm türüdür. İnanç turizmi sürelerine göre kısa vadeli inanç turizmi ve uzun vadeli inanç turizmi olarak ikiye ayrılmaktadır.

Türkiye’de farklı medeniyetlerin aynı topraklarda hüküm sürmesi ve farklı dinlere yönelik varolan tolerans nedeniyle 3 semavi dine yönelik pek çok inanç merkezi bulunmakta olup, her yıl çok sayıda turist bu destinasyonları görmek için

Ülkemize seyahatler gerçekleştirmektedir. Dünyada yer alan en önemli inanç merkezleri ise Mekke, Medine, Kudüs ve Vatikandır. Bu destinasyonlara özellikle Hac amacıyla her yıl milyonlarca kişi seyahatler gerçekleştirmektedirler. Hac seyahatleri en eski turizm hareketeleri arasında sayılmaktadır. Tüm dinler için büyük önemi olan Hac, dinler için kutsal olan destinasyonlara, kutsal kabul edilen zamanlarda gerçekleştirilen seyahatlerdir. Ayrıca günümüzde Hac, dini ve dini olmayan Hac olarak sınıflandırılmakta olup, önemli kişilerin mezarları, savaş alanları ve soyların geçmişte yaşadığı yerler de Hac kapsamında değerlendirilmektedir.

Hac, farklı dinlerde farklı ritüelleri bulunan bir faaliyetdir. Zorunluluk/ gönüllülük, kadın ve erkeklerin Hacca katılım koşulları ve Hac seyahatlerinde yapılan ritüeller dinden dine farklılıklar göstermektedir. Müslümanlıkta Hac, dinsel anlamda büyük önemi olan bir faaliyetdir. Hac İslamın 5 şartından biri olması nedeniyle koşulları sağlayan Mslmalar için zorunlu bir ibadet olarak kabul edilmektedir.

Turizm yazını incelendiğinde, Hac amaçlı yapılan seyahatlerin hem inanç turizmi hem de etkinlik turizmi başlıkları altında incelendiği bulgusuna ulaşılmıştır. Hac seyahatleri, etkinlik turizmi türlerinden inanç etkinlikleri olarak sınıflandırılırken, inanç turizmi sınıflandırmalarında da en önemli ve katılımcı sayısı en çok olan inanç turizmi hareketi olarak değerlendirilmektedir. Araştırmanın alan yazın taraması kısmında detaylı olarak ortaya konulan bu durum, turizm yazınında bir karmaşanın varlığını ortaya koymaktadır. Bu kapsamda araştırmanın amacı, Müslümanların Kurban Bayramı arifesinde gerçekleştirdikleri Hac seyahatlerinin turizm yazınında yapılan sınıflandırmalarda büyük öneme sahip iki turizm türünden etkinlik turizmi olarak mı inanç turizmi olarak mı değerlendirilmesi gerektiğinin ortaya çıkarılmasıdır. Böylelikle turizm yazınında Hac seyahatlerinin doğru konumlandırılmasını sağlamak ve etkinlik turizmi ile inanç turizmi arasındaki karmaşayı ortadan kaldırmak amaçlanmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın birinci bölümünde etkinlik turizmi kavramı, etkinlik turizminin etkileri ve etkinlik türleri yer almakta olup, etkinlik türlerinden inanç etkinliklerine değinilmektedir. Çalışmanın ikinci bölümünde inanç turizmi kavramı ve türleri, Türkiye’de yer alan inanç merkezleri ve inanç faaliyetleri, Dünyada yer alan inanç merkezleri ve inanç faaliyetleri, Hac kavramı ve Haccın turizmdeki yeri, Dünyada yer alan Hac

merkezleri ve etkinlik turizmi ve inanç turizmi paradoksu ile Hac seyahatlerinin turizm yazınındaki yeri incelenmektedir. Araştırmanın üçüncü bölümünde ise varolan paradoksun çözümüne yönelik yapılan bibliyometrik analiz ve içerik analizi bulguları ile ulusal ve uluslararası yazınla karşılaştırmalı yorumlar yer almaktadır. Ayrıca yapılan araştırmanın turizm yazınına ve turizm sektörüne katkısı, araştırmanın sınırlılıkları ve gelecek çalışmalara yönelik öneriler de yine çalışmanın üçüncü bölümde yer almaktadır.



BİRİNCİ BÖLÜM

ETKİNLİK TURİZMİ

Bu bölümde öncelikle etkinlik kavramı, etkinliklerin tarihi ve etkinlik turizmi kavramlarına değinilmektedir. Ardından etkinlik turizminin olumlu ve olumsuz etkileri ile büyüklüklerine göre ve içeriklerine göre etkinlik türleri detaylı bir şekilde irdelenmektedir. Bölümün son kısmında ise içeriklerine göre etkinlik türlerinden sanatsal ve kültürel etkinlikler içerisinde yer alan inanç etkinliklerine yönelik detaylı yazın taraması yer almaktadır.

1.1.Etkinlik Turizminin Tanımı ve Özellikleri

Etkinliklerin tarihi çok eski dönemlere dayanmaktadır. Anadolu'nun en büyük uygarlıklarından olan ve M.Ö. 2000-1500 tarihleri arasında yaşamış Hititler döneminde inanç etkinliklerine sıkça rastlanmaktadır (Yüksel, 1993: 5). Hititler, yılın önemli bir bölümünü inanç etkinliklerine ayırmakta olup, arkeolojik çalışmalar sonucu uygarlık tarafından kutlanan 165 adet dini şenlik adı ortaya çıkarılmıştır (Ardzinba, 2010: 13). Dini etkinliklerde kral ve kraliçe tanrılar için kurbanlar sunmakta, özellikle lir isimli çalgı ile çalınan şarkılar söylenmekte, dansçılar ve soytarılar halkı eğlendirmekteydi (Çığ, 2015: 200). Yapılan etkinliklerin amacı ise tanrılara saygı göstermek, onlarla sürekli bağ kurmak ve böylelikle ülkenin refaha kavuşmasıydı (Ardzinba, 2010: 13).

Antik çağda spor etkinliklerinden ilki olan Olimpiyat Oyunları başlamıştır. Olimpiyatlar, Yunan tanrısı Zeus'u onurlandırmak amacıyla, her dört yılda bir Yunanistan'ın Olympia kentinde gerçekleştirilmiştir. Antik Olimpiyatlar M.Ö. 776–M.S. 393 yılları arasında yapılmıştır (Cartwright, 2013).1896 yılından bu yana ise Modern Olimpiyatlar düzenlenmektedir. Antik Olimpiyatların aksine, Modern Olimpiyatların tümü farklı destinasyonlarda ve her seferinde ayrı kıtada yapılmaktadır. Böylelikle etkinliğin yapıldığı destinasyonların dünya kamuoyuna tanıtılması amaçlanmaktadır (Erten, 2012: 17).

Yine M.Ö. 105- M.S.404 yılları arasında Roma İmparatorluğu'nda gladyatör dövüşlerinde imparator ve halkı eğlendirmek ve halkı savaşırlara hazırlamak amacıyla insanlar ve vahşi hayvanlar dövüştürülmüş, iki insan arası dövüş ya da insan ve hayvan arası dövüş şeklinde müsabakalar yapılmıştır (Whatmore ve Torne, 1998: 438; Cartwright, 2012).

Ülkemizde de etkinliklerin tarihi çok eski zamanlara dayanmaktadır. Örneğin, deve güreşleri yaklaşık 2400 yıllık tarihi ile Anadolu'da önemli bir kültürel etkinlik ve önemli bir gelenek halini almıştır. Özellikle Türkiye'nin batı bölgelerinde yaygın olan deve güreşleri, günümüzde en çok Aydın yöresinde yapılmaktadır (Aydın, 2011: 55). Deve güreşi festivalleri ülkemizde göçebelik ve kervancılığın yaygın olduğu dönemlerden beri yapılmakta olup, 19. yy başlarından bu yana kültürel bir etkinlik olarak belli dönemlerde müsabakalar halini almıştır (Kılıçkiran, 1987: 125).

Günümüzde kutlanan pek çok etkinlik de eski uygarlıklarda kutlanan etkinliklerle uyum göstermektedir. Günümüzde farklı dinlerde baharın başlangıcı, doğanın canlanmasının kutlandığı bahar bayramları olan Hıdrellez, nevrüz ve paskalya (Ökse, 2006: 59), M.Ö 15 yy. da Hititler tarafından ilkbaharda kutlanan "An.tah.sum" Bayramı ile uyum göstermektedir. "An.tah.sum" Bayramı Anadolu'da kutlanan en eski bahar bayramıdır ve 38 gün sürmektedir. Bu bayram Hitit çivi yazılı metinlerde bir ilkbahar şenliği olarak geçmektedir (Yıldırımsal, 2014).

Yıllar içerisinde etkinliklerdeki motivasyonlar, etkinlik türleri ve etkinlik düzenlemedeki amaçlar değişse de, dünyada spor, iş, eğitim, inanç, sanat ve kültür amaçlı etkinlikler günden güne artış göstermektedir. Günümüz dünyasında, toplum içinde çeşitli gruplarda örgütlenmiş şekilde bulunan insanların, etkinliklere katılma eğilimlerinde ve arzularında da sürekli bir artış olduğu gözlemlenmektedir (Karaküçük, 1997). Bu artışın temel nedenleri, yaş ortalamasının yükselişi, teknolojinin gelişimi, gelirlerin artışı ve insanlar için zaman kavramının önemli hale gelişi olarak sayılabilmektedir. Yaş ortalaması, teknolojik gelişme, gelirler ve boş zamanlarda ortaya çıkan bu değişimler, dünya çapında yapılan çeşitli etkinliklere olan talebin artmasına neden olmaktadır (Goldblatt, 2000: 4). Bu değişimler Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Etkinliklerin Gelişmesinde Etkili Olan Faktörler

Değişim	Önce	Sonra
Demografik	Genç Nüfus	Yaşlı Nüfus
Teknolojik	Düşük Teknoloji	Yüksek Teknoloji
Kullanılabilir Gelirdeki Değişme	Sınırlı	Sınırsız
Zamandaki Değişme	Tanımlanmış	Tanımlanmamış

Kaynak: Goldblatt, 2000: 7.

“İnsanların yoğun çalışma yükü, rutin hayat tarzı veya olumsuz çevresel etkilere tehlikeye giren veya olumsuz etkilenen bedeni ve zihinsel sağlığını tekrar elde etmek, korumak veya devam ettirmek, aynı zamanda zevk ve haz almak amacı ile kişisel doyum sağlayacak, zorunlu ihtiyaçlar için ayrılan zaman dışında kalan boş zaman içinde, kişisel isteğe bağlı ve gönüllü olarak yapılan rekreasyonel faaliyetler” etkinlik olarak adlandırılmaktadır (Karaküçük, 1997).

Ritchie ve Crouch (2005: 5) etkinlikleri, *“Tek seferlik düzenlenen, belirli bir süre içerisinde gerçekleşen ya da tekrarlanan; turistik bir yerin kısa veya uzun dönemli farkındalığını, bilinirliğini ve sağladığı geliri artırmak için geliştirilen büyük etkinlikler”* olarak tanımlamaktadır.

İyi planlanmış etkinliklerin destinasyonlararası rekabette önemi giderek artırmaktadır (Getz, 2008: 403). Bu durum etkinliklerin turizm açısından önemli bir alan olmasına neden olmaktadır. 1980’li yıllara kadar turizmde etkinlik kavramının öneminin fark edilememiş olsa da (Chen, 2011: 106), ilerleyen yıllarda etkinlik kavramının turizmin gelişimi, pazarlaması ve reklamı için önemli bir motivasyon olduğu anlaşılmıştır (Getz, 2008: 403). Yine 1985 yılında Burns ve arkadaşları tarafından Adelaid Uluslararası Araba Yarışlarına yönelik yapılan araştırma ile etkinliklerin ekonomik açıdan da önemi ortaya konulmuş ve etkinlik araştırmaları hız kazanmıştır (Davies ve diğerleri, 2013: 31).

Etkinliklerin topluluk yaratma (community building), kırsal yenilenme, kültürel gelişim ve ulusal kimliklerin gelişimine yardım etmek gibi faydaları bulunmaktadır (Getz, 2008: 403). Bunun yanında rakip destinasyonlardan farklılaşma, ekonomik gelişim, yerel halkın yaşadığı destinasyonun, bölgenin ya da ülkenin imajını olumlu yönde geliştirme gibi faydalar da sunmaktadır (Baum ve diğerleri, 2013: 179; Lee ve Goldblatt, 2012: 138). Etkinlikler sayesinde destinasyonlar çok sayıda ziyaretçi çekebilmekte ve gelen ziyaretçilerin harcama yapmaları sağlanmaktadır (Henderson ve diğerleri, 2010: 60). Etkinlikler hem ziyaretçilere ev sahipliği yapan yerel halka, hem de katılımcılara olumlu etkileri olan faaliyetlerdir. Tüm potansiyel kaynakları bir araya getirme fırsatı sunan çok nadir turizm tiplerindendir ve böylece turistlere güzel bir destinasyon imajı yaratmayı sağlamaktadır (Kim ve diğerleri, 2010:86). Destinasyon imaj geliştiricileri tarafından da eşsiz bir turist çekim faaliyeti olarak görülmektedir (Getz, 1991: 11).Tüm bu nedenlerle pek çok ülke, bölge ve destinasyonlar etkinliklere daha fazla ilgi göstermekte, etkinliklere yönelik hükümetlerin ve medyanın ilgisi artmaktadır (Baum ve diğerleri, 2013: 179).

Etkinlik, hedef geliştirme ve market stratejileri ile potansiyel ekonomik faydalar elde etmek için turizm yazınında yoğun olarak kullanılan bir kavramdır ve birçok kavramla ilişkili olarak incelenmektedir (Getz, 2005: 12). Tablo 2’de etkinlik kavramının ilişkili olduğu konular yer almaktadır.

Tablo 2: “Etkinlik” Kavramının İlişkili Olduğu Konular

Etkinlik Kavramının ve İlişkili Olduğu Disiplinler:	Etkinlik Kavramının Yanından İlişkili Olduğu Alanlar:
• Tarih • Coğrafya • Kültürel Antropoloji • Sosyoloji • Psikolojisi • Siyaset Bilimi • Ekonomisi	• Spor yönetimi • Mekan Yönetimi • Parklar ve Rekreasyon Ajansları • Etkinlik Yönetimi • Otelcilik (otel, lokanta ve tatil köyleri)

Kaynak: Getz, 2005:12.

Getz (2008: 404)'e göre planlı etkinlikler ilk gerçekleştirildiklerinde bireysel ve toplumsal girişimler olarak başlasalar da, ileriki aşamalarda profesyonellerin alanı haline gelmektedir. Etkinlikler bir amaç için yapılmakta ve pek çok stratejik hedefi gerçekleştirmek için yapıldığından çok fazla risk faktörü barındırmaktadır. Bu nedenle de profesyonel yönetim gerektiren faaliyetlerdir.

Yapılan araştırmalar etkinliklerin seyahat kararında önemli bir etken ve önemli bir figür teşkil etmekte olduğunu göstermektedir (Gets, 2008: 403). Bu durum etkinlik düzenleme kararlarını, yapılan pazarlama planlarını ve destinasyonların etkinliklere olan yaklaşımını da farklılaştırmaktadır. Geçmişte yapılan, kar amacı gütmeyen ve tamamen amatörlerce gerçekleştirilen etkinlikler, günümüze gelene dek bu yapısından sıyrılmış ve önemli ekonomik katma değer sağlayan birer faaliyete, dolayısıyla da profesyonel birer organizasyona dönüşmüştür. Bu süreç, etkinlik yönetimi kavramını beraberinde getirmiştir. "Etkinlik yönetimi" planlama ve üretim ile ilgili olan her türlü etkinliği, kongreleri, sergileri, festivaller ve diğer kültürel kutlamaları, spor yarışmalarını, olağanüstü eğlenceleri, özel fonksiyonları ve sayısız diğer özel etkinlikler de dâhil olmak üzere her türlü faaliyeti kapsamaktadır (Gets, 2004: 2). Böylesine geniş bir alanda faaliyet gösteren etkinlik yönetiminin, eğitimli personel ve profesyonel uzmanlık gerektiren bir alan olduğu belirgin hale gelmektedir (Robinson ve diğerleri, 2010: 142).

Bu süreç beraberinde profesyonel etkinlik yönetimin gereksinimini doğurmuştur. Bu süreçte yaşanan sıkıntılar, günümüzde kurulan birçok uzman etkinlik firmasıyla birlikte aşılmaaya çalışılmış ve etkinlik yönetimi gelişerek büyümeye devam etmiştir. Etkinlik yönetimi alanında hizmet desteği veren firmalar incelendiğinde, ortak bir süreç yönetimi göze çarpmaktadır. *“Etkinliği bir proje olarak ele aldığımızda; etkinlik öncesi, esnası ve sonrası süreçlerin (projelendirme, bütçelendirme, tasarım tedarik, planlama, operasyon, ölçme, değerlendirme, raporlama, vb.), stratejik esaslara dayalı olarak, belirlenen hedefler doğrultusunda, planlı biçimde yürütülmesi”* (Afanya Etkinlik Yönetimi, 2015) süreçleri dikkat çekmektedir. Böylesine uzun bir sürecin profesyonel etkinlik yöneticileri tarafından oluşturulması ve takibi etkinliğin hedeflerinin tutturulması açısından da oldukça önemlidir.

Etkinlik turizmi, turizm ve etkinlik kavramların çakışma noktasıdır (Quinn, 2009: 484). Kültürel, sportif, politik, iş vb. amaçlı birçok etkinliği içermektedir. Bu etkinlikler, olimpiyatlar, toplumsal festivaller, fuarlar gibi mega etkinliklerden; küçük toplantılar, partiler, çeşitli yarışmalar gibi küçük çaplı etkinliklere kadar birçok faaliyeti kapsayabilmektedir (Saayman, 2012: 64).

Etkinlik turizmi; turizm planları içerisinde yer alan, potansiyel bir pazara sahip, turizm endüstrisinin başarısı ve çekiciliği konusunda önemli bir paydaş haline gelen profesyonel bir alan haline gelmiştir (Getz, 2008: 403). Devletler hem turizm hem de ekonomik gelişim aracı olarak etkinlikleri desteklemekte, böylelikle siyasi sermaye kazanmayı amaçlamaktadırlar (Henderson ve diğerleri, 2010: 61). Turizmin gelişimi ve turizm pazarlamasına gerçek ve potansiyel katkıları nedeniyle etkinlikler, turizm için önemli bir araştırma konusu halini almaktadır (Henderson ve diğerleri, 2010: 60).

Etkinlik turizmi ilk olarak 1987 yılında Yeni Zelanda Turist ve Tanıtım Departmanı tarafından tanımlanmıştır. Tanıma göre etkinlik turizmi, *“uluslararası turizmin hızla büyüme gösteren ve önemli bir bölümüdür”* (Getz, 2008: 405).

Etkinlik turizmi, *“destinasyonlarda bulunan doğal ve fiziksel turizm kaynaklarını canlandırıcı, imaj oluşturucu ve bir turizm çekiciliği olarak etkinliklerin, sistematik planlanması, geliştirilmesi ve pazarlanması”* olarak da tanımlanmaktadır (Getz ve Wicks, 1993).

Getz (1997: 106)’ e göre etkinlik turizmi, *“kaynak bulma ve tedarik sürecidir. İçerisinde teknik bir yapı yer almaktadır ve bu tekniği harekete geçirme, uygulamaya koyma faaliyetidir”*.

Kozak ve Bahçe (2009: 157)’ ye göre etkinlik turizmi, *“birincil veya ikincil çekicilik şeklinde kullanılarak, katılımcı sayısını maksimize etmek için; özel olayların planlanması, geliştirilmesi ve pazarlanması”* olarak tanımlanmaktadır.

Etkinliklerin etkinliğin yapıldığı destinasyona, yerel halka ve turistlere pek çok etkisi bulunmaktadır. Destinasyonların farkındalığını artırmak ve imajını geliştirmek gibi olumlu etkileri olan etkinlikler belirli sürelerde olmalı, halka açık

olmalı, çok sık yapılmamalı, belirli bir kutlama veya gösteri amacı taşımamalı, içerisinde birçok aktivite barındırmalı, sıra dışı ve günlük yaşamdan farklı olmalı, kişilere sosyal deneyimler sunmalı ve çoğunlukla aktiviteleri aynı bölgede gerçekleştirilmelidir (Jago ve Shaw, 1998: 29; Henderson ve diğerleri, 2010: 61). Etkinlikler hiçbir zaman aynı olmamalıdır ve tam deneyim elde edilmek isteniyorsa, kesinlikle etkinliğin yapıldığı yere gidilmelidir (Getz, 2008: 404).

Etkinlik turizmine yönelik akademik araştırmalar 1970’li yıllardan sonra başlamıştır. 1970-1996 yılları arasında yapılan akademik araştırmaları değerlendiren Formica (1998)’nin bulgularına göre, bu yıllar arasında etkinliklerin ekonomik ve finansal etkinlikleri, etkinlik pazarlaması, etkinlik profilleri, sponsorluk, yönetim ve yeni trendler hakkında araştırmalar yapılmıştır. Getz (2000: 14) tarafından 1993-2000 yılları arasında Journal of Event Management dergisinde yayınlanan çalışmaların değerlendirildiği araştırmada da en sık işlenen konuların etkinliklerin ekonomik gelişimi ve ekonomik etkiler, sponsorluk ve etkinlik pazarlaması, pazar bölümlendirme ve yönetim başlıkları olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Son yıllarda birçok ülkede yapılan etkinlik sayılarında artış gözlemlenmektedir. Türkiye de bu artışın yaşandığı ülkelerden biridir. Yolal ve diğerleri (2009)’nin yaptığı araştırma bulgularına göre, küçük kasabalardan büyük şehirlere, ülkenin tamamında ekonomik, kültürel ve sosyal yaşamı geliştirmek ve ziyaretçi çekmek amacıyla etkinliklere teşvikler verilmektedir. Türkiye’de her yıl 1,350 den fazla etkinlik düzenlenmektedir.

Türkiye’de etkinlik turizmine yönelik istatistiksel verilere ve etkinliklerin ülke gelirlerine sağladığı döviz girdilerine ulaşamamaktadır. Bunun nedeni T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TUIK (Türkiye İstatistik Kurumu) gibi kurumlar tarafından etkinlik turizminin alternatif turizm türleri arasında gösterilmemesidir. Etkinlik turizmi, her ne kadar uluslararası pazarlarda önemli gelir yaratıcı faktör olarak sayılsa da, Türkiye’de ve dünyada kültür turizmi, toplantı kongre ve etkinlikler, sportif ilişkiler, eğlence gibi başlıklar altında incelenmektedir. Deery (ve diğerleri, 2004) bu yorumu destekler nitelikte spor ve etkinlik turizmini karşılaştırmaktadır. Bu karşılaştırmaya göre spor turizmi ve etkinlik turizmi genel olarak turizmin bir alt kümesi olarak görülmekte ve bu iki türün birbirinden ayrı

değerlendirilmesinin neredeyse imkansız olduğu görüşüne değinilmektedir. Getz (2008: 405)'e göre de etkinlik turizmi spor turizmi, kültür turizmi ve iş amaçlı etkinliklerin alt alanıdır ve bu alanlar da etkinlik turizmi deneyimlerini araştırmaktadır. Yine AKTOB (Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği)'un yabancı ziyaretçilerin geliş nedenlerini belirlemeye yönelik 2013 yılında hazırladığı istatistiksel verilerde de etkinlik turizmine yönelik bir başlık bulunmadığı görülmektedir.

Tablo 3: Yabancı Ziyaretçilerin Geliş Nedenleri

Geliş Nedenleri	Yüzdesel Oran (%)
Gezi, Eğlence, Kültür, Sportif Faaliyetler	59,0
Yakınları ziyaret	8,4
Sağlık	0,5
Dini	0,2
Alışveriş	2,6
Toplantı, konferans, görev, ticaret	6,0
Transit/ Aktarma	0,1
Eğitim	0,5
Diğer	3,3
Berberinde giden	19,4
TOPLAM	100

Kaynak: <http://www.aktob.org.tr/pdf/aktob.turizm.verileri.pdf>

Dünyada yapılan araştırmalarda da uluslararası verilere ulaşamamaktadır. Fakat turizmden pay alan ve etkinlik turizminin olumlu yansımalarını gören pek çok ülke ulusal ve bölgesel boyutta değerlendirmeler yapmaktadır. Örneğin;

Avustralya’da Kosciuszko Ulusal Parkı’nda yapılan Avustralya Dağ Bisikleti Kulübü Kupası, Ulusal Koşucular Haftası, Shakespeare Festivali ve Thredbo Caz Festivali’nin sağladığı ekonomik etkiler Janeczko ve Mules (2002) tarafından araştırılmıştır. Araştırma bulguları aşağıdaki tabloda verilmiştir:

Tablo 4: Etkinliklere Katılanların Yaptıkları Harcamalar ve Etkinliklerin Milli Gelire Etkisi

Etkinlik Adı	Ziyaretçi Harcamaları (\$)	Gayri Safi Milli Hâsılaya Etkisi (\$)
Avustralya Dağ Bisikleti Kulübü Kupası	222.258	88.459
Ulusal Koşucular Haftası	294.871	117.359
Shakespeare Festivali	43.617	17.360
Thredbo Caz Festivali	308.400	122.743

Kaynak:<http://www.crctourism.com.au/wms/upload/resources/bookshop/Estimate%20Econ%20Impacts%20Festivals-Events.pdf>

1.2.Etkinlik Turizminin Etkileri

Etkinlikler destinasyona ilave bir çekicilik unsuru eklemekte ve turizmin sürdürülebilirliği konusunda fayda sağlamaktadırlar. Bu bağlamda etkinlik turizminin destinasyona sağladığı faydalar aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir (Uygur ve Çelik, 2010: 39);

- Turizm sezonunu uzatmak ve turizmi çeşitlendirmek,
- Turizm talebinin ülke içindeki farklı destinasyonlar arasında eşit dağılımını sağlamak ve bölgelerarası adaletsizliği ortadan kaldırmak,
- Bölgelere yeni kaynakları sağlamak, böylece bölgesel gelişimde fayda yaratmak,
- Destinasyonların çekiciliğini ve farkındalığını artırmak, daha fazla ziyaret imkânı yaratmak,

- Yeni altyapı ve hizmetlerin oluşturulması ya da mevcut hizmetlerin ve alt yapının geliştirilmesi için harekete geçirici bir etken olmak,
- Destinasyona medyanın ilgisini çekmek, tanınırlığını artırmak,
- Güçlü ve aktif imajlar oluşturarak ve kültürel temalar yaratarak destinasyon markalaşmasına yardımcı olmak,
- Tek bir seyahatin yeterli olduğunu düşünen insanları, tekrar ziyaretler için teşvik etmektir.

Etkinlikler katılımcılar açısından bazı engelleri ortadan kaldırmaktayken (Andreasen, 1991: 14), diğer taraftan olumsuz sonuçlara da yol açabilmektedir. Kim ve Uysal (2003: 162) 1960'lı yıllarda etkilerin olumlu yönlerine yönelik çalışmalar yapıldığını, 1970'li yıllarda olumsuz yönlerine değinildiğini, 1980'li ve 1990'lı yıllarda ise etkilerin daha çok olumlu ve olumsuz yönlerine dengeli bir biçimde yaklaşıldığını belirtmektedirler. Mathieson ve Wall (1993)'a göre turizmin etkileri ekonomik, fiziksel, sosyal olarak üç'e ayrılmaktadır.

Getz (2008: 419)' e göre etkinlik turizmi ile öncelikli olarak ekonomik fayda sağlamak amaçlanmaktadır. Ancak kişisel, toplumsal, kültürel ve çevresel etkilerinin de incelenmesi gerekmektedir. Etkinlik turizmi değerlendirilirken açık sistem perspektifinden bakılmalıdır, yani getirileri (sağladığı ekonomik ve diğer kazançlar), yarattığı dönüşüm süreci (değişimde oynadığı rol) ve sonuçları birlikte incelenmelidir.

Ritchie ve Crouch (2005: 123) ise etkinliklerin etkilerini altı başlık altında incelemektedir. Bu başlıklar; ekonomik etkiler, ticari etkiler, fiziksel etkiler, sosyo-kültürel etkiler, psikolojik etkiler ve siyasi etkiler olarak değerlendirilmiş, etkinliklerin olumlu ve olumsuz yansımalarını aşağıdaki tabloda incelemiştir;

Tablo 5: Etkinliklerin Olumlu ve Olumsuz Etkileri

Etki	Olumlu	Olumsuz
Ekonomik	• Harcamalarda artış • İstihdam yaratılması	• Etkinlik sırasında yaşanan fiyat artışları • Emlak sektöründeki spekülasyonlar
Ticari	• Bir seyahat / turizm destinasyonu olarak bölgenin farkındalığının artması • Bölgedeki yatırım ve ticari faaliyet potansiyeli ile ilgili bilgi artışı	• Yapılan yanlış uygulamalar ve tesis yetersizliği sonucu kötü ün kazanılması • Yerel insan gücü ve devlet yardımları açısından oluşabilecek rekabet nedeniyle, var olan işletmeler tarafından gelebilecek negatif reaksiyonlar
Fiziksel	• Yeni tesislerin inşa edilmesi • Yerel altyapının iyileştirilmesi	• Çevresel hasarlar • Aşırı kalabalık
Sosyo-Kültürel	• Etkinlikler ile ilişkilendirilen faaliyetlere yerel halkın katılımında artış yaşanması • Bölgesel geleneklerin ve değerlerin güçlendirilmesi	• Kişisel veya özel nitelikte olabilen faaliyetlerin zamanla ticarileşmesi • Turistik isteklerin karşılanması için faaliyetin doğasının değiştirilmesi
Psikolojik	• Artan yerel gurur ve toplum ruhu • Yerel olmayan algılamalarda artan farkındalık	• Yöre halkının savunmacı tutum sergileme eğilimi • Yöre halkı ve ziyaretçiler arasında yaşanan yanlış anlama derecesindeki artış
Siyasi	• Bölgenin ve bölgenin sahip olduğu değerlerinin uluslararası tanınırlığının artışı • Hükümet ve halk tarafından sahip olunan siyasi değerlerin yayılması	• Yerel halkın, siyasi elitlerin emellerine hizmet eden birer ekonomik sömürü acarı haline gelmesi • Günün siyasal sisteminin etkinlikleri gerçek değerlerinin dışına çıkarıp bozması

Kaynak: Ritchie ve Crouch, 2005: 123.

Tablo 5’ te görüldüğü gibi, etkinliklerin olumlu ve olumsuz yansımaları olabilmektedir. Olumsuz yansımalar üzerine yapılacak çalışmalar ve iyileştirmeler, etkinliklerin verimini artırmada fayda sağlayıcı olacaktır. İyi bir planlama süreci, yaşanacak olumsuz yansımalarla karşı alınmış önlemler, etkinliğin verimliliğini ve kalitesini artıracaktır. Böylece etkinlikler destinasyonlara birçok açıdan katkı sağlayacaktır.

Yukarıda da görüldüğü gibi yapılan çalışmaların büyük çoğunluğunda etkinliklerin aşağıdaki etkileri üzerinde durulmaktadır:

- Fiziksel ve Çevresel Etkiler
- Sosyo-Kültürel Etkiler
- Ekonomik Etkileri
- Diğer Etkiler

1.2.1.Fiziksel ve Çevresel Etkiler

Etkinlik turizminin etkilerine yönelik yapılan araştırmalarda öncelik ekonomik ve ardından sosyo-kültürel etkilere verilmiştir. Etkinliklerin çevresel etkileri yakın zamana kadar görmezden gelinmiş, karbon ayak izi ve etkinliklerin enerji maliyetleri etkiler arasında yer almamıştır (Getz, 2009: 70). Fakat etkinlikler planlanırken, fiziksel çevrede meydana gelen değişimler, yani günümüzde turizm anlayışının merkezinde yer alan sürdürülebilirlik konusuna dikkat edilmelidir (Henderson ve diğerleri, 2010: 62).

Sürdürülebilir etkinlikler sosyal, kültürel, ekonomik faydaların yanında insanlar için değerli olan çevresel rolleri yerine getirmektedirler. Bu sebeple toplum tarafından sürekli desteklenen faaliyetlerdir (Getz, 2009: 70).

Etkinlikler çevreye duyarlı şekilde yapıldığında olumlu fiziksel ve çevresel etkiler ortaya çıkmaktadır. Çevresel düzenlemelerde artış, en iyinin yapılması için duyarlı şekilde çalışma, çevresel duyarlılıkta artış, ulaşımda ve iletişim sistemlerinde iyileşmeler ve karbon ayak izinin minimize edilmesi için yapılan çalışmalarda artış bu olumlu etkiler arasında sayılmaktadır (Allen ve diğerleri, 2002: 32; Jago ve

diğerleri, 2010: 223). Ritchie ve Crouch (2005: 123)'a göre ise etkinlikler yeni tesislerin kurulmasına imkan vermektedir. Böylece yerel halkın da bu tesislerden yararlanması sağlanmaktadır. Ayrıca etkinliklerin yapıldığı destinasyonlarda alt yapı imkanlarının da gelişme gösterdiği açıktır. (Allen ve diğerleri, 2002: 32; Ritchie ve Crouch, 2005: 123).

Allen ve diğerleri (2002: 32), etkinliklerin sürdürülebilir turizm ilkelerine göre yapılmadığı durumlarda pek çok olumsuz sonuçla karşı karşıya kalılabileceğini vurgulamaktadır. Etkinlikler çevreye zarar vermekte, etkinliğin yapıldığı alanlarda kirlilik artmakta, doğal ve tarihi kalıntılara zarar verilmekte, etkinlik yapılan bölgede kalabalık sonucu trafik yoğunluğu artmakta ve ses kirliliği yaşanmaktadır. Ayrıca etkinliğin yapıldığı destinasyonda aşırı enerji ve su kullanımı gerçekleşmekte ve havaya salınan karbon miktarında artış gözlemlenmektedir (Jago ve diğerleri, 2010: 224). Ritchie ve Crouch (2005: 123)'a göre ise etkinliklerin yapıldığı bölgelerde çevresel tahribat artmakta ve destinasyonlarda aşırı kalabalık sonucu olumsuzluklar yaşanmaktadır.

Henderson ve diğerleri (2010: 67)'nin Formula 1 yarışlarında yaptığı araştırma bulgularına göre, yapılan yarışların doğaya ve fiziksel çevreye negatif etkileri olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Formula 1 yarışları sırasında çok yüksek ses kirliliği yaşanmakta, gece yarışları sırasında aydınlatma için çok fazla enerji ihtiyacı ortaya çıkmakta ve yarışlar hava kirliliğine sebep olmaktadır. Formula 1 yarışlarında kullanılan arabalar kişisel kullanım için trafiğe çıkan arabalardan dokuz kat fazla karbondioksit salınımı yaparak havayı kirletmektedir (Peace, 2009).

Sürdürülebilir etkinlikler yeşil etkinlik hareketinin doğmasına neden olmuştur. Yeşil etkinlik hareketine göre gelecekte tüm etkinliklerin çevresel tahribatı azaltma, tekrar kullanım ve geri dönüşümü olması beklenmektedir. Fakat yapılan etkinliklerde enerji tüketiminin ve beraberinde sera gazı salınımının çok olması bu hareketin önünde büyük bir engeldir (Getz, 2009: 70).

Sorumlu turizm anlayışıyla da doğrudan ilişkisi bulunması gereken etkinlikler Destinasyonlarda Sorumlu Turizm, Cape Town Deklarasyonu'nda diğer turizm

türleri gibi değerlendirilmiş ve etkinliklerde çevre korumasının sağlanması için yapılması gerekenler listelenmiştir. Buna göre etkinlikler;

- Ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel negatif etkileri minimize etmeli,
- Yerel halk için daha fazla ekonomik fayda yaratmalı ve toplumun refahı artırmalı,
- Çalışma koşulları geliştirilmeli ve yeni iş imkanları yaratılmalı,
- Karar süreçlerine yerel halk dahil edilmeli,
- Çeşitliliği kucaklamalı ve doğal ve kültürel mirasın korunmasına katkıda bulunmalı,
- Ziyaretçiler ile yerel halkın ilişkiye girmesine olanak sağlanıp eğlenceli bir deneyim yaratmalı,
- Fiziksel engelli kişilerin erişimi sağlanmalı,
- Kültürel duyarlılık yaratılmalı, katılımcılar ve yerel halk arasında saygı teşvik edilmeli ve yerel gururu ve güveni geliştirmelidir (Getz, 2009: 71).

Sorumlu turizm etiği, kişilerin ve etkinliklerin kendi eylemleri için sorumluluk almalarını ve sürdürülebilir kalkınma stratejileri ve yeşil uygulamaları sürdürmelerini gerektirmektedir. Sorumlu ve sürdürülebilir etkinlikler etik turistler için çekici olmalıdır (Keyser, 2008: 310).

1.2.2. Sosyo- Kültürel Etkiler

Etkinliklerin sadece ekonomik bir faaliyet olarak görülmesi ve ekonomik girdilerinin çok olması, araştırmalarda önceliğin ekonomik etkilere verilmesine neden olmuştur. Fakat turizm örgütlerinin örgütsel sosyal sorumluluklara odaklanması ile etkinliklerin diğer faydalarını incelemeleri, hükümetlerin karar veriş süreçlerinde değişim yaşanmasını sağlamıştır. Etkinliklerin sosyal ve çevresel etkilerinin öneminin kavranması sonucunda, hem akademik hem de uygulama alanında araştırmalar hız kazanmıştır (Deery ve Jago, 2010: 8).Yapılan araştırmalar, etkinliklerin kısa ve uzun vadede etkinliklere ev sahipliği yapan destinasyonları pozitif ve negatif yönde etkileyeceğini göstermektedir (Jago ve diğerleri, 2010: 223).

Araştırmacılar özel etkinliklerin, etkinliğin düzenlendiği yerde yaşayan yerel halka birçok faydası olduğunu savunmaktadırlar. Bu faydalar arasında harekete geçme ihtiyacını karşılama, insanların her zaman sahip olduğu hayatın ayrılmaz parçası olan eğlence ihtiyacını karşılama, deneyimlerin paylaşılması, kaybolmaya yüz tutmuş geleneklerin tekrar ortaya çıkarılması, yeni fikirlerin oluşmasına fırsat verilmesi ve kültürel deneyimlerin artması sayılabilmektedir (Allen ve diğerleri, 2002: 32; Drake, 2013: 238). Ayrıca etkinlik düzenlenen destinasyonlarda yatırımlar artmakta, bölge pazarlama stratejileri gelişmekte, gelirlerde artış yaşanmakta ve bölgesel gelişim sağlanmaktadır. Özellikle küçük çaplı etkinliklerde var olan altyapı kullanıldığından yerel halk için fazla maliyet yaratmamaktadır. (Saayman ve Saayman, 2012).

Tablo 5’te görüldüğü gibi Ritchie ve Crouch(2005: 123)’ a göre etkinlikler ile ilişkilendirilen faaliyetlere yerel halkın katılımında artış yaşanması ve bölgesel geleneklerin ve değerlerin güçlendirilmesi etkinliklerin sosyo-kültürel olumlu etkileri arasında sayılmaktadır. Bir diğer olumlu etki toplumsal gurur üzerinde yaşanmaktadır (Allen ve diğerleri, 2002: 32; Jago ve diğerleri, 2010: 223). Henderson (ve diğerleri, 2010: 66)’ nin yaptıkları araştırma bulgularına göre, yerel halkın %75’i etkinliklerin toplumsal gururu artırdığını söylemektedir.

Jago ve diğerleri (2010: 223)’nin mega spor etkinlikleri üzerine yaptıkları araştırma bulgularına göre de etkinliğin düzenlendiği destinasyonda yaşayan yerel halkta, aktif ve pasif spor katılımında artış olduğu gözlemlenmektedir.

Ayrıca etkinliklerin stratejik desteği sayesinde marka ve markanın tüketicisi arasında daha doğrudan ve deneyimsel bir ilişkiyi sağlayıcı farklı iletişim şekilleri kurulmaktadır. Bu da iletişimde daha fazla insan katılımı ihtiyacını teşvik etmekte ve sosyo-kültürel açıdan destinasyonlarda yaşayan yerel halkı olumlu yönde etkilemektedir (Drake, 2013: 238).

Etkinlikler doğru planlanmadığı durumlarda ise sosyo-kültürel açıdan bazı olumsuzlukları beraberinde getirebilmektedir. Ritchie ve Crouch (2005: 123)’ a göre kişisel veya özel nitelikte olabilen faaliyetlerin zamanla ticarileşmesi ve turistik isteklerin karşılanması için faaliyetin doğasının değiştirilmesi yerel halk tarafından

hoş karşılanmamaktadır. Allen ve diğerleri (2002: 32)'ne göre toplumsal yabancılaşma, kötü alışkanlıklarda artış, sosyal huzurun kaybolması, topluluk imajında bozulmalar ve etkinliklerin amacı dışında faaliyetler sergilenip kötüye kullanılması negatif etkiler olarak sayılmaktadır.

Henderson ve diğerleri (2010: 66)'nin Singapur'da gerçekleştirilen Formula 1 etkinliğinin sosyo-kültürel etkilerini belirlemeye yönelik yaptıkları araştırma bulgularına göre, kişilerin günlük yaşam aktiviteleri artan araç sayıları ve trafik yüzünden aksama göstermektedir. Ayrıca kalabalıklaşan bölgede az da olsa kişisel güvenlik sorunları ve katılımcıların olumsuz fanatik davranışları nedeniyle yaşanan huzursuzluklar gözlemlenmiştir.

Jago ve diğerleri (2010: 224)'nin mega spor etkinlikleri üzerine yaptıkları araştırma bulgularına göre, etkinliklerin yapıldığı alanlarda suç oranlarında artış gözlemlenmekte, etkinlik döneminde izdiham yaşanmakta, gürültü yerel halkı rahatsız etmekte ve büyük bütçeli elit spor etkinliklerine odaklanıldığından toplumun yararlanabileceği spor faaliyetleri göz ardı edilmektedir.

1.2.3.Ekonomik Etkiler

Burns ve diğerleri (1985) Adelaide Uluslararası Araba Yarışlarında ilk kez etkinliklerin ekonomik etkilerini araştırmış ve ardından pek çok araştırmacı konu hakkında incelemelerde bulunmaya başlamıştır (Ramchandani ve Coleman, 2012: 189).

Ekonomik etkiler “bölgesel ekonomi üzerinde hareket eden moneter ödemeler” olarak tanımlanmaktadır (Tyrrell ve Johnson, 2006:3). Etkinlikler de tanımdaki açıklamayı destekler nitelikte bölgesel ekonomide toplam harcamaya, üretime, gelire ve istihdama faydalı faaliyetlerdir (Saayman ve Saayman, 2012: 221).

Çok nadir olumsuz durumlar yaşansa da, etkinliklerin çok büyük ekonomik etkileri olduğu uluslararası alanda kabul edilmektedir (Ramchandani ve Coleman 2012: 191).

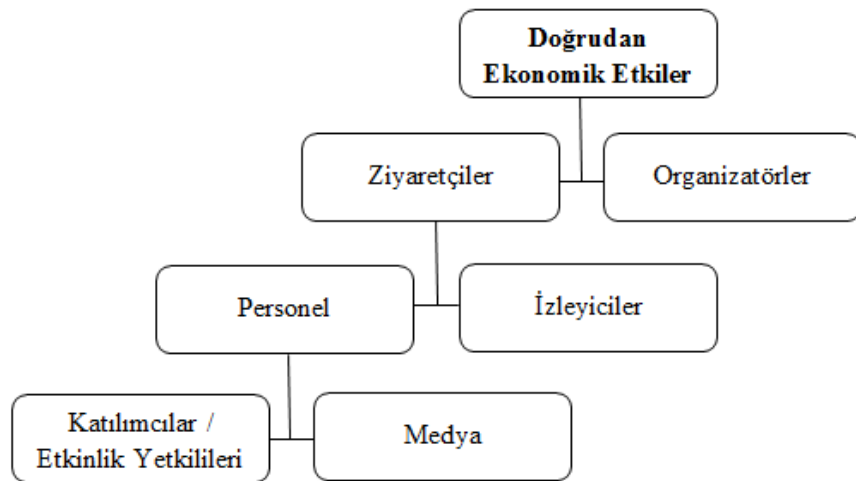
Saayman ve Saayman (2012: 222)' a göre belirli etkinlik tarafından öncelikli uyarıcının önemi aşağıdaki faktörlere bağlıdır:

- Toplam seyirci ve katılımcı sayısı (Daha fazla kişi büyük bir etkiye neden olmaktadır),
- Etkinliğin süresi (Sürenin uzaması harcama ve gecelemlerde artış yaşanmasına neden olmaktadır),
- Seyirci ve katılımcıların ortalama harcama miktarı,
- Etkinliğin türü.

Bu kapsamda yapılan araştırmalarda her etkinliğin yerel halka farklı ekonomik etkiler yaptığı ortaya çıkmaktadır. Bazı etkinlikler yerel halk için pahalıdır, bazı etkinlikler daha pahalı ekipmanlar gerektirmektedir. Bazı etkinliklerde katılımcı sayısı az, seyirci sayısı çok olurken, özellikle bazı spor etkinliklerinde katılımcılar daha fazla olabilmektedir.

Genel olarak etkinliklerin birincil ekonomik girdi etkisinin, dış kaynaklardan bölgeye gelen direkt harcama miktarı olduğu kabul edilmektedir. Geniş anlamda bu potansiyel harcama etkisi iki kaynaktan sağlanmaktadır. Bu kaynaklar ziyaretçiler ve organizatörlerdir. Ziyaretçi bileşeni içerisinde ise yetkili personel ve etkinlik izleyicileri yer almaktadır (Ramchandani ve Coleman, 2012: 189). Şekil 1’de etkinliklerin doğrudan ekonomik etkileri yer almaktadır.

Şekil 1: Etkinliklerin Doğrudan Ekonomik Etkileri



Kaynak: Ramchandani ve Coleman, 2012: 189.

Etkinlik katılımcıları ve organizatörlerin yaptığı doğrudan harcamalar ise dolaylı ve tetikleyici ekonomik etkileri ortaya çıkarmaktadır. Çarpan etkisi, katma değeri, istihdam artırıcı etkiyi ve etkinliklerin destinasyon çıktılarına katkısını belirlemek için kullanılmaktadır (Dwyer ve diğerleri, 2005).Etkinliklerin istihdam artırıcı etkisini belirlemeye yönelik Saayman ve Saayman (2012: 231) tarafından yapılan araştırma bulgularına göre Comrades Maratonu nedeniyle 600 kişiye iş imkanı sağlanmıştır.

Etkinliklerin olumlu ekonomik etkileri arasında kısa vadeli nakit enjeksiyonunda artış, yerel işletmelerde satışların artışı, yeni iş imkanlarının doğuşu, uluslararası ziyaretçilerden döviz kazancı sağlanması ve yoksulluğun azalması sayılabilmektedir (Jago ve diğerleri, 2010: 23; Ritchie ve Crouch 2005: 123; Allen ve diğerleri, 2002: 32). Ayrıca turistlerin konaklama sürelerinde artış gözlemlenmekte, gelen turist sayıları ve kazançlar artmakta, vergi gelirinde artış yaşanmakta ve ticari ilişkilerde gelişim yaşanmaktadır (Allen ve diğerleri, 2002: 32).

Etkinliklerin olumsuz ekonomik etkileri de mevcuttur. Hizmet ve konut fiyatlarında yaşanan artışlar, döviz kuru üzerine olumsuz etkiler ve yerel halk üzerine yüklenen alt yapı maliyetleri olumsuz etkiler arasında yer almaktadır (Jago ve diğerleri, 2010: 224; Ritchie ve Crouch, 2005: 123). Ayrıca etkinlikler sırasında fiyatlar genel seviyesinde artışlar yaşanmaktadır. (Ritchie ve Crouch, 2005: 123; Allen ve diğerleri, 2002: 32) Ayrıca Allen ve diğerleri (2002: 32)'ne göre yanlış finansal kararlar beraberinde finansal kayıpları getirmektedir.

Örneğin 2002 yılında The Commonwealth Oyunları öncesi Manchester'da spor alanları için 200 Milyon İngiliz Sterlini, altyapı ve ulaşım hizmetleri için ise 470 Milyon İngiliz Stelini değerinde yatırım yapılmıştır. Bu yatırım miktarı, İngiltere'de bir spor aktivitesi için o tarihe kadar yapılmış en büyük yatırım miktarıdır. Fakat Gratton ve diğerleri (2005: 998)'nin yaptıkları araştırma bulgularına göre farklı projelere bu miktarda yatırım yapılması durumunda yerel halk için daha büyük faydalar sağlanacağı bulgusuna ulaşılmıştır. Tahminlenen yeni iş gücü sayısı 4900 iken gerçekleşen istihdam artışı sayısı 1450'de kalmıştır.

Yine etkinliklerin yüksek maliyetleri Singapur Grand Prix’inde de araştırmaya konu olmuştur. Beş yıllık tahmini maliyet 150 Milyon Amerikan Doları olarak hesaplanmıştır. Bu hesaplamanın içinde tanıtım harcamaları da yer almamaktadır (Henderson ve diğerleri, 2010: 64).

Etkinliklerin ekonomi üzerine etkileri olduğu gibi ekonomik olumsuzlukların da etkinliklere etkisi bulunmaktadır. Ekonomik durgunluk ya da kriz dönemlerinde etkinliklerde negatif etkiler gözlemlenmektedir. 2007 yılında Büyük Buhran’dan bu yana karşılaşılan en büyük ekonomik kriz yaşanmıştır. İşletme ve endüstrilerin büyük çoğunluğu ekonomik krizden ağır bir şekilde etkilenmiştir. Bu dönemde etkinlik ve festivallerde de iptaller ve finansal kısıtlamalara gidilmiş, firmaların sponsorluk faaliyetlerine ara verilmiştir. Lee ve Goldblatt (20012: 137)’ın yaptığı araştırma bulgularına göre, kriz döneminde destinasyondaki toplam karın neredeyse %50 oranında azaldığı sonucuna ulaşılmıştır.

1.2.4.Diğer Etkiler

Etkinliklerin siyasi etkileri bulunmaktadır. Bu etkiler bölgenin ve bölgenin sahip olduğu değerlerin uluslararası tanınırlığını artıma ve hükümet ve halk tarafından sahip olunan siyasi değeri yayma gibi olumlu etkiler olabildiği gibi, yerel halkın siyasi kaynaklara hizmet eden ve sömürülen bir kaynak haline gelmesi ve var olan siyasi sitemin etkinlikleri gerçek değerlerinden çıkartıp bozması gibi olumsuz etkiler de olabilmektedirler (Ritchie ve Crouch, 2005:123).

Allen ve diğerleri (2002: 32)’ne göre ise etkinlikler mikro düzeyde örgütsel, makro düzeyde ise politik yönetim gerektirmektedir. Bu nedenle özellikle büyük çaplı etkinlikler destinasyon imajına olumlu etkiler sağladığı gibi siyasi otoriteye de ihtiyaç duymaktadır. Fakat yanlış propaganda, etkinliklerin olumlu etkilerini ortadan kaldıracaktır.

Etkinliklerin olumlu ve olumsuz pek çok etkisi bulunmaktadır. Bu etkiler etkinliğin türüne göre farklılık göstermektedir. Büyük çaplı etkinlikler daha büyük yatırımlar gerektirmekteyken daha yerel bazda yapılan etkinliklerde bu denli büyük

yatırım maliyetlerine çok fazla ihtiyaç olmamaktadır. Bu nedenle yapılan etkinliğin türü, boyutu, amacı yaratacağı etkiyi anlamak açısından önemli bir göstergedir.

1.3. Etkinlik Türleri

Alan yazınında çok sayıda etkinlik sınıflandırmaları, türleri ve temaları bulunmaktadır. Bu sınıflandırmalarda tek bir durum sabittir; belirlenen amaca yönelik etkinlik türünün belirlenmesi, yapılan etkinlik araştırmalarında, etkinlik planlaması, organizasyonu ve etkinliğin gerçekleştirilmesinde en büyük etkiye sahip olan aşamadır (Conway, 2009: 41).

Turizm yazınında etkinlikler sınıflandırılırken büyüklüğüne göre etkinlikler; Hallmark, Mega, Major ve Özel etkinlikler olarak tanımlanmaktadır. 1980'lerden günümüze kadar etkinlikler hakkında yapılan çalışmalar, etkinliğin büyüklüğü, ölçeği, katılım düzeyi, yapıldığı yer, medya ilgisi ve ekonomik etkileri gibi özelliklerine göre farklılaşmaktadır (Eryılmaz ve Cengiz, 2012: 78; Davies ve diğerleri 2013: 32).

Jago ve Shaw (2000)'ın özel etkinliklerin tipolojisini belirledikleri araştırma bulgularına göre etkinlikler ikiye ayrılmaktadır. Bu türler; küçük etkinlikler (toplumsal ve yerel etkinlikler) ve festival ve büyük etkinlikler (Mega etkinlikler ve Hallmark etkinlikler) olarak adlandırılmaktadır.

Yine Gratton (ve diğerleri, 2000)' e göre etkinlikler ekonomik etkileri göz önüne alındığında dört türe ayrılmaktadır. Bu türler;

- Tip A: Devamlı yapılmayan, medya ilgisi ve önemli ekonomik etkisi olan bir defaya mahsus düzenlenen, uluslararası seyirci katılımlı etkinlikler,
- Tip B: Önemli ekonomik etkisi bulunan, çok fazla seyirci ve medya ilgisi çeken, yıllık ülke içi hareketliliği sağlayan etkinlikler,
- Tip C: Devamlı yapılmayan, sınırlı ekonomik etkisi olan, bir defaya mahsus düzenlenen, uluslararası seyirci katılımlı, müsabakalı etkinlikler,

- Tip D: Sınırlı ekonomik etkisi olan, çok fazla müsabaka içeren, yıllık ülke içi hareketliliği sağlayan etkinlikler.

Tip A ve Tip B türü etkinlikler, etkinliğin yapıldığı destinasyona daha fazla ekonomik fayda sağlamaktadır (Davies ve diğerleri, 2013: 32).

Sürekli gelişen, yenilenen ve farklı türlerin ortaya çıktığı bir alan olan etkinlikler ile ilgili genel bir sınıflandırmanın yapılması, pek mümkün gözükmemektedir. Ancak bazı araştırmacılar etkinliklerin içeriklerini, büyüklüklerini, gerçekleştirildikleri alanları ya da planlanma biçimlerini dikkate alarak bazı sınıflandırmalar yapmalarına rağmen, etkinlik türleri konusunda tam anlamıyla fikir birliğine varılamamıştır. Bunun nedeni ise, dünya çapında çok farklı etkinlik türlerinin var olması ve kavramı tanımlayanların temel aldıkları etkinliklere göre kavramın farklılaşmasıdır (Argan ve diğerleri, 2013: 7). Fakat etkinlik türlerine yönelik belli sınıflandırmalarının yapılması, etkinliklerin ekonomik getirilerinin ölçülmesini kolaylaştırmada ve ekonomiye olan katkısının belirlenmesinde gereklidir (Arcodia ve Robb, 2000: 154).

Bu durumlar göz önüne alındığında, aşağıda yer alan Tablo 6’da etkinlik türleri sınıflandırmalarına ulaşılmaktadır.

Tablo 6: Etkinlik Türleri

Tür	Örnekler
Büyüklüklerine Göre Etkinlikler	
• Mega Etkinlikler	Expo1967/Montreal Yaz Olimpiyatları/Los Angeles 1984 Kış Olimpiyatları/Calgary 1988
• Hallmark (Yerin Adıyla Anılan – Bölgesel) Etkinlikler	Rio De Janerio Karnavalı / Altın Portakal Film Festivali/Antalya
• Yerel/Toplum Odaklı Etkinlikler	Oberammergau/Almanya Kraliyet Düğünü/Londra

İçeriklerine Göre Etkinlikler	
• Spor Etkinlikleri	Dünya Futbol Kupası/İspanya 1982 Grand Prix Yarışları/Monza
• İş Amaçlı Etkinlikler	Fanta Gençlik Festivali
• Eğitim Amaçlı ve Bilimsel Etkinlikler	Uluslararası Astronomi Olimpiyatı/Rusya 2015 Uluslararası Eğitim Teknolojileri Konferansı / Türkiye 2015
• Politik Etkinlikler	Başkanın / Cumhurbaşkanı'nın göreve başlaması Bir devlet başkanının cenaze töreni Papa ziyaretleri Major politik liderlerin toplantısı
• Özel Etkinlikler	Düğünler, Partiler, Kurum Etkinlikleri
• Sanatsal ve Kültürel Etkinlikler Festivaller ve Karnavallar	MardiGras/ New Orleans Quebec Kış Karnavalı/ Quebec Oktoberfest /Münih
İnanç Etkinlikleri	Papa'nın Taç Giyme Töreni / Roma

Kaynak: Ritchie ve Crouch, 2005:123; Argan ve diğerleri, 2013:7.

Çeşitli amaçlarla gerçekleştirilen turizm etkinlikleri tablodaki gibi sınıflandırılabilir. Daha önce de belirtildiği gibi etkinliklerin sınıflandırılmasında birçok etken rol oynamaktadır. Genel bir sınıflama ele alınacak olursa Tablo 6' da görüldüğü üzere etkinlikler büyüklüklerine ve içeriklerine göre iki farklı şekilde sınıflandırılabilmektedir.

1.3.1.Büyükliklerine Göre Etkinlikler

1.3.1.1.Mega Etkinlikler

Mega etkinlikler yaklaşık 30 yıldır araştırmalara konu olmaktadır. Mega Etkinlikler ilk olarak 1980’li yıllarda araştırılmaya başlanmıştır (Björner ve Berg, 2012: 31). Araştırmalar çok eskilere dayanmasa da Mega etkinlikler çok eski zamanlardan beri dünyanın pek çok yerinde gerçekleştirilmektedir. Geçmiş çağlarda yapılan büyük inanç festivalleri Mega etkinliklerin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Ayrıca spor etkinliklerinin ilki olarak kabul edilen Olimpiyat Oyunları da, M.Ö. 776 yılından bu yana yapılmakta olan en önemli Mega etkinlikler arasında sayılmaktadır (Jago ve diğerleri, 2010: 222).

Mega etkinlikler “*sıradan yaşamdan farklı olan, yüksek profilli, kısa dönemli, tek sefer yapılan, belirli bir zamanda düzenlenen ve kutlama ve törenleri içeren etkinliklerdir*” olarak tanımlanmaktadır (Goldblatt, 1997). İçeriğinde spor etkinlikleri, iş amaçlı etkinlikler ve kültürel etkinlikler bulunmaktadır (Björner ve Berg, 2012: 31). Bir etkinliğin Mega etkinlik olarak sayılabilmesi için bir milyondan fazla ziyaretçi çekmesi ve bütçesinin 500 milyon dolardan fazla olması gerekmektedir (Getz, 1997: 18).

Mega etkinliklere yönelik araştırmaların büyük çoğunluğu etkinliklerin ekonomik etkileri ve turist davranışlarının araştırılmasına yönelik yapılmaktadır. Turist davranışları incelenirken öncelikli araştırma konuları; seyahat güdülleri, seyahat amaçları ve kültürel geçmişin seyahat güdülerine etkisi olarak karşımıza çıkmaktadır (Kim ve diğerleri, 2010: 87).

Mega etkinlikler geçmişte çoğunlukla gelişmiş ülkeler tarafından yapılmaktayken, son yıllarda gelişmekte olan ülkelerin etkinliklerin sürdürülebilir kalkınmayı destekleyen önemli bir katalizör olduğunu fark etmesinin ardından, bu ülkelerde de Mega etkinlik düzenleme eğiliminin arttığı gözlemlenmektedir. Örneğin Güney Afrika, 1995 yılından bu yana pek çok uluslararası etkinliğe ev sahipliği yapmıştır (Jago ve diğerleri, 2010: 220).

Mega Etkinlikler yöresel ve bölgesel kalkınma stratejilerinde önemli bir rol oynamakta ve şehirlerin ve yörelerin pazarlama ve tanıtımına büyük katkılar sağlamaktadır (Björner ve Berg, 2012: 31). Sadece kısa vadede turist sayısındaki artış ve ekonomik kazançtan ibaret olmayıp, destinasyon markalaşmasına ve imajına olumlu etkileri olan faaliyetlerdir (Yu ve diğerleri, 2012: 46). Khodr (2012: 81) tarafından Katar’da düzenlenen Asya Oyunları üzerine yapılan araştırma bulgularına göre, Katar’ın bu etkinliği; bölgesel avantaj elde etmek, uluslararası tanınırlığını ve böylelikle turizmden aldığı payı artırmak, ekonomik sürdürülebilirlik ve turizm türlerinde çeşitlilik yaratmak amacıyla düzenlediği bulgusuna ulaşılmıştır.

Karadakis ve diğerleri (2010: 78)’nin Olimpiyat oyunları üzerine yaptıkları araştırma bulgularına göre, Mega etkinliklerde başarılı olmanın koşulları; yerel halkın gönüllü olarak etkinliğe desteği, var olan güçlü bir ekonomi, düzenli siyasi sistem ve destinasyonun alt yapı hizmetlerinin yeterliliği olarak ortaya çıkmaktadır.

Önemli Mega etkinlikler arasında ilk olarak 1851 yılında Londra’da yapılan ve günümüzde halen önemli bir ticari etkinlik olarak yapılmaya devam eden EXPO etkinlikleri, M.Ö. 776 yılından bu yana yapılmakta olan Olimpiyat Oyunları, Amerika’da yapılan Super Bowl Amerikan Futbolu müsabakaları ve FIFA Dünya Kupaları sayılabilmektedir (Björner ve Berg, 2012: 31; Yu ve diğerleri, 2012: 48; Jago ve diğerleri, 2010: 222; Odio ve diğerleri, 2013: 140).

1.3.1.2. Hallmark (Yerin Adıyla Anılan – Bölgesel) Etkinlikler

Hallmark etkinlikler ilk olarak Ritchie (1984: 2) tarafından tanımlanmıştır. Tanıma göre Hallmark Etkinlikler; *“sınırlı süre içerisinde gerçekleştirilen, bir defalık ya da tekrarlanan, büyük ölçekli, geliştirilme nedeni turizm destinasyonunun farkındalığını ve karlılığını artırmak olan etkinliklerdir.”*

Getz (2005: 16)’e göre Hallmark Etkinlikler; *“gelenek, çekicilik ve kalite açısından önem taşıyan, etkinliğin yapıldığı destinasyona, yerel halka ve düzenlenen mekana rekabet avantajı sağlayan etkinlikler”* olarak tanımlanmaktadır.

Hallmark etkinlikler uluslararası boyutta, kısa süreli, bir defaya mahsus ya da devamlı tekrarlanan etkinlikler olmalıdır (Henderson ve OAM, 2010: 187).

Hallmark etkinlikleri diğer etkinlik türlerinden ayıran en önemli özellik, etkinliğin tek bir yerde gerçekleşmesi, etkinliğin gerçekleştiği yer ile beraber anılması ve birbirinden ayrı düşünülmemesidir. (Getz, 1997: 18).

Hallmark etkinliklere örnek olarak, 1930’lu yıllardan bu yana Brezilya’da samba okulları tarafından düzenlenen Rio Festivali (Lewis ve Pile, 1996: 27) ve 1810 yılında Bavyera prensesinin düğün töreni ile başlayıp 200 yıldan fazladır Münih’te kutlanan Oktoberfest (Yang ve diğerleri, 2011: 383) etkinlikleri verilebilmektedir.

1.3.1.3.Yerel/ Toplum Odaklı Etkinlikler

Hem uygulamada hem de teoride etkinliklere verilen önem günden güne artmakta olsa da, küçük ve yerel etkinlikler üzerine yapılan araştırmalar halen kısıtlıdır (Kim ve diğerleri, 2010: 87).

Yerel etkinliklerde, özellikle boş zaman kavramı üzerinde durularak, insanların ve grupların yaşamlarını belirli bir şekilde canlandırmak için, kapsayıcı bir toplum planlama sürecinin sonucu olarak oluşturulan temalı ve kapsayıcı etkinlik ya da etkinlik serisi yaratmak amaçlanmaktadır (Jepson ve Clerke, 2013). Yerel etkinlikler böylelikle paydaş eşitliğini vurgulamakta, ayrıca toplum değerleri başta olmak üzere doğal, kültürel ve sosyal çevrenin korunmasına dikkat çekmektedir (Jepson ve diğerleri, 2013: 187).

Yerel etkinlikler çoğunlukla yerel yönetimler düzeyinde finanse edilmekte ve geliştirilmektedir. Gönüllü katılımı da yerel etkinliklerde yüksektir (Mair, 2011: 250).

Yerel etkinlikler büyük festivallerden çok farklı bir yapıdadır. Etkinliklerin başarısı çoğunlukla yerel halkın ve organizasyon komitesinin tutkusuyla doğru orantılıdır. Küçük çaplı yerel etkinlikler katılımcılara etkinliğin içinde yer alma, izleme, öğrenme, tatma, hissetme, deneyimleme ve anı yaşama imkanı sunmaktadır (Kim ve diğerleri, 2010: 87). Yerel etkinlikler hem gelir yaratıcı bir etki sağlamakta hem de destinasyonun imajını olumlu yönde geliştirmekte ve toplumsal kimliği güçlendirmektedir (Jepson ve diğerleri, 2013: 187; Kim ve diğerleri, 2010: 87).

Malatya'daki Kayısı Festivali ve Manisa'daki Mesir Macunu Şenlikleri ülkemizde gerçekleştirilen yerel etkinliklere örnek olarak gösterilebilmektedir (Argan ve diğerleri, 2013: 9).

1.3.2. İçeriklerine Göre Etkinlikler

Etkinliklerin bir diğer sınıflandırma tekniği, içeriklerine göre etkinliklerdir. Getz (1997: 7)' e göre içeriklerine göre etkinlikler; sanat ve eğlence etkinlikleri, spor etkinlikleri, iş amaçlı etkinlikler, bilimsel toplantılar ve eğitim amaçlı etkinlikler, toplumsal kutlamalar ve kültürel ve dinsel etkinlikler olarak sıralanmaktadır. Kim (ve diğerleri, 2013: 72) tarafından, içeriğine göre etkinliklerin yazında araştırılma sayılarını belirlemeye yönelik yapılan araştırma bulgularına göre, 178 araştırmanın % 22,5'i spor etkinlikleri, %15,2'si kültürel etkinlikler, %6,2'si tarihi etkinlikler, %5,1'i politik etkinlikler, %3,4'ü yemek ve mutfak etkinlikleri ve %1,1'i ise inanç etkinlikleri olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

İçeriklerine göre etkinlikler;

- Spor Etkinlikleri,
- İş Amaçlı Etkinlikler,
- Eğitim Amaçlı ve Bilimsel Etkinlikler,
- Politik Etkinlikler,
- Özel Etkinlikler ve
- Sanatsal ve Kültürel Etkinlikler (Festivaller ve Karnavallar, İnanç Etkinlikleri) olarak sıralanabilmektedir.

1.3.2.1. Spor etkinlikleri

Spor ve turizm ilişkisi antik çağlara uzanmaktadır. İnsanlar arasındaki kimin daha güçlü olduğunu, kimin daha hızlı koştuğunu, kimin daha yükseğe zıpladığını belirlemeye yönelik rekabetler, sporun gelişimine neden olmuştur. Bu rekabetler sonucu yaşanan geçici yer değiştirme hareketleri insanların yeme içme, konaklama,

ulaşım gibi turizm faaliyetlerine gereksinimi ortaya çıkarmış, bu da turizm ve sporun ilişkisinin başlamasına neden olmuştur (Saayman, 2012: 3). Turizm ve spor arasındaki ilişki, araştırmacıların ilgisini çeken bir çalışma alanıdır. Bu iki kavramın ilişkisini inceleyen araştırmalarda günden güne artış gözlemlenmektedir (Henderson ve diğerleri, 2010: 61). Spor etkinlikleri araştırmaları etkinliklerin yaratılması, düzenlenmesi ve oyunların etkilerinin değerlendirilmesi konularını içermektedir. Özellikle spor etkinliklerinin yerel halka ekonomik etkileri, sponsorluk fırsatları ile marka yaratma, risk yönetimi ve biletleme konularında araştırmalar yapılmaktadır (Jepson ve diğerleri, 2013: 187).

Spor turizmi “etkinliğin, insanların ve yerin eşsiz etkileşiminden doğan sosyal, ekonomik ve kültürel bir olgudur” (Weed ve Bull, 2004: 47). Spor etkinlikleri ise “*spor aktivitelerinin ve rekabetin odak olduğu her etkinlik*” olarak tanımlanmaktadır (Cuskelly ve diğerleri, 2006: 135). Bjelac ve Radovanovic (2003: 260) ise spor etkinliklerini “*nceden belirlenmiş bir programa uygun olarak gerçekleştirilen, eğlendirici, turistik etkilerin sağlandığı ve destinasyonlar için sosyal ve ekonomik önemi fazla olan etkinlikler*” olarak tanımlamaktadır.

Antik ağda gerçekleştirilen Olimpiyatlar ilk spor etkinlikleri olarak kabul edilmektedir (Allen ve diğerleri, 2002: 15).

Spor etkinlikleri yapılan yarışlar sonucu birincinin belirlendiği turnuvalar, lig oyunu içerisinde takım ya da bireysel kazananların olduğu şampiyonalar, belirli bir spor dalında gerçekleşen karşılaşmaları içeren Grand Prix’le ve farklı spor müsabakalarını içeren Olimpiyat Oyunları gibi farklı spor karşılaşmalarını içermektedir (Getz, 1997: 10). Yani spor etkinlikleri; futbol lig maçları, bisiklet yarışları, maraton yarışları, rugby turnuvaları, golf turnuvaları, tenis müsabakaları, atletizm şampiyonaları, gösteri atlayışları, at yarışları, kayak ve snowboard yarışları gibi etkinlikleri kapsamaktadır (Conway, 2009: 43).

Spor etkinliklerinin sosyal, ekonomik ve kültürel etkileri olduğu kadar, gerçekleştirilen destinasyonun tanıtımına ve destinasyon pazarlamasına da katkı sağlamaktadır (Hallmann ve Breuer, 2011: 221). Presenza ve Seehan (2013: 136) tarafından İtalya’da yapılan araştırmaya göre de turistik destinasyon gelişimi,

destinasyon imajı yaratma ve geliştirmede spor etkinliklerinin olumlu etkisi olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Fakat bazen spor etkinliğine ev sahipliği yapmak, güvenlik problemleri ya da holiganların olumsuz tutumları nedeniyle negatif yönde imaj yaratabilmektedir (Hallmann ve Breuer, 2011: 221).

Spor etkinliklerinde gönüllü katılımı ekonomik açıdan çok önemlidir. Özellikle kitlesel spor faaliyetlerinde etkisi olmasının yanında, kar amacı gütmeyen etkinliklerde, küçük bütçeli etkinliklerde, büyük ve mega spor etkinliklerinde de gönüllüler anahtar rol üstlenmektedirler (Hallmann ve Harms, 2012: 272).

1.3.2.2. İş Amaçlı Etkinlikler

Toplantılar, teşvik seyahatleri, kongre ve sergiler etkinlik alanına önemli katkılar sağlamaktadır. Etkinlik alanındaki bu gelişim, ülkelerin kongre merkezlerini hizmete sokmaları ile ilerleme göstermiştir (Davies ve Brown, 2000: 163).

İş amaçlı etkinlikler çok fazla sayıda yapılmasına rağmen, kısıtlı sayıda araştırma yapılan bir alan olarak değerlendirilmektedir. Getz (2000: 16)'in yaptığı değerlendirmeye göre, sadece Convention and Expo Management ve Event Management dergilerinde iş amaçlı etkinlikler üzerinde yapılan araştırmalara yer verilmektedir. Sydney Kongre ve Ziyaretçi Bürosu da iş amaçlı etkinlik araştırmalarını “önemli ölçüde eksik ve geliştirilmesi gereken bir alan” olarak değerlendirmektedir (SCVB, 1997: 116).

Yapılan araştırmalarda çoğunlukla yer seçimi, çekicilik ve rekabet konularına değinilmiş olup, etkinlik turizmi ile ilişkilendirme, katılımcı güdüleri ve müşteri tatmini gibi konularda eksiklikler bulunmaktadır (Getz, 2000: 20).

İş amaçlı etkinlikler “*Sürekli yaşanan yer dışında ortak amaçtaki insanları bir araya getirmek ve bilgi paylaşımı amacıyla gerçekleştirilen toplantı, konferans, seminer, çalıştay ve sempozyum etkinliklerini içeren tüm toplantılardır*” (Johnson ve diğerleri, 1999: 7). Gerçekleştirilen etkinliklerdeki temel amaç, ticari yarar sağlamaktır (Karagöz, 2006: 30).

Arcodia ve Robb (2000: 156)' a göre iş amaçlı etkinlik türleri aşağıdaki gibidir;

- Toplantılar (Konvansiyonlar)
- Kongreler
- Konferanslar
- Teşvik Seyahatleri
- Sempozyumlar
- Forumlar
- Seminerler
- Sergiler
- Fuarlar (Ticari Şovlar)

Tablo 7’de İş amaçlı etkinliklerin özellikleri yer almaktadır.

Tablo 7: İş Amaçlı Etkinlik Türleri ve Özellikleri

Etkinlik Türü	Özellikleri
Konvansiyon	Ulusal, bölgesel ve uluslararası önemi olan büyük ölçekli toplantılar.
Kongre	Uluslararası önemi olan politik içeriği olan büyük ölçekli toplantılar.
Konferans	Fikir alışverişi yapılan, kariyer çıkarları üzerinde durulan toplantılar.
Teşvik Seyahatleri	Motivasyon aracı, çalışanların verimliliğini uyarıcı veya satın alma modellerini teşvik eden toplantılar.
Forum	Genel tartışma, açık bir tartışma ve seyirci katılımı olan etkinlikler.
Sempozyum	Yeni gelişmelerin tartışılması için profesyonelce organize edilen etkinlikler.
Seminer	Görüş paylaşımı yapılan küçük ölçekli eğitim toplantıları.

Sergi	Mal ve hizmetlerin ve kültürel başarıların gösterilmesi için halka açık olarak yapılan etkinlikler
Fuar	Belirli endüstrilere özel pazarlama etkinlikleri, tedarikçiler ve alıcılar toplantıları.

Kaynak: Arcodia ve Robb, 2000: 160.

İş amaçlı etkinliklerin pek çok faydası bulunmaktadır. Bu faydalar arasında en önemlisi ekonomik faydalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Commonwealth (İngiliz Milletler Topluluğu) Turizm Departmanı'nın 1995 yılı verilerine göre Avusturalya'da iş amaçlı etkinliklere katılan yerli ve yabancı katılımcılar, yıllık yaklaşık 3 Milyar Dolar ile 7 Milyar Dolar arasında direk harcama yapmakta ve ülke ekonomisine pozitif katkı sağlamaktadırlar (Davies ve Brown, 2000: 163). Ayrıca iş amaçlı etkinlikler sezonu uzatmakta, gelen ziyaretçiler daha uzun süre destinasyonda kalmakta ve daha fazla para harcamakta, etkinlikler sayesinde şehrin alt yapısını ve üst yapısını geliştirmekte ve yeni iş olanakları yaratıp istihdam artışına neden olmaktadır (Davies ve Brown, 2000: 164; Tavmergen ve Aksakal, 2004). İş amaçlı etkinliklerin yılın her ayında yapılabilirliği, turizmde önemli bir sorun olan sezonsallığı ortadan kaldırmaktadır (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 3).

1.3.2.3. Eğitim Amaçlı ve Bilimsel Etkinlikler

Eğitim amaçlı ve bilimsel etkinliklerde temel amaç öğrenme ve kişilerarası bilgi alışverişidir. Getz (1997: 18)'e göre eğitim amaçlı ve bilimsel etkinlikler bilimsel toplantılar, kongreler, konferanslar, seminerler, paneller, forumlar ve çalıştaylardan oluşmaktadır.

Eğitim amaçlı ve bilimsel etkinlikler, iş amaçlı etkinliklerle uyum göstermektedirler. İki etkinlik türündeki temel farklılık, etkinliklerin amacıdır. İş amaçlı etkinliklerde temel amaç ticari yarar sağlamakken, eğitim ve bilimsel etkinliklerde bilimsel bilgi alışverişi önem kazanmaktadır.

Eğitim amaçlı ve bilimsel etkinliklerin destinasyon cazibesine olumlu etkileri bulunmaktadır. Dünyada günden güne önemi artan bu etkinlik türü, katılımcılara bilimi deneyimleme olanağı vermektedir. Eğitim amaçlı ve bilimsel etkinliklerin

yapıldığı bilim merkezlerinde katılımcılar eğitim ve eğlenceyi bir arada deneyimleme imkânı bulmaktadırlar (Görkemli ve Solmaz, 2012: 99). Türkiye’de turizm alanında uzun yıllardır gerçekleştirilen bilimsel ve eğitim amaçlı etkinliklere örnek olarak; Akademik Turizm Eğitimi Arama Konferansı, Araştırma Yöntemleri Semineri, Lisansüstü Turizm Öğrencileri Kongresi, Rekreasyon Araştırmaları Kongresi, Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi ve Uluslararası Interdisciplinary Tourism Research Conference verilebilmektedir (Kozak, 2014a: 18-20).

1.3.2.4. Politik Etkinlikler

Politik etkinlikler; zirveler, kraliyet ya da hükümdarlara ait kutlamalar veya özel durumlar, politik toplantılar ve önemli kişi ziyaretlerinden oluşmaktadır (Getz, 2008: 404).

G 8 (Dünyanın en yüksek GSMH sahip ülkeleri) zirvesi ve Dünya Ekonomi Forumu en önemli politik etkinliklerden sayılmaktadır (Dansero ve Puttilli, 2010: 322). Ülkemizde 2015 yılında gerçekleştirilen G 20 zirvesine dünyadan 15 bin dolaylarında katılımcı gelmiş, yaklaşık 2500 basın mensubu tarafından zirve takip edilmiştir (TC. Dışişleri Bakanlığı, 2015). Bu durum politik etkinliklerin destinasyon tanıtımındaki önemini gözle önüne sermektedir. Ayrıca Başkanın / Cumhurbaşkanının göreve başlaması, bir devlet başkanının cenaze töreni, Papa ziyaretleri ve majör politik liderlerin toplantıları da politik etkinlikler arasında sayılmaktadır.

1.3.2.5. Özel Etkinlikler

Getz (2008: 404) özel etkinlikleri düğün seremonileri, partiler ve sosyal kutlamalar olarak değerlendirmektedir. Ayrıca kurum içi yapılan etkinlikler de özel etkinlikler kapsamında kabul edilmektedir (Ritchie ve Crouch, 2005).

1.3.2.6. Sanatsal ve Kültürel Etkinlikler

Festivaller, karnavallar, dini etkinlikler ve sanat ve eğlence etkinlikleri (özellikle konserler ve tiyatro gösterileri) gibi kültürel kutlamalar, turizm yazınında çoğunlukla kültür turizmi içerisinde değerlendirilmektedir (Getz, 2007: 412).

Sanatsal ve kültürel etkinlikler, etkinlik turizminin alt alanlarından biri olarak da değerlendirilmektedir (Getz, 2007: 406). Toplum ve kültür için önemli bir yere sahip olan sanatsal ve kültürel etkinlikler evrenselidirler ve diğer etkinlik türlerinden farklı olarak kendine özgü yönetim gerektirmektedirler (Getz, 2010: 30).

Sanatsal ve kültürel etkinliklerin büyük çoğunluğu kar amacı gütmeyen organizasyonlar ve kültür, stratejik destinasyon pazarlaması, turizm ve ekonomik kalkınma gibi alanlarda faaliyet gösteren devlet kurumları tarafından organize edilmektedirler (Getz, 2010: 31). Devlet kurumları tarafından gerçekleştirilen etkinliklerde uzun vadeli stratejik hedefler yer alırken, özel kurum ve kişiler tarafından gerçekleştirilen etkinliklerde kısa vadeli kazanç, kar amacı gütmeyen işletmelerde ise hizmet odaklılık ön plana çıkmaktadır (Carlsson ve Andersson, 2011: 84).

Sanatsal ve kültürel etkinlikler ilk olarak Falassi (1987: 2) tarafından “*dinsel ya da dinsel olmayan, özellikli geleneklerine uygun olarak gerçekleştirilen kutlamalar*” olarak tanımlanmıştır. Getz (2005: 21)’e göre ise “*temalı, toplumsal kutlamalar*” olarak tanımlanmaktadır.

1.3.2.6.1. Festivaller ve Karnavallar

Festivaller, etkinlik kapsamında, evrensellik ve etkinliklerin popüleritesi nedeniyle, birçok bilim dalındaki akademisyenlerin özel ilgi gösterdiği önemli bir alt alanlardır. Etkinlik ile ilgili yazında festivaller ve karnavallar önemli bir yere sahiptir (Getz, 2010: 1-2). Festivaller “*gerçekleştirildiği dönem, yer, etkinliğin konusu, katılan sayısı gibi nitelikleri belli olan ve özel önemi olan sanat, kültür, iş, bilim, spor, ekonomik faaliyet, ürün, dönem veya belli bir temaya yönelik olarak düzenlenen, tek seferlik veya belli aralıklarla gerçekleştirilen gösteri ve etkinlikler dizisi*” olarak tanımlanmaktadır (Bilgili ve diğerleri, 2012: 118). Kozak ve Bahçe (2009: 157)’ ye göre ise festival; “*yerel bir topluluk tarafından belirlenmiş ve geleneksel olmuş gün ve tarihlerde kutlanan, yapıldığı yörenin imgesi haline gelmiş etkinlikler bütünü*” olarak tanımlanmaktadır. Festivaller toplumların tarihsel ve kültürel değerlerini yansıtmakta ve bu değerlerin gelecek nesillere taşınmasında oldukça büyük katkı sağlamaktadırlar. Son yıllarda dünya üzerinde gerçekleştirilen

festival sayılarında artış gözlemlenmektedir. Türkiye de festival sayılarında artış yaşanan ülkelerden biridir. Küçük kasabalardan şehirlere kadar ülkenin her yerinde ekonomik, sosyal ve kültürel yaşamı desteklemek, ziyaretçi artışını sağlamak amacıyla festivallere teşvikler yapılmaktadır. Türkiye’de her yıl 1350 den fazla festival ve etkinlik düzenlenmektedir (Yolal ve diğerleri, 2009). Türkiye’de düzenlenen festivaller “kültür” teması üzerine yoğunlaşmaktadır. Kültür temalı festivallerden sonra en yüksek sayıda düzenlenen festivaller ise sırasıyla “sanat”, “yiyecek içecek” ve “spor” temalı festivallerdir (Giritlioğlu ve diğerleri, 2015: 313). Karnavallar da festivaller ile benzer özellikler göstermekte, hem kültür turizmi hem de etkinlik turizmi başlıkları altında incelenmektedir (Esu ve Arrey, 2009: 1).

Dünyada ve Türkiye’de festivaller ve karnavallara ilişkin çok sayıda örneğe rastlanmaktadır. Rio De Janerio Karnavalı; Quebec Kış Karnavalı / Quebec; Oktoberfest / Münih dünyadaki önemli örnekler arasında yer alırken, özellikle Rio’da gerçekleştirilen karnaval, Rio kültürünün önemli bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Gerçekleştirilen karnaval dünya çapında bilinen, popüler kültür ile güçlü bir bağlantı içerisinde olan, özellikle de düşük gelir gruplarına da hitap eden geleneksel bir partidir. İspanya’da yapılan Boğa Güreşleri ve Domates Festivali, Fransa’daki Cannes Film Festivali, Paris, Londra, Milano Moda Haftaları gibi etkinlikler dünyadan örnekleri temsil etmektedir. Türkiye de gerçekleştirilen festival ve karnavallar incelendiğinde genel olarak film festivalleri, tiyatro festivalleri, müzik festivalleri gibi türlerin ön plana çıktığı görülmektedir. Altın Portakal, Altın Koza, Altın Kayısı Film Festivalleri, İstanbul Jazz Müzik Festivali, Uluslararası İstanbul ve Ankara Tiyatro Festivalleri örneklerden bazılarıdır. Ankara’ya gelen yerli turist sayısı yaklaşık % 20 artıran Ankara Alışveriş Festivali gibi önemli örnekler de dikkat çekmektedir. Anma Festivalleri, yayla şenlikleri, karpuz, kiraz festivalleri, deve güreşi, yağlı güreş oyunları, panayırılar gibi yerel kültürü yansıtan çok sayıda irili ufaklı festival ve karnaval da Türkiye’de gerçekleştirilen sanatsal ve kültürel etkinlikler arasında yer almaktadır (Tayfun ve Arslan, 2013; Gül ve diğerleri, 2013).

1.3.2.6.2. İnanç etkinlikleri

İnanç etkinlikleri, “toplumların dini inançları bağlamında kutlanan özel günler” olarak tanımlanmaktadır (Çelik, 2009: 66). Hac, taç giyme törenleri, aziz ilan etme törenleri, türbe, tapınak, kilise, mabetlerde yapılan etkinlikler ve Paskalya kutlamaları gibi farklı türdeki pek çok inanç faaliyeti her yıl farklı dinlere ait yüzlerce etkinlikle kutlanmaktadır (Hernandez-Mogollon ve diğerleri, 2014: 92). Bu kapsamda inanç etkinlikleri “belli bir dinin inananları tarafından belirli zamanlarda kutlanan, özel öneme sahip etkinlikler” olarak tanımlanmaktadır (Esposito ve diğerleri, 2014).

Özellikle Hac seyahatleri gibi büyük ölçekli etkinlikler söz konusu olduğunda inanç etkinliklerinin ve inanç festivallerinin çok eski zamanlardan bu yana yapıldığı ve büyük öneme sahip olduğu vurgulanmaktadır (Jago ve diğerleri, 2010: 221).

İnanç etkinliklerine katılım dünya çapında günden güne artsa da, katılımcı güdüləri, istek ve ihtiyaçlarını belirlemeye yönelik akademik çalışmalar halen sınırlıdır (Hernandez-Mogollon ve diğerleri, 2014: 92). İnanç etkinliklerine katılan kişilerde kendini iyi hissetme, kişisel mutluluk, fiziksel ve ruhsal sağlık gibi değişimler yaşanmakta ve bu değişimlerin derecesi kişilerin dindarlıklarıyla ilişkili olmaktadır (Albrecht ve Cornwall, 1989: 23). Kişisel etkilerinin yanında, inanç etkinlikleri düzenlenen destinasyonlar en önemli turist çekim merkezileri haline gelmekte ve bu destinasyonların benzersiz oluşları vurgulanarak diğer destinasyonlara karşı rekabet üstünlüğü sağlanmaktadır (Hernandez-Mogollon ve diğerleri, 2014: 92).

Ülkemizde her yıl Aralık ayında Konya’da gerçekleştirilen Şeb-i Aruz Törenleri ve Nevşehir’de 16-18 Ağustos tarihleri arasında gerçekleştirilen Hacı Bektaşî Veli’yi anma törenleri tasavvuf felsefesine göre önemli inanç etkinlikleri olarak değerlendirilmektedir (Güzel, 2011: 141). Dünya’da da pek çok inanç etkinliği gerçekleştirilmektedir. Bu etkinliklerin en büyükleri Müslümanlıkta Kurban Bayramı’nda Mekke’de gerçekleştirilen Hac etkinliği, Hristiyanlıkta 24 Aralık tarihi itibarıyla bir hafta süren Vatikan’da gerçekleştirilen Noel etkinlikleri ve Musevilikte Kudüs’te yer alan Ağlama Duvarı’na gerçekleştirilen seyahatlerdir (Sargın, 2006: 3).

Ayrıca bu seyahatler dışında inanç grupları tarafından organize edilen konferans, seminer gibi toplantı etkinlikleri de gerçekleştirilmektedir. Bu etkinliklerin en önemli örneklerinden biri Mormon Kilisesi'nde gerçekleştirilen etkinliklerdir (Başer ve Başçı, 2012: 431)



İKİNCİ BÖLÜM

İNANÇ TURİZMİ

Bu bölümde ilk olarak inanç kavramı, inanç ve turizm ilişkisi, inanç turizmi kavramı ve inanç turizmi türlerine değinilmektedir. Ardından Türkiye’de yer alan inanç merkezleri ve inanç faaliyetleri, Dünyada yer alan inanç merkezleri ve inanç faaliyetleri, Hac kavramı ve Haccın turizmdeki yeri ile Dünyada yer alan Hac merkezleri detaylı şekilde irdelenmiştir. Araştırmaya konu olan inanç turizmi ve etkinlik turizmi arasında inanç etkinliklerinde varolan paradoksun ortaya konmasına yönelik yazın taraması ise bu bölümün sonunda yer almaktadır.

2. 1. İnanç Turizminin Tanımı ve Özellikleri

Sürekli değişim içinde olan siyasi küresel çevrede kültürleri ve gelenekleri kuşatan karmaşık yapısıyla inanç, toplumsal hareketlilikte önemli bir yere sahiptir (Raj ve Morpeth, 2007: 1). İnancın bu karmaşık yapısı basit ve tek bir tanım yapılmasını zorlaştırmaktadır. İnanç kavramı ilk olarak Campbell (1957: 248) tarafından tanımlanmıştır. Campbell (1957: 248)’e göre inanç, *“ruhsal bir durum, insan akli ötesinde bir güç ve değer ile kuşatılmış doğaüstü varlıklara inanma ve karmaşık duygusal tutumlara uygun ibadetlerdir”*.

İnanç kavramı, Latince “religio” kelimesinden türemiş olup *“Allah’a ibadet ve maneviyata inanma konusunda insanların tuttuğu yol”* olarak tanımlanmaktadır. (Turan, 2012: 31). Türk Dil Kurumu (TDK)’nın tanımına göre inanç *“Tanrıya, bir dine inanma, akide, itikat”* olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2015). Vukonic (1992: 90) ise inancı *“günümüzde kişisel inanç, bir dogmaya inanışın derecesi veya dogmalar için gerçekleştirilen ritüellerin anlamı”* olarak tanımlamaktadır. Tanımlardan da anlaşılacağı gibi inanç kavramının temel bileşeni Tanrı, din ya da bir dogmaya inanmaktır.

İnsan doğasının en temel özelliklerinden biri seyahat etme isteği ve harekettir (Olsen, 2012: 359). İnanç, kültürel miras ve Hac destinasyonları çok eski

zamanlardan beri ziyaretçilerin dikkatini çekmektedir (Stefko ve diğerleri, 2015: 423). Zaten turizmin ilk başlangıcı da kutsal yerlere olan seyahatler olarak kabul edilmektedir (Şen ve diğerleri, 2015: 94). Dini amaçlı seyahatler ilk olarak din büyükleri ve peygamberlerin yaşadığı yerleri görme isteği, bu kişilerin kabirlerinin ziyareti ve gidilen destinasyonda yaşamış din büyüklerinin anılarını öğrenme isteğini gerçekleştirmek olarak ortaya çıkmıştır (Kaynak ve Sezgin, 2008: 349). Geçmişten günümüze turizm, dinlerin emirlerini yerine getirmek, adak sunmak veya kutsal yerleri ziyaret etmek için özellikle İslam, Musevilik, Hristiyanlık, Hinduizm, Budizm ve Sihizimden etkilenmiştir (Tekin, 2014: 750). Bilinen ilk kutsal destinasyon seyahati, 30.000 yıl önce Avusturalyalı yerliler tarafından dini rütellerini, törenlerini ve etkinliklerini gerçekleştirmek amacıyla her yıl yaptıkları yer değiştirme hareketidir (Blackwell, 2007: 39). Günümüzde de insanlar inançları gereği seyahatlere katılmakta, Hac ibadetlerini gerçekleştirmekte ve kutsal yerleri ziyaret etmektedirler (Tekin, 2014: 751).

İnanç bireyleri seyahate iten farklı bir motivasyon olarak değerlendirilmektedir (Tekin, 2014: 750). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) inancı, insanları seyahate iten en önemli 5. motivasyon olarak belirlemiştir (Stefko ve diğerleri, 2015: 424).

Kutsal alanları ziyaret edenler beş kategoride sınıflandırılmaktadır. Bu kategoriler;

- Ziyaret edilen kutsal yerin kendileri için anlamlı olduğu Hacılar,
- İnanç turistleri,
- Seküler (din dışı) turistler,
- Ziyaret edilen kutsal yerin kendileri için inançsal anlamı olmayan Hacılar,
- İnanç festivalleri ve inanç etkinlikleri katılımcıları olarak değerlendirilmektedir (Blackwell, 2007: 39).

İnanç merkezlerine yönelik yapılan turizm faaliyetleri dünyada günden güne gelişmektedir (Hughes ve diğerleri, 2013: 210). İnanca yönelik turizm faaliyetleri

pek çok ülke tarafından turizmin önemli bir unsuru olarak görülmekte ve devlet b t  elerine önemli finansal katkılar sağlamaktadır (Stefko ve diğerleri, 2015: 423). Akademik açıdan da inanç önemli bir araştırma konusu olarak görülmektedir. Tarih, doğubilimi, klasik edebiyat, arkeoloji, sosyoloji, antropoloji, dil bilimi, din bilimi, sanat tarihi ve felsefe din kavramıyla yakından ilgilenen alanlardır (Raj ve Morpeth, 2007: 3).

İnanç turizmi konusunu araştıran akademisyen ve teologların tartiştıkları en önemli konulardan biri din ve turizm ayrımıdır. İnanç seyahatlerine katılan Hacılar ile turistler arasındaki benzerlik ve farklılıklar günümüzde halen tartişılmaktadır (Olsen 2010: 848; Willson ve diğerleri, 2013: 150). Fakat inanç amacıyla gerçekleştirilen Hac seyahatleri ile kültürel ve rekreasyonel amaçla gerçekleştirilen seyahatler arasında bir ayrım yapılması mümkün değildir. Bunun nedeni, modern Hac etkinliklerine katılan turistlerin aynı kitle turizmine katılanlar gibi sayılarının fazla olması, bu seyahatlerin organize edilmesi zorunluğunu ortaya çıkarmaktadır (Shuo ve diğerleri, 2009: 582). Yani günümüzde inanç seyahatleri kitle turizmi gibi profesyonel seyahat acentaları tarafından gerçekleştirilmektedir. Bunun yanında inanç faaliyetlerine katılan kişiler dini görevlerini yerine getirmenin yanında, bağlı oldukları inanca ait kutsal yerlere yönelik merak duygusuna da sahip olmaktadırlar. Bu durum inanç seyahatlerine katılan grubun sadece dindar kesim olmadığını, daha geniş bir kitlenin bu etkinliklere katıldığını göstermektedir (Turan, 2012: 33-34). Yine Gupta (1999: 91)'ya göre de, adanmışlık bakış açısından çıkıp geniş bir açıdan bakılırsa inanç faaliyetlerine katılan kişiler aynı bir turistin kullandığı ulaşım araçlarını kullanmakta, farklı yerlere seyahat etmekte, gezilere katılmakta ve yerel ürünler satın almaktadırlar. Bu durum inanç faaliyetlerine katılan kişiler ile turistlerin birbirinden ayıramayacağı bulgusunu destekler niteliktedir.

Turizm ve inanç amaçlı seyahatler hakkında ilk araştırmalar 1970'lerde başlamıştır. Collins-Kreiner (2010a: 442-443)'ın yaptığı araştırma bulgularına göre 1970'lerde ilk olarak turizm ve Hac arasındaki farklılıklara ve benzerliklere değinilmiştir. 1970'lerin sonlarında inanç amaçlı seyahatlerin ekonomik, politik, sosyal, psikolojik, hissel ilişkileri ve farklı turist tiplerine yönelik araştırmalar ortaya konulmaya başlanmıştır. İlerleyen 10 yıllık süreçte araştırma konuları siyasi,

kültürel, davranışsal, ekonomik ve coğrafi olarak gelişmeye devam etmiş ve turizm ve Hac arasındaki farklılıklara yönelik görüşler azalmaya başlamıştır. 1990’larda devam eden benzerlik ve farklılıklara yönelik araştırmalar sonucunda inanç amaçlı seyahatlerin turizmde farklı bir niş pazar olduğu bulgusu kabul edilmiştir (Collins-Kreiner, 2010a: 442-443).

Collins-Kreiner (2016: 3-7) Hac amaçlı turizm hareketleri araştırmalarını üç aşamada incelemektedir. Bu aşamalar, tanıtım aşaması, büyüme aşaması ve canlanma aşamasıdır

İnanç turizmi ve Hac konularında ilk toplantı 2003 yılının nisan ayında ATLAS (Association for Tourism and Leisure Education and Research) tarafından Portekiz’de gerçekleştirilmiştir. Toplantılar sonunda varılan ortak karar sonucu hem tapınak, türbe, katedral ve mabetler hem de Hac seyahatlerinin gerçekleştirildiği alanlar “dini alan” kavramı içinde değerlendirilmeye başlanmıştır (Raj ve Morpeth, 2007: 8).

Geçmişte inanç amaçlı seyahatler büyük bir yerel hareket olarak değerlendiriliyordu. Fakat küreselleşme, ekonomik liberalleşme, yeni etnik yapı ve inanç politikaları ve ulaşımdaki gelişmeler inanç turizminin uluslararası alanda hız kazanmasına neden olmuştur (Stefko ve diğerleri, 2015: 424). Bunun sonucunda inanç amaçlı seyahatler 30 yıl içinde büyük artış göstermiş olup özellikle 90’lı yıllar itibariyle bu artış hız kazanmıştır (Özgen, 2012: 255). İnanç amaçlı seyahatler günümüzde 330 milyon ziyaretçinin katıldığı milyar dolarlık küresel bir endüstridir. İnançlı insanların değişen satın alma davranışları sonucu en iyi mal ve hizmet satın alma istekleri, bu seyahatlerden sağlanan yıllık cironun 18 milyar doları aşmasını sağlamaktadır (Stefko ve diğerleri, 2015: 424).

UNWTO’ya göre inanç turizmi *“belirli bir dinin kutsal yerlerine yönelik gerçekleştirilen seyahatler ve bu dinle ilişkili tapınma, dini toplantılar ya da kutlamalara katılma gibi belirli ayinleri gerçekleştirme ”*olarak tanımlanmaktadır (Stefko ve diğerleri, 2015: 424). Yani hem inanç merkezlerine, hem de inanç faaliyetlerine katılma amacıyla gerçekleştirilen seyahatler inanç turizmi kapsamında değerlendirilmektedir. Vukonic (1996: 21) inanç turizmini, *“hem inançsal hem de*

inançsal olmayan sebeplerle ziyaret edilen çeşitli manevi alanlar ve bu alanlarla ilişkili hizmetler” olarak tanımlamaktadır. Yani inanç turizm iki alanda gerçekleşmektedir. Bu alanlar tapınaklar ve Hac etkinliğinin gerçekleştiği alanlar olarak değerlendirilmektedir (Blackwell, 2007: 37). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı inanç turizmini *“kutsal yerlerin bu dinlere mensup turistlerce ziyaret edilmesinin turizm olgusu içinde değerlendirilmesi”* olarak tanımlamaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2016a). Daha geniş bir ifadeye göre ise *“insanların sürekli olarak yaşadıkları, olağan gereksinimlerini karşıladıkları yerlerin dışında, dini gereksinimlerini yerine getirmek, inanç çekim merkezlerini görmek amacıyla yaptıkları gezilerin turizm olgusu içinde değerlendirilmesi”* inanç turizmi olarak değerlendirilmektedir (Bingöl, 2007: 1).

İnanç turizmi temel motivasyonu din olan tüm inanç merkezlerine seyahatleri kapsamaktadır (Blackwell, 2007: 37). İnanç turizmine katılanlar kendi inandıkları dinin ya da inancın yanında, ait olmadığı farklı inanç merkezlerine de seyahat edebilmektedirler (Hughes ve diğerleri, 2013: 210). Ayrıca Hac görevini yerine getirmek amacıyla yapılan Hac seyahatleri de inanç turizmi içerisinde değerlendirilmekte olup, *“farklı dinlerce kutsal kabul edilen yerlerde, belirlenen zamanlarda gerçekleştirilen etkinliklere katılmak”* bu seyahat türünü tanımlamaktadır (Stefko ve diğerleri, 2015: 424).

Dünyada Hac seyahatlerine katılımında büyük artışlar gözlemlenmektedir. Günümüzde 2013 yılı verilerine göre sadece Vatikan’a seyahat edenlerin sayısı 5.5 Milyonu aşmıştır (Stefko ve diğerleri, 2015: 424). İnanç etkinliklerinden en büyüğü kabul edilen Hac, günden güne artan talep ile destinasyonlar için önemli ekonomik faydalar sağlamaktadır. Geçmişte de özellikler Hristiyan Avrupa’da kutsal kabul edilen şehirlerin diğer şehirlerden daha zengin olması, bu bölgelere yapılan yatırımların yanında dini seyahatler ile gerçekleşmiştir (Sargın, 2006: 3). İnanç amaçlı seyahatler yerel ekonomileri güçlendirmenin yanında sürdürülebilir kalkınmayı da desteklemektedir (Gil ve Curiel, 2008: 421). İnanç turizmi dinler arası tanıtım, kültürlerarası iletişim ve kültürel çeşitliliğin tanıtımı ve korunması için de önemli bir potansiyel güç olarak değerlendirilmektedir (Stefko ve diğerleri, 2015:

424). Ayrıca inanç merkezlerinin ziyaret edilmesi destinasyonlara sosyoekonomik faydalar getirmektedir (Özgen, 2012: 251).

İnanç turizmi için gerçekleştirilen seyahatlerin temel amacı dini yerleri ziyaret etmek ve bu alanlarda kişilerin ibadet ihtiyaçlarının karşılanmasıdır (Eser ve diğerleri, 2010: 30). İnanç turizmine katılanların büyük bir kısmı Hacı olmak, dini vazifelerini yerine getirmek, manevi açlığını gidermek ve iç huzura ulaşmak amacıyla seyahatlere katılmaktadır (Başer ve Başçı, 2012: 430; Özgen, 2012: 254). Temel motivasyonu din olan ziyaretçiler gittikleri yerlerde manevi ve dini aydınlanma sonucu kişilik gelişimini amaçlamaktadırlar (Stefko ve diğerleri, 2015: 424). İnanç merkezlerine yapılan seyahatler kişilerin ruhsal, fiziksel, zihinsel ve sosyal anlamda rahatlamalarını sağlamaktadır (Sağlık ve diğerleri, 2012: 37). Fakat inanç turizmine katılımda farklı amaçlar da gözlemlenebilmektedir. Günümüzde kiliseler, camiler ve tapınaklar gibi inanç alanları çok sayıda turist tarafından ziyaret edilmekte ve bu ziyaretlerde manevi değerlerin dışında rekreasyon, eğitim ve kültür amacıyla da seyahatler gerçekleştirilmektedir (Hughes ve diğerleri, 2013: 210). Bunun yanında tarihi, mimari ve sanatsal anlamda merak duyguları da kişileri inanç turizmine yönlendirmektedir (Stefko ve diğerleri, 2015: 424).

Kişiler inanç turizmi faaliyetlerinin yanında farklı turistik motivasyonlara katılabilmektedirler. Gidilen bölgede hem dini önemi olan destinasyonları ziyaret edip aynı gün farklı alternatif turizm tiplerinden faydalanabilmektedirler. Bu durum da inanç turizmi ile diğer turizm türlerini birbirinden ayırmayı zorlaştırmaktadır (Başer ve Başçı, 2012: 430). İnanç amaçlı seyahatler için ülkemizi ziyaret eden turistlerin istatistiksel bilgilerine ulaşılmasında yaşanan zorluklar da bu bulguyu desteklemektedir.

İslam'ın en önemli inanç turizmi merkezi, önemli bir inanç etkinliği olan Haccın gerçekleştirildiği Mekke ve Medine'dir. Hristiyanlıkta en önemli merkezler Kudüs, Roma ve Efes, Musevilikte ise Kudüs olarak görülmektedir (Özgen, 2012: 251). Dünya'da 19 ana dinin altında 270 büyük din grubu ve çok sayıda küçük din grupları yer almaktadır (Barrett ve diğerleri, 2001). Buna bağlı olarak her dinin farklı uygulamaları, koşulları, ritüelleri ve ibadet merkezleri bulunmaktadır. Yapılan

çalışmada semavi, yani tek tanrılı dinler ve bu dinlere yönelik farklılıklar incelenmektedir

Alan yazınında inanç turizmi faaliyetlerinin türlerine yönelik pek çok değerlendirme yer alırken, inanç turizmi sınıflandırmalarına yönelik tek bir tipoloji bulunmaktadır. Rinschede (1992:57-58) inanç turizmini iki türe ayırmaktadır. Bu türler;

Kısa vadeli inanç turizmi; yakın destinasyonlara yönelik gerçekleştirilen kısıtlı seyahatlerdir. İçeriğinde yerel, bölgesel alanlarda dini bir kutlamaya ya da konferansa katılma ve kilise toplantılarına katılma yer almaktadır.

Uzun vadeli inanç turizmi ise birkaç gün veya hafta boyunca dini merkezlere yapılan ziyaretleri içermektedir. Diğer ulusal ve uluslararası dini merkezlerin ve Hac alanlarının ziyaretleri bu kategoride incelenmektedir.

2.2. Türkiye’de Yer Alan İnanç Turizmi Merkezleri ve İnanç Faaliyetleri

Dünyada yer alan pek çok destinasyonda dinler ve inanç sistemleri için kutsal kabul edilen yerler mevcuttur (Özgen, 2012: 251). Anadolu yüzyıllar boyu pek çok uygarlığa ev sahipliği yapmıştır. Bu durum Anadolu’da çok sayıda tarihi ve kültürel kaynakların var olmasının yanında, inanç açısından önemli alanların ülkemizde yer almasına neden olmuştur (Bingöl, 2004: 125). Özellikle coğrafi konumu bakımından Türkiye, eski dünya karalarının kesiştiği, çok sayıda kavim, imparatorluk ve ülkenin yıllar içerisinde topraklarında hüküm sürdüğü önemli bir alandır (Özgen, 2012: 257). Bu bağlamda Türkiye, inanç kaynakları bakımından önemli bir potansiyele sahip konumdadır (Zaman, 2005: 1).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yürütülen “İnanç Turizmi” projesi ile Anadolu’da yer alan inanç kaynakları araştırılmıştır. Bu kapsamda Anadolu’da yer alan 316 inanç kaynağından 167 tanesinin Müslümanlığa, 129 tanesinin Hristiyanlığa ve 20 tanesinin ise Museviliğe ait kaynaklar olduğu saptanmıştır (Başer ve Başçı, 2012: 432). Dünyadaki 6,2 milyar insanın yaklaşık 2 milyarı Hristiyan, 1,3 milyarı Müslüman ve 14 milyonu Musevi’dir (Bingöl, 2004: 126). Türkiye’de var olan kaynaklar dünyada farklı dinlere mensup insanların ülkeye

çekilmesi adına önemlidir. Önemli bir alternatif turizm türü olan inanç turizmi, ülkelerin destinasyon rekabetçiliğinde öne çıkmasını sağlayan bir turizm türü olarak değerlendirilmektedir. Fakat Türkiye'nin çabaları var olan inanç kaynaklarını değerlendirmekte yeterli değildir. Güzel (2010: 89)'e göre de Türkiye turizm türlerini çeşitlendirmede geç kalmış, belli turizm türlerine yönelik pazarlama faaliyetlerini sürdürmeye devam etmiştir. Aşağıdaki tabloda Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine dayanılarak hazırlanan geliş amacı ve gelen turist sayıları incelenmektedir.

Tablo 8: Yıllara Göre İnanç ve Hac Amaçlı Gelen Turist Sayıları ve Toplam Turist Sayıları

Yıllar	İnanç ve Hac Amacıyla Gelen Yabancı Turist Sayısı	İnanç ve Hac Amacıyla Gelen Vatandaş (Yurtdışında ikamet eden) Sayısı	İnanç ve Hac amacıyla gelen Toplam Turist Sayısı	Toplam Turist Sayısı
2003	58.456	6.092	64.548	16.302.048
2004	61.054	4.724	65.778	20.262.645
2005	106.710	5.598	112.308	24.124.504
2006	101.565	23.938	125.503	23.148.670
2007	137.787	6.182	143.969	27.214.986
2008	95.027	4.014	99.041	30.979.974
2009	124.409	3.406	127.815	31.972.377
2010	106.690	7.650	114.340	33.027.941
2011	102.315	4.428	106.743	36.151.327
2012	61.116	5.285	66.401	36.463.921
2013	54.395	4.681	59.076	39.226.226
2014	77.636	5.544	83.180	41.415.070
2015	73.528	2.380	75.908	41.617.530
2016 (I, II ve III. çeyrek)	41.368	1.175	42.543	24.665.899

Kaynak: TÜİK, 2016: http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072

Yukarıda yer alan Tablo 8'de 2003-2016 (3. çeyreğe kadar) yılları arasında Türkiye'yi inanç ve Hac amacıyla seyahat eden turist sayıları yıllara göre

sıralanmaktadır. Tablo incelendiğinde inanç amaçlı seyahatlerin yıllara göre düzenli dağılım göstermediği görülmektedir. Gelen toplam turist sayısı her yıl belirli miktarda artış gösterse de inanç amaçlı seyahatlerde aynı düzenli yükselişe rastlanmamaktadır. 2005-2011 yılları arasında inanç amaçlı seyahatlerde diğer yıllara göre artış gözlemlenirken, devam eden yıllarda geliş amacına göre inanç amaçlı seyahatlerde azalma olduğu gözlemlenmektedir. En son 2015 yılı verileri toplam turist sayısını gösterdiğinden o yıl verileri hesaba katıldığında, inanç amaçlı seyahatlerin toplam seyahatler içindeki oranının %0.18 olduğu görülmektedir. Bu durum bize ülkemizde yer alan inanç çekiciliklerini yeterli miktarda kullanamadığımızı açık bir şekilde göstermektedir.

Tablo 9: Yıllara Göre İnanç ve Hac Amaçlı Çıkış Yapan Turist Sayıları ve Çıkış Yapan Toplam Turist Sayıları

Yıllar	İnanç ve Hac Amacıyla Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı	Toplam Çıkış Yapan Turist Sayısı
2013	424.953	7.525.869
2014	430.789	7.982.264
2015	409.345	8.750.851
2016 (I, II ve III. çeyrek)	394.828	6.095.779

Kaynak: TÜİK, 2016: http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=328

Yukarıda yer alan Tablo 9’da da 2013-2016 (3. çeyreğe kadar) yılları arasında Türkiye’den inanç ve Hac amacıyla çıkış yapan T.C. vatandaşlarının sayısı yıllara göre sıralanmaktadır. İstatistiklerde 2013 ve sonrasında inanç amaçlı seyahatler farklı bir seyahat amacı olarak değerlendirilmiştir. Bu nedenle eski verilere ulaşılamamaktadır. İnanç amaçlı seyahatler bu üç yıllık süreçte çok büyük değişimler göstermemektedir. Verilerin yetersizliği, yıllara göre değerlendirme yapmayı zorlaştırmaktadır. En son 2015 yılı verileri toplam çıkış yapan turist sayısını gösterdiğinden o yıl verileri hesaba katıldığında, inanç amaçlı seyahatlerin toplam seyahatler içindeki oranının %4,7 olduğu görülmektedir. Türkiye’den inanç amaçlı çıkış yapan kişiler çoğunlukla Hac ve Umre amacıyla seyahat gerçekleştirmektedirler. 2012 yılında Türkiye’den 75.598 kişi Hacca, 382.015 kişi

Umreye seyahat gerçekleştirmiştir. Fakat 2013 yılı itibariyle Suudi Arabistan hükümeti Hac için kota uygulamasına başlamıştır (Yukuş, 2014). 2013 yılında 57.239 kişi, 2016 yılında ise 59.200 kişi Hacca gidebilmiştir (T. C. Başbakanlık Diyanet İşleri Başkanlığı, 2016; Yukuş, 2014). Elde edilen bu sayısal veriler, vatandaşlarımızın inanç amaçlı seyahatlerinin büyük çoğunluğunun Hac ve Umre seyahatlerini gerçekleştirmeye yönelik yapıldığını kanıtlar niteliktedir.

Anadolu tarihinin çok eski zamanlara dayanması ve ilkçağ medeniyetlerinin Anadolu'da gelişmesi, semavi olmayan dinlere ait ibadet alanları ve mabetlerin bu bölgede inşa edilmesini sağlamıştır (Zaman, 2005: 1; Bingöl, 2004: 125). Tek tanrılı dinlere geçiş sonrasında ise özellikle Müslümanlık, Hristiyanlık ve Museviliğin bu bölgede olgunlaşıp dünyaya yayılması sonucu, üç büyük dine ait pek çok inanç yapısı ülkemiz sınırları içerisinde inşa edilmiştir (Bingöl, 2004: 125). Hristiyan havarilerin ve Musevilerin yaşadıkları alanlarda karşı karşıya kaldıkları baskı ve yok etme çabaları, bu dinlere inanan kişilerin dinlerini özgürce yaşayabilecekleri ve yayabilecekleri ortam olan Anadolu'ya sığınmalarına neden olmuştur (Zaman, 2005: 1). Bu durum Türkiye'nin her bölgesinde semavi dinlere yönelik çok sayıda inanç yapılarının bulunmasını açıklar niteliktedir (Özgen, 2012: 257). Aşağıda farklı dinlere ait Türkiye'de yer alan inanç kaynakları değerlendirilmektedir;

2.2.1.Müslümanlık İçin Önemli İnanç Turizmi Kaynakları ve İnanç Kutlamaları

Anadolu, bin yılı aşkın bir süre Türk-İslam kültürünün himayesinde kalmıştır. Ayrıca Osmanlı İmparatorluğu altı yüz yıl İslam dininin liderliğini yapmıştır (Başer ve Başçı, 2012: 432; Sargın, 2006: 4). Bu nedenle Türkiye'de Müslümanlık açısından önemli çok sayıda eser bulunmaktadır.

Müslümanlık açısından önemli inanç kaynakları cami, türbe, kümbet, medrese ve külliye gibi yapılardır (Okuyucu ve Somuncu, 2014: 23). İslamiyet'e yönelik eserlerin çoğunlukla Marmara Bölgesi ve Orta Anadolu Bölgesinde yer aldığı görülmektedir (Bingöl, 2004: 125). Yani en çok İslami eser İstanbul, Bursa ve Edirne gibi geçmişte Osmanlı İmparatorluğunun başkenti olan şehirlerde bulunmaktadır (Okuyucu ve Somuncu, 2014: 23). Fakat manevi kimliği olan, evliya

olarak kabul edilen pek çok din büyüğüne ait camiler, medreseler, yatırlar ve ziyaret alanları ülkemizdeki tüm şehirlerde yer almaktadır (Sargın, 2006: 5). Siirt'te yer alan Tillo ve Veysel Karani Türbesi bu tür ziyaret alanlarına örnek olarak gösterilebilmektedir. İki önemli insanın bu bölgede yaşamış olması günümüzde pek çok turistin bölgeye inanç amacıyla seyahatler gerçekleştirmesine neden olmaktadır. Ayrıca her yıl 16-17 Mayıs'ta düzenlenen Veysel Karani Anma Günleri de inanç etkinliği olarak değerlendirilmektedir (Özgen, 2012: 258).

İnanç kaynakları arasında tasavvuf felsefesinde önemli yeri olan Mevlana Celaleddin Rumi, Hacı Bektaş Veli, Yunus Emre gibi büyük düşünörlere ait yapılar ve etkinlikler de ölkemizde yer almaktadır (Başer ve Başçı, 2012: 432).

Çanakkale Deniz ve Kara savaşları sonucu hayatını kaybeden Türklerin ve yabancıların anıt mezarları da inanç çekicilikleri olarak kabul edilmektedir. İslamiyet'te savaş sırasında ölenlerin şehit kabul edilmesi, yabancı ziyaretçilerin ise atalarını anma isteğı, bölgenin çok fazla sayıda turist tarafından ziyaret edilmesine neden olmaktadır (Sağlık ve diğlerleri, 2012: 37). Her yıl 18 Mart'ta "Çanakkale Şehitleri Anma Günü" etkinliklerine pek çok Türk ziyaretçi katılmaktadır. Çıkarmanın yıl dönümü olan 25 Nisan'da ise "Anzak Günü" adı altında anma etkinlikleri gerçekleşmekte, Avustralya ve Yeni Zelanda'dan gelen turistler bu etkinliklere katılmaktadırlar (Avustralya Ulusal Arşivi, 2016).

Türkiye'ye gelen turistlerin en çok ziyaret ettikleri inanç çekicilikleri; Topkapı Sarayı'nda bulunan Kutsal Emanetler Dairesi, Eyüp Sultan Camii, Süleymaniye Camii, Edirne Selimiye Camii ve Konya Mevlana Türbesidir (Sargın, 2006: 5). Fakat en büyük inanç kaynaklarının yanında Türkiye'de çok sayıda Müslümanlığa yönelik inanç çekiciliğı yer almaktadır. Okuyucu ve Somuncu (2014: 23)'ya göre en önemli inanç destinasyonları;

- Topkapı Sarayı'nda bulunan Kutsal Emanetler Dairesi (İstanbul),
- Ayasofya Camii (İstanbul),
- Süleymaniye Camii (İstanbul),
- Halit Bin Zeyd Türbesi (İstanbul),

- Ulu Cami, Yeşil Cami, Emir Sultan Camii, külliye ve türbeleri (Bursa),
- Mevlana Türbesi (Konya),
- Selimiye Camii, külliye ve türbeler (Edirne),
- Hz. İbrahim'in doğduğu mağara, Balıklı göl, Hz. Eyüp'ün çile çektiği mağara, Hz. İlyas ve Hz. Yakup'un yaşadığı yer olan Peygamberler Şehri (Şanlı Urfa),
- Nuh tufanından sonra Hz. Nuh'un gemisinin karaya oturduğu Ağrı Dağı,
- Anadolu Selçuklu Devleti'nden kalan cami, külliye, türbe ve kümbetler (Kayseri),
- Divriği Ulu Cami ve Darüşşifası, cami ve medreseler (Sivas),
- Çifte Minareli Medrese (Erzurum),
- Veysel Karani Türbesi (Siirt) ve
- Hacı Bektaş-i Veli Türbesidir (Nevşehir).

Diyanet İşleri Başkanlığının TUIK'e 2013 yılında yaptırdığı "Türkiye'de Dini Hayat Araştırma Raporu" verilerine göre Türk vatandaşlarının %99,2'sinin Müslüman olduğu saptanmıştır (Diyanet İşleri Başkanlığı, 2014: 24). Nüfusun bu denli büyük kısmının Müslüman olması, ülkede en büyük katılım ile gerçekleştirilen inanç etkinliklerinin İslam dinine yönelik kutlamalar olmasına neden olmaktadır. Türkiye'de gerçekleştirilen en büyük etkinlikler Kurban ve Ramazan Bayramı ve Ramazan döneminde ülke çapında yapılan etkinliklerdir. Fakat bu bayramların yanında ülkemizde Müslümanlığa yönelik pek çok etkinlik kutlanmaktadır. Tablo 10'da Türkiye'de gerçekleştirilen Müslümanlığa yönelik inanç etkinlikleri yer almaktadır.

Tablo 10: Türkiye’de Gerçekleştirilen Müslüman İnanç Kutlamaları

İnanç Etkinliğinin Adı	Tarih	Önemi
Res-ül Sene	14 Ocak	Alevilerin eski takvimdeki yılbaşı günü
Roje-Xiziri	Hızır ayı (Ocak-Şubat)	Alevilerin üç günlük Hızır Orucu
Mevlit Kandili	Rebiyülevvel ayının 12. günü	Hz. Muhammed’in dünyaya gelişi
Nevruz	21 Mart	Kainatın her yıl yeniden doğduğu gün
Hıdrellez	5-6 Mayıs	Hızır’ın bereketinin beklendiği gün
Regaip Kandili	Recep ayının ilk cuması	İslam dünyasının “Bağışlanma Gecesi”
Abdal Musa Anma Töreni	15 Haziranı geçen hafta sonu	Alevi- Bektaşilerin Toroslardaki Büyük Buluşması
Pir Sultan Abdal Anma Töreni	2 Temmuz	“Yedi Ulular” da denilen büyük halk ozanlarından en sevilenini anma günü
Mirâç Kandili	Recep ayının 26’sını 27’sine bağlayan gece	Hz. Muhammed’in Mescid-ül Aksa’dan Allah’ın huzuruna çıktığı gece
Berat Kandili	Şaban ayının 15. günü	Amel defterinin kulların eline verildiğine inanılan gece
Ramazan Orucu	Ramazan ayı	İslamiyet’te yoksulların yardımına koşulan dayanışma ayı
Hacı Bektaş Veli Anma Töreni	16-18 Ağustos	Nevşehir’de gerçekleştirilen anma etkinliği
Mihrican-İyd	İran takviminin 7.	Sonbahar gündönümü bayramı

	ayı	
Kadir Gecesi	Ramazan ayının 27. gecesı	Kuran ayetlerinin tebliğine başlanan gece
Ramazan Bayramı	şevval ayının 1. günü	Oruç döneminin sona erdiği bayram
Kurban Bayramı	Zilhicce ayının onuncu günü	Hız. İbrahim'in Allah'a sadakatının karşılığını aldığı bayram
İyd-il Gadir	26 Aralık	Arap Alevilerinin Hız. Ali'nin imam tayin edildiğini düşündükleri gün
Hicri Yılbaşı	Muharrem ayının 1. günü	Müslümanlar için milat, Hız. Muhammed'in Mekke'den Medine'ye göçü
Muharrem Orucu	Muharrem ayının 1-12. günü arası	Kerbela'da öldürölen Hüseyin'in acısının idrak edildiğı matem orucu
Aşure Günü	Muharrem ayının 10. günü	Kerbela Vakası için ölmüşlerin ruhuna yapılan ikram etkinliğı
şeb-i Arus	10-17 Aralık	Mevlana'nın şems-i Tebrizi'ye kavuştuğı “düşün gecesı”

Kaynak: Özkan, 2009.

Tablo 10'da göröldüğü gibi etkinlikler tarihlere göre sıralanmıştır. İslamiyet için önemli olan bayram, kandil ve etkinliklerin tarihleri Hicri takvime göre belirlenmekte, tasavvufi ya da dini önemi bulunan halk kahramanlarını anmaya yönelik etkinliklerin tarihleri ise Miladi takvime göre belirlenmektedir. Ülkemizde çok sayıda farklı mezhepten inananlar bulunması, inanç etkinliklerinin bu denli çeşitli olmasını sağlamaktadır.

2.2.2. Hristiyanlık İçin Önemli İnanç Turizmi Kaynakları ve İnanç Faaliyetleri

Türkiye, Hristiyan inancı için büyük bir öneme sahiptir. Ülkemizde yer alan eserlere bakıldığında Türkiye'nin Hristiyanlık için bir açık hava müzesi gibi olduğu görülmektedir (Zaman, 2005: 2). Hristiyanlık Kudüs'te doğmasına rağmen, dinin yayılması ve gelişmesinde Anadolu'nun önemli bir yeri bulunmaktadır (Keskinsöz, 1999: 13). Romalıların baskı ve zulümden kaçan havarilerin bazıları Anadolu'ya gelerek burada Hristiyan dinini yaymaya çalışmışlardır (Zaman, 2005: 2). Bu nedenle, Türkiye'de Hristiyanlar tarafından kutsal kabul edilen pek çok önemli kilise, tapınak ve antik kalıntı bulunmaktadır. Örneğin Hristiyanlar için önemi büyük olan Aziz Pierre Kilisesi, Aziz Nicolas Kilisesi, Aziz Paul Evi, Sümela Manastırı, Aya Tekla Bazilikası, Meryem Ana Evi, Yedi Kilise, Deyrül Zeferan Manastırı ve Ani Harabeleri Anadolu topraklarında yer almaktadır (Başer ve Başçı, 2012: 432).

Türkiye'de özellikle Karadeniz, Ege ve Akdeniz Bölgelerinde Hristiyanlığa ait eserler bulunmaktadır (Bingöl, 2004: 125). Ayrıca Vatikan tarafından Hac kabul edilen ve Hristiyanlık için çok önemli olan dokuz merkez de Türkiye'de yer almaktadır. Bu merkezler Hatay'da yer alan Aziz Petrus (St. Pierre) Kilisesi, Mersin / Tarsus'ta bulunan Aziz Paul Evi ve Kuyusu, Antalya'da yer alan Aziz Nicolas Kilisesi, Bursa'da yer alan Ayasofya Müzesi, Manisa'da yer alan Sard Sinagogu, Thyatira (Akhisar) Kilisesi ve Philadelphia (Alaşehir) Kilisesi, Isparta / Yalvaç'ta yer alan Pisidia Antik Kenti, Nevşehir / Derinkuyu'da yer alan Ortodoks Kilisesi, Denizli / Pamukkale'de yer alan Laodikya Antik Kenti ve İzmir / Selçuk'ta yer alan Meryem Ana Evi'dir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2016b). Türkiye'de bu kadar fazla sayıda Hristiyan inanç çekiciliklerinin olması, dünya turizminde rekabette avantaj sağlayacak önemli bir güçtür. Doğru tanıtım ve pazarlama faaliyetleri ülkemizin bu bölgelerine gelen turist sayısında artışlar yaşanmasını sağlayacaktır (Sargın, 2006: 3). Ayrıca ekonomik anlamda destinasyonlar ve ülke genelinde pozitif etkisinin yanında turizmin tüm yıla yayılmasında da inanç kaynakları önemli bir rol oynayacaktır (Zaman, 2005: 2).

Ülkemizde bulunan Hristiyanlığa yönelik inanç merkezlerinin büyük çoğunluğunda etkinlikler düzenlenmektedir. Aşağıda bu etkinliklerin en büyüklerinden birkaç örnek verilmektedir.

Meryem Ana Evi ülkenin en önemli inanç turizmi merkezlerinden biridir (Emekli, 2003: 41). 1960'lı yıllarda Papa 6. Paul, 1980'li yıllarda ise Papa 2. John-Paul Meryem Ana Evi'ni ziyaret etmiştir. Papa 2. John-Paul Meryem Ana Evi'ni Hristiyanlar için Hac yeri olarak ilan etmiştir (Meryemana, 2015). Destinasyonun Hac ilan edilmesinden sonra, gelen turist sayısında artışlar yaşanmıştır (Emekli, 2003: 41). 15 Ağustos'u izleyen ilk Pazar gününü de Meryem Ana Evi'nde ayin gerçekleştirilmekte ve Hacı olmak isteyen Hristiyanlar bölgeye gelmektedirler.

İzmir sınırları içerisinde Meryem Ana Evi dışında Hristiyanlık için önemli farklı çekim merkezleri de bulunmaktadır. Meryem Ana adına yapılmış ilk kilise olan "Çifte Kiliseler", Hz. İsa'nın en sevdiği havarisi Aziz John'un mezarının içinde bulunduğu St. John Bazilikası, Yedi Uyuyanlar Mağarası ve Smyrna (İzmir), Efes (Selçuk) ve Bergama'da yer alan Hristiyanlığı yaymak için Anadolu 'da yapılmış 7 Kiliseden üçü İzmir ili sınırlarında yer almaktadır (İzmir İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2016).

Bir diğer Hac merkezi kabul edilen Isparta/Yalvaç'ta bulunan Pisidia Antik kentinde de 1996 yılından bu yana Kültür, Turizm ve Sanat Festivali adı altında inanç etkinlikleri düzenlenmektedir (Sargın, 2006: 8). Hatay'da yer alan ve dünyanın ilk dört kilisesinden biri olan Aziz Petrus (St. Pierre) Kilisesi de papalık tarafından Hac olarak kabul edilmekte ve Aziz Petrus'un öldürüldüğüne inanılan 29 Haziran günü her sene ayinler yapılmaktadır (Bingöl, 2004: 131).

Karadeniz bölgesinde en çok turist çeken inanç merkezi Sümela Manastırı'dır (Güzel, 2011: 137). Manastır Ortodoks Hristiyanlar için Anadolu'daki en eski ve en önemli yapılardan biri olarak değerlendirilmektedir (Zaman, 2005: 1). Sümela Manastırı'nda her sene 15 Ağustos tarihinde gerçekleştirilen etkinlikte Meryem Ana'nın uykuya yatış yortusu yani Meryem Ana'nın göğe yükselişi kutlanmaktadır (Özkan, 2009: 161).

Van'da yer alan Akdamar Kilisesi 2010 yılının Eylül ayında inanç turizmine açılmış ve o yıl ilk ayin gerçekleşmiştir. O tarihten bu yana Akdamar Kilisesi'ne inanç amaçlı gelen turist sayısında günden güne artış yaşanmaktadır (Sevinç ve Azgün, 2012: 20).

İstanbul da Hristiyan inancı için önemli bir merkez olarak kabul edilmektedir (Özgen, 2012: 257). Ortodoks Rumlar tarafından her yıl 6 Ocak tarihinde Hz. İsa'nın Ürdün nehrinde vaftiz oluşunu kutlamak üzere İstanbul Haliç'te haç çıkarma etkinliği düzenlenmektedir (Özkan, 2009: 25).

Tüm bu etkinliklerin dışında ülkemizde yortu, bayram, oruç, karnaval ve ikram gibi pek çok Hristiyan etkinliği kutlanmaktadır. Hristiyan inancına sahip Ermeni, Süryani, Katolik, Ortodoks ve Keldani'lerin ülkemizde halen yaşaması, inanç geleneklerini sürdürmelerine neden olmaktadır.

2.2.3. Musevilik için Önemli İnanç Kaynakları ve İnanç Faaliyetleri

Türkiye'de Musevilik inancına yönelik inanç çekicilikleri, diğer semavi dinlere göre daha az sayıdadır (Bingöl, 2004: 125). İstanbul'da yer alan Neve Şalom Sinagogu, Zülfaris Sinagogu, Yanbol Sinagogu ve Ahrida Sinagogu önemli inanç çekicilikleri arasında sayılmaktadır (Özgen, 2012: 257). Musevilik dini Hz. İbrahim ile başlamaktadır. Hz. İbrahim ve onun soyundan gelenlerin Şanlı Urfa bölgesinde yaşamış olması Musevilik anlamında bölgenin önemini artırmıştır (Sargın, 2006: 4). Şanlı Urfa'nın yanında Hatay ilinde de Museviliğe yönelik önemli eserler bulunmaktadır. El yazması Tevrat Hatay'da yer alan Antakya Müzesi'nde sergilenmektedir (Özgen, 2012: 257).

Türkiye'de yaşayan Musevilerin en çok kutladıkları inanç etkinlikleri Roşaşana (Yeni yıl), Yom Kippur (Kefaret Günü), Hanuka (Işık Bayramı) ve Pesah (Hamursuz Bayramı)'dır (Türk Yahudileri, 2016).

2.3. Dünyadaki İnanç Turizmi Merkezleri ve İnanç Faaliyetleri

Dünya nüfusunun %75'i Hristiyan, Müslüman, Budist, Hindu ve Yahudi'dir. Bu oran içerisinde 2.1 milyar kişi Hristiyan, 1.3 milyar kişi Müslüman, 900 milyon kişi Hindu, 370 milyon kişi Budist ve 18 milyon kişi Yahudi'dir (Avcı, 2011 :30). Bu denli büyük bir nüfus yoğunluğunun farklı dinlere inanan insanlar olması, dünyada pek çok inanç merkezlerinin bulunmasına ve inanç faaliyetlerinin çeşitlenmesine neden olmaktadır.

Geçmiş çağlarda inanç amaçlı seyahatler büyük zorluklarla gerçekleştirilmekteydi. 12. yy.'a ait belgeler Batı Avrupa'dan Kudüs'e yapılan seyahatlerin yarım yıldan fazla bir sürede gerçekleştirildiğini göstermektedir (Fleischer, 2000: 313). Müslümanlıkta da Hac seyahatleri katırlar ve develer ile gerçekleştirilmekte ve Şam'dan Mekke'ye 61 günde varılmaktaydı (Şen ve diğerleri, 2015: 95). Günümüzde teknolojinin ve ulaşım koşullarının gelişmesi inanç amaçlı seyahatlerin kolaylaşmasına neden olmaktadır.

Dünya'da yer alan en önemli inanç merkezleri Müslümanlık için Mekke ve Medine, Musevilik için Kudüs ve Hristiyanlık için Kudüs ve Vatikan'dır (Sargın, 2006: 3; Belhassen ve diğerleri, 2008: 675). Bu merkezlerin yanında İspanya'da yer alan Santiago de Compostela, İspanya sınırında yer alan Andorra, Fransa'da yer alan Biarritz ve Lourdes, Portekiz'de yer alan Fatima Bölgesi, İtalya'da yer alan Roma şehri, Çin'de yer alan Nanta-i Sun Dağı ve Peru'da yer alan Machu Picchu inanç turizmi için önemli destinasyonlardır (Başer ve Başçı, 2012: 431; Fleischer, 2000: 312).

İsrail ve Filistin toprakları inanç amaçlı seyahat gerçekleştirenler tarafından "Kutsal Toprak" olarak adlandırılmakta ve üç semavi din olan Müslümanlık, Hristiyanlık ve Musevilik için önemli pek çok kutsal kaynak bu bölgede yer almaktadır. Bulunan bulgular, bölgeye yapılan ilk seyahatlerin 2. yy. 'da başladığını göstermektedir (Fleischer, 2000: 312-313).

Hristiyanlıkta en önemli inanç merkezi Kudüs olarak kabul edilmektedir. Yapılan araştırmalar Hac seyahatlerinin geçmişinin 2. yy. a uzadığına değinse de Hristiyanlığın ilk inanç etkinliği olan Hac seyahatlerinin 4. yy. da Roma İmparatorluğu'nda aktif olarak başladığını göstermektedir (Belhassen ve diğerleri, 2008: 675). 13. yy. 'da Kutsal Toprakların Müslümanların himayesine geçmesi ile Hristiyan Haccı Roma'ya yönlense de 19. yy. 'da bölgenin tekrar Hristiyan hâkimiyetine girmesi ve gelişen konaklama ve ulaşım imkânları, Kudüs ve çevresine inanç amaçlı seyahatlerin artmasını sağlamıştır (Fleischer, 2000: 315). Hristiyanlıkta özellikle kutsal kabul edilen günlerde ve inanç festivallerinde Hac etkinlikleri gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle özel günlerde, özellikle de Paskalya ve Noel

döneminde Filistin ve İsrail'e yapılan seyahatlerde büyük artış yaşanmaktadır (Bar ve Cohen-Hattab, 2003: 135)

Müslümanlıkta Hac İslam'ın emridir ve her yıl dünyanın farklı bölgelerinden milyonlarca Müslüman, inanç etkinliğini gerçekleştirmek için Suudi Arabistan'a seyahatler gerçekleştirmektedir. Yine Müslümanlıkta Umre seyahatleri de önemli bir seyahat olarak kabul edilmektedir (Tekin, 2014: 754). Umre İslam inancına göre sünnettir, fakat küçük Hac olarak görülmekte ve Kuran-ı Kerim'de Hacdan sonra gelen en önemli etkinlik olarak kabul edilmektedir. Dünyada inanç turizmi amacıyla en çok turist çeken Müslüman ülkeler Malezya, İran ve Suudi Arabistan olarak kabul edilmektedir (Tekin, 2014: 750).

2.4. Hac Kavramı ve Haccın Turizmdeki Yeri

Hac, en eski turizm hareketlerinden biri olarak kabul edilmektedir (Hyde ve Harman, 2011: 1343; Drule ve diğerleri, 2012: 423). Hac olgusu, turizm olgusunun insan davranışlarında ortaya çıkmasından yüzlerce yıl önce ortaya konulmuş bir kavramdır (Fleischer, 2000: 311). Hac, geleneksel aşiret toplumlarında, Mısır, Babil, Mezoamerika ve Hristiyanlık öncesi Avrupa'daki eski toplumlarda yaygın olmasının yanında, günümüzde çağdaş dünyanın tüm büyük dinlerinin önem verdiği bir seyahat türü olarak etkinliğini devam ettirmektedir (Hyde ve Harman, 2011: 1344). Yine Mezopotamya'da bulunan Nippur, Asur'da bulunan Ninova, Eski Yunanlılarda Efes, Delos, Delphes, Olympus, Eleusis, Epidaure ve ülkemiz sınırlarında yer alan Göbeklitepe'de bulunan dünyanın bilinen ilk tapınağı eski çağlardaki önemli Hac merkezlerinden bazıları olarak kabul edilmektedir (Küçük, 2013: 108).

Turizm hareketleri içerisinde Hac merkezlerine seyahat önemli bir yer tutmaktadır. 2 milyondan fazla Müslüman Hac döneminde Mekke'ye seyahat etmekte, İsrail'e gelen toplam turist sayısının dörtte biri Hac amacıyla bu bölgeye seyahat etmekte, her yıl 5 milyon Hacı Fransa Lourdes' e gitmekte ve 28 milyon Hindu Hindistan'da yer alan Ganj nehrine Hacı olmak amacıyla seyahatler gerçekleştirmektedir (Collins-Kreiner, 2010b: 154).

Hac inançsal ve kültürel bir olgu olup, dünyanın en büyük inanç gruplarından Budizm, Hinduizm, İslam, Musevilik ve Hristiyanlığın önemli bir ögesi olarak kabul edilmektedir (Collins-Kreiner, 2010a: 440; Collins-Kreiner, 2010b: 153).

Hac kelimesinin ilk tanımlanması 1100'lü yılların sonarında Latince "Peregrinato" kelimesi ile yapılmış olup, "*kişilerin dolaylı yolculuk yapması*" olarak kavram açıklanmıştır (Fleischer, 2000: 311; Küçük, 2013: 112). İslam dininin kutsal kitabı Kuran-ı Kerim turizmin gelişimini 1400 yıl öncesinden desteklemiş ve Haccı zorunlu kılarak tüm Müslümanların seyahat etmelerini sağlamıştır (Kaynak ve Sezgin, 2008: 356). İslam Ansiklopedisine göre Hac kelimesi "*dolaşmak, bir daireye gitmek*" olarak tanımlanmaktadır (Boboc, 2010: 127).

Hac kavramının farklı dinlere ve kültürlere göre çok sayıda değişik tanımlamaları mevcuttur. Kavramın kesin anlamı, tanımın yapıldığı belirli dönem ve kültüre bağlıdır (Bar ve Cohen-Hattab, 2003: 144). İslamiyet inancına göre Hac "*belli bir zamanda (Kurban Bayramı) Allah'a ibadet amacıyla, usulüne uygun olarak ihrama girmek suretiyle Arafat'ta vakfe yapmak, Kabe'yi tavaf etmek ve diğer bazı dini görevleri yerine getirmek suretiyle hem mali hem de bedeni bir ibadet*" olarak tanımlanmaktadır (Küçük, 2013: 120). Musevi Ansiklopedisine göre Hac "*Kutsal yerlere veya tapınaklara adak adamak ya da ilahi kutsanma elde etmek amacıyla gerçekleştirilen seyahatler*" olarak tanımlanmaktadır (Boboc, 2010: 126). Oxford İngilizce Sözlüğüne göre Hacca katılan kişiler Hacı olarak değerlendirilmekte ve Hacılar "*kutsal yerlere dinsel adanmışlık ile seyahat gerçekleştiren kişiler*" olarak tanımlanmaktadır (Bar ve Cohen-Hattab, 2003: 144). Hac ise "*Hacıların seyahati*" olarak değerlendirilmektedir (Boboc, 2010: 125).

Turizm bakış açısına göre incelendiğinde yapılan tüm tanımlamalarda seyahat ve hareket kavramının kullanıldığı görülmektedir. Smith (1992: 2) Haccı "*özellikle kutsal yerlere ve tapınaklara yapılan dini yolculuk, Hacıların seyahati*" olarak tanımlamaktadır.

Griffin (2007: 16)'e göre ise Hac "*kutsal yerlere veya tapınaklara adanmışlık güdüsüyle yapılan seyahatlerdir*".

Tanımlarda görüldüğü gibi Haccın tümüyle dinsel olarak adanmışlık sonucu yapılmakta olduğuna inanılmaktadır. Fakat Collins-Kreiner (2010a: 450)'e göre bu inanış eski yaklaşımdır ve günümüzde Hac ikiye ayrılmaktadır. Hac, dinsel ve dinsel olmayan Hac olarak sınıflandırılmaktadır. Dinsel Hac, tüm tanımlamalarda görülen kutsal yerlere seyahati kapsarken, dinsel olmayan Hac savaş alanları, ünlü kişilerin anıt ve mezarları, önemli tarihi olayların yaşandığı yerler, etnik vatan ve soyun yaşadığı yerler, pagan dinlerinin kutlama alanları, efsanevi turistik mekanlar ve siyasi öneme sahip olan yerlere yönelik gerçekleştirilen seyahatleri içermektedir (Hyde ve Harman, 2011: 1344).

Bu kapsamda günümüzde gerçekleştirilen Hac seyahatlerinin tanımında farklılıklar gözlemlenmektedir. (Hyde ve Harman, 2011: 1343)'a göre Hac “*son derece değerli, derin anlam taşıyan ya da seyahat edenler için öz kimlik kaynağı olan yerlere yönelik yapılan seyahatler*” olarak tanımlamaktadır.

Kişilerin Hac seyahatlerine katılımlarında farklı güdüler etkili olmaktadır. Collins-Kreiner (2010b: 153)'a göre kişileri Hacca yönelten en büyük etken manevi doyumdur. Hindistan geleneğinde Hac meditasyon yapma, israftan kaçınma, fiziksel ve zihinsel saflığa ulaşma ve hayırseverlik amacıyla gerçekleştirilmektedir (Boboc, 2010: 126). Hristiyanların Hacca gitme amaçlarını belirlemeye yönelik yapılan araştırma bulgularına göre kişilerin dini kitaplarını daha iyi anlamak, dinsel inançlarını geliştirmek, kişisel inançlarını güçlendirmek, dinleri hakkında kişisel bilgilerini artırmak ve tatile çıkmak amacıyla Hacca geldikleri sonucuna ulaşılmıştır (Shuo ve diğerleri, 2009: 582). Seyahat güdülerin bu denli farklılıklar göstermesi Hac seyahatlerinde artışlar yaşanmasına neden olmaktadır (Olsen, 2012: 359).

Hac, insan topluluğunun bilinen en eski ve en temel nüfus hareket biçimlerinden biridir. Politik, sosyal, kültürel ve ekonomik faydaları geçmişte ve günümüzde her zaman önemli olan ve önemli olmaya devam edecek bir faaliyet olarak kabul edilmektedir (Collins-Kreiner, 2010a: 440). Ayrıca Hac kişilerin seyahat etme isteklerinin tatmininde, farklı kültürlerle kaynaşma imkanı sunmada, sosyal ve ticari ilişkileri geliştirmede faydalar sağlamaktadır (Küçük, 2013: 112).

Hac konusunda araştırmalar kısıtlı olsa da Hac seyahatleri dünya çapında en yaygın turizm çeşitlerinden sayılmaktadır (Drule ve diğlerleri, 2012: 423). Turizm ve Haccın benzerlik ve farklılıklarına yönelik pek çok farklı görüş bulunmaktadır. İki kavram hakkında ilk ayrımı yapan Turner ve Turner (1978: 20), “*her turist yarı Hacıdır, her Hacı ise yarı turisttir*” diyerek kavramlar arasında ayrım yapılamayacağını savunmaktadır. Yani Hac da turizm gibi organize, bürokratik ve acentaların sağladığı hizmetten faydalanan faaliyetlerdir (Fleischer, 2000: 311). şen (ve diğlerleri, 2015) ise Haccın inanç turizmi içinde değerlendirilmesi gerektiğini savunmaktadır. Hac zellikle İşlam dininde Allah’ın emri olduğu için yapılmaktadır.

Fakat Hac merkezlerine ulaşım için gerekli araçlar, konaklama, yiyecek-içecek hizmetlerinde kullanılan turistik ürünler ve Hac ve umre seyahatlerinin yetkili acentalar ve organizatörler tarafından yapılması Haccın inanç turizmi içinde değerlendirilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Dinsel açıdan ise Haccın turizm kapsamında değerlendirilemeyeceği görüşü savunulmaktadır. Diyanet İşleri Başkanlığı Haccın iki ayağının olması gerektiğini ve bunlardan birini turizm hizmetlerinin yer aldığı seyahat ve konaklama, diğerinin ise ibadet olduğunu ve Haccın dini, manevi ve ruhani kısmının önemli olduğunu dile getirmektedir (Küçük, 2013: 109).

Hacca katılanlar ile turistlerin ayrımı konusunda pek çok farklı görüş olsa da, bu iki tür arasında ayrım yapmak oldukça zor görülmektedir (Shuo ve diğlerleri, 2009: 582). Turizm bakış açısıyla değerlendirme yapıldığında Hac da diğer turizm hareketlerinde olduğu gibi nüfus hareketliliğine neden olmakta, ticari ve kültürel değiş tokuşu ve politik bütünleşmeleri desteklemektedir (Collins-Kreiner, 2010a: 441). Turizm endüstrisi Hac etkinliğine katılanlar ile turistlerin birbirinden ayrılmaması gerektiğini savunmaktadır. Çünkü bu iki grup da destinasyona varmak için kullandığı ulaşım sistemlerinde, otellerde, restoranlarda, alışveriş merkezlerinde ve inanç merkezlerinde yaptıkları harcamalarla ekonomik gelişime katkı sağlamaktadırlar (Collins-Kreiner, 2010b: 156; Stefko ve diğlerleri, 2015: 425). Ayrıca turistler de gittikleri yerlerde dini yapıları ziyaret etmektedirler. Yani Hac ile turizm arasında çok yönlü etkileşim bulunmaktadır (Küçük, 2013: 102). Bu durum da

inanç amacıyla seyahat eden Hacılar ile turistler arasında bir ayırım yapılamayacağını göstermektedir.

2.5. Dünyada Yer Alan Hac Merkezleri ve Hac Seyahatleri

Farklı dinlere göre Hac hareketlerinde birbirinden farklı ritüeller gerçekleştirildiği gözlemlenmektedir. Bu farklılıkların temel nedeni, kimi dinlerde Hac gönüllü bir faaliyet olarak görülürken, kimi dinlere göre ise Haccın zorunlu tutulmasıdır. Musevilikte Hac, her erkeğin yılda üç kere gerçekleştirmesi gereken bir seyahattir (Boboc, 2010: 126). Müslümanlıkta Hac İslam'ın beş şartından biridir ve fiziksel ve maddi gücü yeterli olan her kadın ve erkeğin ömrü boyunca en az bir kez Hacca gitmesi zorunlu tutulmaktadır (Delaney, 1990: 517). Hristiyanlıkta ise Hac zorunlu bir ibadet değildir ve özünde gönüllülük barındırmaktadır (Küçük, 2013: 119; Boboc, 2010: 127). Kadın ve erkeklerin Hacca katılımlarında da farklılıklar yaşanmaktadır. Musevilikte kadınlar ve çocuklar Hacca gitmekten muaf tutulmuştur (Küçük, 2013: 112). Müslümanlıkta kadınlar, mahremi (yakın akrabadan olduğu için nikâh düşmeyen kişiler) olmadan Hacca gidememektedirler (Koçak, 2013: 78). Hristiyan Haccında ise kadınlara yönelik bir yasaklama ya da kısıtlamaya rastlanmamaktadır. Dinlerarası farklılıklar Hacca katılanların sayılarını da doğrudan etkilemektedir. Hristiyan Haccına katılanların çoğunluğu kadinken, Mekke'de Müslüman Haccına katılanların çoğunluğunu erkekler oluşturmaktadır (Shuo ve diğerleri, 2009: 582).

Haccın gönüllü veya zorunlu olması, cinsiyete göre katılım koşulları dışında da farklı dinlere göre farklı kutsal kabul edilen destinasyonlar ve ritüeller bulunmaktadır. Hristiyanlıkta Hac dönemleri, bu din için kutsal kabul edilen tarihlerden olan Noel (Hz. İsa'nın doğumu), Meryem Ana'nın göğe yükseliş günü (15 Ağustos), Yaslı Cuma (Hz. İsa'nın haça geriliş günü), Paskalya (Hz. İsa'nın yeniden dirilişi) ve Pentikost (Hasat bayramı) zamanları olarak kabul edilmektedir (Erbaş, 2002: 119; Küçük, 2013: 112). Özellikle İsa'nın doğup yaşadığı yer olan Kudüs, Hristiyan Haccı açısından büyük öneme sahiptir. Kudüs'ün yanında Beytullahim ve Nasıra da Hristiyan Haccı için gidilmesi gereken ve 2. yy.'dan bu yana Hacı olmak isteyenlerin seyahat gerçekleştirdikleri destinasyonlardır (Collins-Kreiner ve Kliot, 2000: 55).

Görüldüğü gibi çok eski dönemlerden beri insanlar Hacı olmak amacıyla “Kutsal Toprak” olarak adlandırılan bölgeye seyahatler gerçekleştirmektedirler. Özellikle 5. yy.’ da Roma’nın Hristiyanlığı kabul etmesi ile seyahatler artsa da bölgenin bir dönem Müslümanların hakimiyetine girmesi ile tekrar düşüşler yaşanmıştır (Arslantaş, 2013: 39). Her üç semavi din için de büyük öneme sahip olan Filistin’e yönelik Hristiyanların Hac amacıyla yaptıkları seyahatler Osmanlı İmparatorluğu’nun çöküş dönemi ile birlikte tekrar artmıştır (Bar ve Cohen-Hattab, 2003: 130). Hristiyanlık için önemli tarihlerde Kudüs ve çevresine başta olmak üzere, Roma’ya, Fransa’ya (Lourdes ve Rue de Bac bölgeleri), İspanya’ya (Santiago de Compostela) Fatima bölgesine, dünyanın farklı yerlerinde Hristiyan tarihi için önemli olan pek çok mekana, Hz. Meryem, havariler, aziz ve azizelere atfedilmiş kilise ve merkezlere yönelik Hac amaçlı seyahatler gerçekleşmektedir (Küçük, 2013: 118; Erbaş, 2002: 119; Fleischer, 2000: 313). Kutsal Toprağa yönelik seyahatlerde çoğunluğu Roma Katolikleri ve Protestanlar oluşturmaktadır (Collins-Kreiner ve Kliot, 2000: 55). Bölgeye gelen 3,5 milyondan fazla turistin %21’i ise tamamen Hac amacıyla Kutsal Topraklara seyahatler gerçekleştirmektedir (Israel Ministry of Foreign Affairs, 2015).

Musevi inancında Hac Müslümanlıkta olduğu gibi temel farz ibadetlerden biri olarak kabul edilmektedir (Küçük, 2013: 112). Yahudi dini Kudüs’ün önemine odaklanmıştır (Collins-Kreiner, 2006: 72). Yahudilikte erkekler yılda üç kez Kudüs’te yer alan Süleyman Mabedi ’ne yönelik Hac seyahatleri gerçekleştirmektedirler (Kaynak ve Sezgin, 2008: 354). Süleyman Mabedi yıkılmış olsa da Mabel’den geriye kalan batı duvarı “Ağlama Duvarı” olarak günümüzde Musevilik için ana Hac merkezi olarak kabul edilmektedir (Küçük, 2013: 116). Ağlama Duvarı’na giden inananlar dua etme, yemin etme, istekte bulunma ve taşların arasına not kağıtları ile isteklerini yazma ritüellerini gerçekleştirmektedirler (Collins-Kreiner, 2010c: 261). Hac seyahatlerinin tarihleri ise dini anlamda önem taşıyan Mayasız Bayramı, Hasat Bayramı ve Ürün Devşirme Bayramı dönemlerinde gerçekleştirilmektedir (Küçük, 2013: 113). Süleyman Mabedi dışında Hz. İbrahim’in Kenan’da konakladığı yer olan Şekem, kamp kurduğu Beytel ve Hobron, belirli bir zaman geçirdiği Berşeba, Rahel Mezarlığı ve Atababalar Mağarası ve kutsal kişilere

ait pek çok mezar da dini açıdan önemli olan destinasyonlardandır (Collins-Kreiner, 2006: 73; Küçük, 2013: 112).

Seyahat Müslümanlar için tarihsel ve dini önemi olan bir hareket olarak görülmektedir (Henderson, 2011: 543). İslam dini her zaman Müslümanları dini yerlere yönelik seyahatlere özendirilmektedir. Bunun nedeni seyahat aracılığıyla Tanrı'ya yaklaşabildiği ve Tanrı'nın büyüklüğünü daha iyi kavrayabilmelerini sağlayacağına yönelik inanışlardır (Günlü ve Okumuş, 2010: 223; Henderson, 2011: 543). Hz. Muhammet'in "İlim Çin'de de olsa arayınız" hadisi de Müslümanlık için seyahatin ne denli önemli olduğunu kanıtlar niteliktedir (Günlü ve Okumuş, 2010: 223).

Müslümanlıkta en önemli seyahat hareketi Hac seyahatleridir. Hac, hem Hz. Muhammed'in hem de Hz. İbrahim'in yaşadığı dönemlerde gerçekleşen önemli dinsel olayların yaşandığı kutsal mekanları kapsamaktadır (Delaney, 1990: 516, Henderson, 2011: 544, Küçük, 2013: 120). Hz. İbrahim'e uzanan önem, M.Ö. 2000'li yıllarda eşi Hz. Hacer ve oğlu İsmail'i Tanrı'nın isteği ile çölde bırakmasına dayanmaktadır. Mucizevi bir şekilde su kaynağı bulup hayatta kalan ikilinin yaşadıklarının unutulmaması için Tanrı tarafından bir tapınak yapılması istenmiştir. Bu tapınak Müslümanlık için büyük öneme sahip olan Kabe'dir (Henderson, 2011: 544). Hz. Muhammed'in yaşadığı döneme yönelik önem ise Mekke'de yaşayan halkın Muhammed'in ilettiği mesajları kabul etmemesi ve onu Mekke'den göçe zorlamaları ile başlamaktadır. Mekke'den Medine'ye yapılan hicretten bir süre sonra Hz. Muhammed Mekke'ye geri dönmüş ve cennetten geldiğine inanılan kara taşı Kabe'ye yerleştirmiştir. Hz. Muhammed açısından Hac, eve yolculuktur (Delaney, 1990: 516).

Hac İslam dininin beş şartından biridir ve zorunlu bir ibadet olarak kabul edilmektedir. Maddi gücü yeterli, akıl sağlığı yerinde, buluş çağına girmiş olan her Müslüman'ın ömründe en az bir kez Hacca gitmesi farz olarak kabul edilmektedir (Küçük, 2013: 120, Günlü ve Okumuş, 2010: 223). Haccın en önemli kazanımı yardımlaşmayı, paylaşmayı ve fedakarlığı geliştirip, ben duygusu yerine biz duygusunu inananlara yaymaktır (Küçük, 2013: 121). Müslümanlığın kutsal kitabı Kuran-ı Kerim'de yer alan Hac suresi, Hac seyahatlerinin Müslümanlık için önemini

ve yapılması gerekenleri detaylı şekilde açıklamaktadır. Özellikle Hac suresinin 26-27- 28 ve 29. ayetleri Hac ile ilgili bilgiler vermektedir. Bu ayetlere göre;

“26. Bir zamanlar İbrahim'e Beytullah'ın (Kabe) yerini hazırlamış ve (ona şöyle demiştik): Bana hiçbir şeyi eş tutma; tavaf edenler, ayakta ibadet edenler, rükû ve secdeye varanlar için evimi temiz tut.

27, 28. İnsanlar arasında Haccı ilân et ki, gerek yaya olarak, gerekse nice uzak yoldan gelen yorgun argın develer üzerinde, kendilerine ait bir takım yararları yakînen görmeleri, Allah'ın kendilerine rızık olarak verdiği kurbanlık hayvanlar üzerine belli günlerde Allah'ın ismini anmaları (kurban kesmeleri için) sana (Kâbe'ye) gelsinler. Artık ondan hem kendiniz yiyin, hem de yoksula, fakire yedin.

29. Sonra kirlerini gidersinler; adaklarını yerine getirsinler ve o Eski Ev'i (Kâbe'yi) tavaf etsinler” (Diyanetvakfi.org, 2017).

Müslümanlık inanışında farklı mezhepler bulunmaktadır. Sünni inanışı Hz. Muhammed'i peygamber olarak kabul etmekte olup, nüfus yoğunluğu bakımından en büyük oran bu mezhebe aittir. Müslümanların %10-15'i ise Şii mezhebine inanmaktadır (Henderson, 2011: 544). Hac merkezleri de farklı mezheplere göre değişkenlik göstermektedir. Şii mezhebine inananlar için kutsal olarak görülen ve Hac olarak kabul edilen yerler İmamların ve İmamzade olarak adlandırılan imamların akraba ve yakınlarının mezar yerleridir (Pourtaheri ve diğerleri, 2012: 123). Bu mezar yerlerinin çoğu İran, Irak, Suudi Arabistan ve Suriye'de yer alırken, Pakistan ve Türkiye'de de önemli merkezler bulunmaktadır (Pourtaheri ve diğerleri, 2012: 123; Henderson, 2011: 544).

Sünni mezhebinde kutsal kabul edilen merkezler Mekke ve Medine'dir. Diğer dinlerde farklı farklı Hac merkezleri olmasına rağmen, Müslümanlığı diğer dinlerden ayıran önemli bir özellik, Haccın sadece Mekke'de yapılmasıdır. Çünkü Müslümanlıkta Hac gerçekleştirmek için en layık yer Kabe olarak kabul edilmektedir (Küçük, 2013: 120). Ayrıca Mekke'nin Müslümanlık için bu denli önemli olmasının bir diğer nedeni ise, hem Hz. İbrahim'in hem de Hz. Muhammed'in hayatlarının en

önemli olaylarını bu kentte yaşamalarıdır (Delaney, 1990: 516). Mekke ve Medine kentleri Suudi Arabistan'da yer almakta olup, ülkeyi ziyaret eden kişilerin %55'i Hac için bu destinasyona seyahatler gerçekleştirmektedir (Özşahin, 2012: 2). Her yıl 2 milyondan fazla Müslüman Hac görevini gerçekleştirmek için Suudi Arabistan'a seyahatler gerçekleştirmektedir. Talebin günden güne artması, Suudi Arabistan hükümetinin ülkelere Hac için kota uygulaması başlatmasına neden olmuştur (Günlü ve Okumuş, 2010: 223).

Müslümanlıkta Hac, İslami ay takviminin on ikinci, yani son ayının 9 ila 13. günleri arasında yapılmaktadır (Henderson, 2011: 544). Yani Zilhicce ayında kutlanan Kurban Bayramı zamanında Hac seyahatleri gerçekleştirilmektedir (Özkan, 2009).

Hac seyahatleri öncesi ve sonrası pek ritüeller yapılmaktadır. Öncelikle Hac seyahatine çıkacak kişi günahlarından tövbe etmekte ve tüm borçlar ödenmektedir (Küçük, 2013: 122). Ayrıca Hacca gidecek kişiler komşu, akraba ve tanıdıklarına yemek vermektedirler (Delaney, 1990: 518). Hacca başlangıç Mekke yakınlarında yer alan Mikat'ta ihrama girmek yani Hac için gerekli kıyafetleri giymek ile başlamaktadır (Küçük, 2013: 123). Hac görevini yerine getirmek için kişiler Mekke'de yer alan Kabe'ye, Safa ve Merve tepelerine, Mina'ya ve Arafat'a gitmektedirler (Küçük, 2013: 124; Henderson, 2011: 544). Ayrıca Haccın zorunlu gidilecek yerleri dışında Hacılar Medine'de yer alan Hz. Muhammed'in kabrini ve camiisini ziyaret etmektedirler (Henderson, 2011: 545).

Haccın her Müslüman için yeterli koşullar sağladığı takdirde farz olmasına rağmen, gayrimüslimlere yönelik farklı uygulamalar bulunmaktadır. Gayrimüslimler İslami kurallara uyduğu müddetçe Suudi Arabistan'a seyahat edebilmektedirler. Fakat turistik amaçla da olsa Kâbe ve Hz. Muhammed'in mezarına seyahat gerçekleştirmeleri yasaktır (Tekin, 2014: 759). Ayrıca Hac döneminde kutsal şehirlere gayrimüslimlerin girişine izin verilmemektedir (Henderson, 2011: 545).

2.6. Etkinlik Turizmi ve İnanç Turizmi Paradoksu: Hac Seyahatlerinin Turizm Yazınındaki Yeri

Tez çalışmasının birinci ve ikinci bölümünde yer alan tanımlamalardan ve sınıflandırmalardan yola çıkıldığında, Hac seyahatlerinin etkinlik turizmi başlığında sanatsal ve kültürel etkinlikler içerisinde yer aldığı, inanç turizminde ise en önemli seyahat türü olarak Hac seyahatlerinin değerlendirildiği görülmektedir. Etkinlik turizmi yazını incelendiğinde Hac amaçlı yer değiştirme hareketlerinin, tarihin en eski etkinlik turizmi kapsamlı seyahat türlerinden biri olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Aynı şekilde inanç turizmi yazınında da Hac seyahatlerinin inanç turizminin başlangıcı olduğu görülmektedir. Bu kapsamda Hac seyahatlerinin içinde yer aldığı inanç etkinlikleri, hem inanç turizmi hem etkinlik turizmi başlıkları altında incelenmektedir. Aşağıda yer alan sınıflandırmalarda bu iki türün bir arada değerlendirildiği görülmektedir.

İnanç turizmini ortaya çıkaran etmenler;

- Dini yerleri ziyaret,
- Kutsal kentleri ziyaret,
- Dini toplantılara katılma,
- Dini törenlere katılma,
- Dini anıları ziyaret olarak sınıflandırılmaktadır (Kaynak ve Sezgin, 2008: 350).

Shackley (2003: 161) inanç temelli faaliyetlerin gerçekleştirildiği destinasyonları beş başlıkta sınıflandırmaktadır. Bu sınıflandırmaya göre inanç faaliyetleri;

- Doğal fenomenlerde (kutsal göller, dağlar, adalar ve korular)
- Özünde dini bir amaç için inşa edilmiş yapı ve alanlarda,
- İnançsal teması bulunan yapılarda,
- Dini önemi olmayan alanlarda gerçekleştirilen özel inanç etkinliklerinde,

- Bir trajedi yaşanması nedeniyle kutsallaştırılmış ya da siyasi önemi olan etkinliklerde gerçekleştirilmektedir.

Nolan ve Nolan (1992: 4) ise Avrupa inanç sistemini üçe ayırmaktadır. Buna göre dini cazibeler, Hac süresince ziyaret edilen tapınak ve türbeler (turistik ve turistik olmayan) ve inanç festivalleri inanç turizmin kaynakları olarak belirtilmiştir.

Yine Kıbrıs Turizm Örgütü (CTO)'ne göre inanç turizmi çekim merkezleri Hac mabetleri, inanç alanları ve inanç festivalleri olarak üç kategoriye ayrılmaktadır (Shuo ve diğerleri, 2009: 582).

Bu sınıflandırmalardan da anlaşılacağı gibi dini törenlere, toplantılara, inanç festivallerine katılmak ve Hac görevini yerine getirmek inanç etkinlikleridir ve bu etkinlikler inanç turizminin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır.

Turizm yazınında inanç etkinliklerini inanç turizminden ayıran en büyük fark, inanç etkinliklerinde var olan zaman faktörü olarak değerlendirilmektedir. Belirli kutsal zamanlarda, kutsal yerlere inanç güdüsü ile ziyaret gerçekleştiren kişiler, inanç etkinliğine katılmış sayılmaktadırlar (Wong ve diğerleri, 2013: 230). İnanç etkinlikleri ve inanç festivalleri genellikle bir takvim yılına yada ay takvimine göre tekrarlanan kutlamalardır (Esposito ve diğerleri, 2014). Bu zaman faktörü, pek çok turizm türünün etkinlik turizmi içerisinde değerlendirilmesine neden olmaktadır. Bu da sınıflandırmada ortaya çıkan karmaşayı açıklamaktadır. Belirli zamanlarda tekrarlanan ve özel günlerde kutlanan her faaliyetin etkinlik turizmi kapsamında değerlendirilmesi durumunda inanç turizmi, spor turizmi, kültür turizmi ve iş amacıyla gerçekleştirilen MICE (Toplantı, teşvik, kongre ve sergi) turizmi sınıflandırmalarında karmaşa ortaya çıkmaktadır.

Tüm bu değerlendirmeler ışığında araştırma sorunsalı belirlenmiştir. Etkinlik turizmi ve inanç turizminde inanç etkinlikleri konusunda ortaya çıkan paradoksu çözmek için Müslümanların Kurban Bayramı arifesinde gerçekleştirdikleri Hac seyahatleri turizm yazınında yapılan sınıflandırmalarda yer alan iki turizm türünden etkinlik turizmi mi inanç turizmi mi olarak değerlendirilmelidir sorusuna cevap aranmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın üçüncü kısmında hem turizm yazını

derinlemesine incelenmiş, hem de Hac seyahatleri konusunda uzman olan ve çalışma alanı Hac olan kişilerle yapılan mülakatlar ile varolan paradoksa yönelik çözüm önerilere ulaşılmıştır.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ETKİNLİK TURİZMİ VE İNANÇ TURİZMİ PARADOKSU: TURİZM YAZININDA İNANÇ ETKİNLİKLERİNİN KAVRAMSAL ANALİZİ VE KONUMLANDIRILMASINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

3.1. Araştırma

Araştırmanın iki kısmı bulunmaktadır. İlk kısım inanç etkinliklerinin turizm yazınındaki yerini anlamak amacıyla yapılan Bibliyometrik Analiz kısmıdır. İkinci kısımda ise yüz yüze mülakatlar gerçekleştirilmiş ve mülakatlar içerik analizi ile yorumlanmıştır. Yüz yüze mülakatlar Etkinlik Turizmi ve İnanç Turizmi konularında uzman akademisyenlerle, Hac seyahati düzenleyen acentalarla ve konu ile doğrudan ilgisi bulunan devlet kurumlarıyla (Turizm Bakanlığı, Kültür Turizm İl Müdürlüğü, Diyanet İşleri Başkanlığı ve Müftülük temsilcileri) yapılmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde araştırmanın amacı, önemi, yöntemi, sınırlılıkları ve araştırma bulguları ve bu bulguların değerlendirmesi yer almaktadır.

3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Turizm yazınında pek çok kavram iç içe geçmiş durumdadır. Alternatif turizm türlerinin büyük çoğunluğunda ortaya çıkan bu karmaşa, inanç turizmi ve etkinlik turizminde de ortaya çıkmaktadır. Etkinlik turizmi yazınında bir seyahatin etkinlik kabul edilebilmesi için belli bir zamanda tekrarlanması ve belli bir tarihi olması gerekmektedir. İnanç turizmi türleri içinde ise dini törenlere, festivallere katılma ve Hac görevini yerine getirme başlıkları yer almaktadır. Böylelikle inanç amacıyla belli tarihlerde gerçekleştirilen seyahatlerin her iki turizm türü içerisinde de değerlendirildiği, yazın taraması sonucu ortaya konulmuştur. Yapılan araştırma ile Hac seyahatlerinin hangi başlık altında değerlendirilmesi gerektiğini bulmak amaçlanmaktadır.

Yapılan araştırmalar neticesinde, araştırma sorusu olarak belirlenen;

“Müslümanların Kurban Bayramı arifesinde gerçekleştirdikleri Hac seyahatleri turizm yazınında yapılan sınıflandırmalarda büyük öneme sahip iki turizm türünden etkinlik turizmi mi inanç turizmi mi olarak değerlendirilmelidir?”

sorusuna yanıt aramak, söz konusu araştırmanın temel amacıdır.

Hac seyahatlerinin seçilmesinin nedeni, hem etkinlik turizminde hem de inanç turizminde dünyanın en eski ve en büyük seyahat hareketi kabul edilmesi, seyahatlere katılanların ve sirkülasyonun çok olması ve Müslümanlık inancına göre İslam’ın şartlarından biri olmasıdır. Turizm yazınında Hac seyahatlerinin doğru konumlandırılması, yazında karşılaşılan sorunu ortadan kaldıracaktır. Araştırma daha önce değerlendirilmemiş bir problemi ortaya koymakta ve turizm yazınına farklı bir bakış açısı kazandırma çabasıyla önem teşkil etmektedir.

3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırmanın evrenini, konu ile ilgili paydaşlar (İnanç turizmi ve Etkinlik turizmi araştırmaları yapan akademisyenler, Dinler tarihi araştırmaları yapan akademisyenler, Hac konusunda araştırma yapan akademisyenler, Diyanet tarafından belirlenmiş Hac seyahati düzenleme yetkisine sahip olan seyahat acentaları yetkilileri, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı yetkilileri, Diyanet İşleri Başkanlığı yetkilileri, İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü yetkilileri, İzmir Müftülüğü yetkilileri) oluşturmaktadır. Bu paydaşlardan 47 kişiyle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler sırasında kişilere, yöneltilen sorulara verilecek yanıtların sadece araştırma amacı ile kullanılacağı ve bu bulgular yorumlanırken herhangi bir şekilde isim / soy isim / kurum adının kullanılmayacağı ifade edilerek bilgilendirme yapılmıştır.

Yapılan görüşmelerde birincil verilere ulaşmak amaçlanmaktadır. Yani alanında yetkin kişilerin konu hakkındaki görüşleri öğrenilmek istenmektedir.

Araştırmada acenta ve kamu yetkilileri dışında mülakatlar gerçekleştirilen akademisyenlerden sekizi yabancı ülkelerde bu araştırmaya konu olan alanda çalışan akademisyenlerdir. Türk ve yabancı akademisyen sayısının homojen olarak dağılmaması araştırmanın sınırlılığdır. Araştırmanın Türkiye’de yürütülmesi

nedeniyle Kamu kurumları ve acentalarda sadece Türk çalışanlarla görüşmeler yapılabilmektedir. Yüz yüze mülakat yönteminin kullanılması, yabancıların görüşlerini almada sınırlılıklar yaratmıştır. Ayrıca daha önceden inanç turizmi ve etkinlik turizminde karşılaşılan paradoksa yönelik yapılmış bir çalışma olmadığından, içerik analizinde elde edilen bulgularla yazının karşılaştırılmasında zorluk yaşanmaktadır. Elde edilen bulgular, inanç turizmi ve etkinlik turizmini yazınında yer alan tanımlar ve sınıflandırmalar ve bibliyometrik analiz ile ortaya konulan bulgular ile karşılaştırılmaktadır.

3.4 Araştırmanın Metodolojisi

Yapılan araştırmada iki farklı analiz tekniği kullanılmıştır. Analizlerden ilki nicel araştırma tekniklerinden bibliyometrik analizdir. Turizm yazınında Hac seyahatlerinin yerini belirlemek için bibliyometrik analize başvurulmuştur. Bibliyometrik analiz *“Matematiksel ve istatistiksel tekniklerle, yayımlanmış dergi, kitap, vb. bilimsel bilgi paylaşım araçlarının incelenmesinde kullanılan yöntem”* olarak tanımlanmaktadır (Diodato, 1994’den aktaran Evren ve Kozak, 2012: 250). Bu kapsamda ulusal ve uluslararası veri tabanlarında taranan ve Hac seyahatlerini bir turizm türü olarak değerlendiren tüm makaleler incelenmiştir. Bu analizi yapmadaki amaç, Hac seyahatlerine yönelik Türkiye’de ve dünyada genel geçer bir sınıflandırma olup olmadığının belirlenmesi, yazında Hac seyahatlerinin hangi turizm türü altında değerlendirildiğinin ortaya çıkarılması ve yapılan araştırmanın çeşitlendirilmesidir. Araştırmalarda yöntem çeşitlemesi, aynı araştırma sorusunu yanıtlamaya yönelik farklı araştırma tekniklerinin ve yöntemlerinin kullanılması ile gerçekleştirilmektedir (Türnüklü, 2001: 9).

Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden bibliyometrik analizin yanısıra, nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırma uygulanmasının nedeni, konu ile ilgili benzer bir çalışma olmaması nedeniyle nicel ölçeklerin var olmayışı ve uzman kişilerle yapılan yüz yüze görüşmelerin daha objektif sonuçlar ortaya koyacağının düşünülmesidir. Nitel araştırma yöntemlerinden “yüz yüze görüşme tekniği” kullanılmakta olup, konu ile doğrudan ilgisi bulunan kişilere mülakat sorusu yönlendirilmektedir. Örneklem seçiminde amaçlı örneklem yöntemi uygulanmıştır. Amaçlı örneklem yöntemi, zengin bilgiye sahip kişilerden

elde edilen verilerin analizi ile gerçekleştirilmektedir. Araştırmada amaçlı örneklem tekniklerinden “ölçüt örnekleme” tekniği seçilmiştir. Ölçüt örneklemede belli niteliklere sahip, temel nitelikleri karşılayan kişilere açık uçlu sorular yönlendirilmektedir (Büyüköztürk ve diğerleri, 2016). Bu tekniğin seçilme nedeni, Hac seyahatleri konusunda kapsamlı bilgiye sahip kişilerden elde edilen verilerin, varolan paradoksu çözmede daha büyük bir katkı sağlayacağını düşünülmesidir.

Araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır. Bu tekniğin uygulanma nedeni, soruların önceden belirlenmesine rağmen yeni bilgiler doğrultusunda ek sorular sorulmasına olanak vermesi ve bu sayede kişilerden istenilen detaylı bilgilerin alınabilmesidir (Kozak, 2014b: 90).

Görüşme yapılan kişilere beş adet demografik, bir adet açık uçlu soru yönlendirilmiştir. Açık uçlu sorunun oluşturulmasında etkinlik turizmi için Getz ve Wicks (1993), Kozak ve Bahçe (2009) ve Getz (1997) tanımlarından, etkinlik turizmi sınıflandırmaları için Ritchie ve Crouch (2005) ve Getz (1997) sınıflandırmalarından, inanç etkinlikleri için Esposito ve diğerleri (2014) ve Çelik (2009) tanımlarından; inanç turizmi için Stefko ve diğerleri (2015) ve Vukonic (1996) tanımlarından ve inanç turizmi sınıflandırmaları için Nolan ve Nolan (1992) ve Kaynak ve Sezgin (2008) sınıflandırmalarından faydalanılmıştır. Araştırmada öncelikle etkinlik turizmi ve inanç turizmi konularında uzman beş adet akademisyenle pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışma sonucunda eksik olan sınıflandırmalar araştırmaya eklenmiş ve anlam karmaşasına neden olan tanımlar daha açıklayıcı bir şekilde detaylandırılmıştır.

Yapılan yüz yüze görüşmeler neticesinde elde edilen veriler “içerik analizi” ile yorumlanmıştır. İçerik analizinde, toplanan verileri açıklayan kodlara ve bu kodları içeren temalara ulaşmak amaç edinilmektedir. Bu amaçla, görüşme, gözlem ya da dokümanlar yoluyla elde edilen araştırma verileri dört aşamada analiz edilmektedir. Bu aşamalar şu şekilde sıralanmaktadır (Huberman ve Miles, 2002: 148);

- Verilerin kodlanması,
- Temaların bulunması,

- Kodların ve temaların düzenlenmesi,
- Bulguların tanımlanıp ve yorumlanması

Nitel bir araştırmada, verilerin toplanması aşamasının ardından içerik analizi yapılmaya başlandığında, ilk olarak araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliğine dikkat edilmesi gerekmektedir. İçerik analizinin güvenilirliği büyük ölçüde kodlama işlemine bağlı olmaktadır (Bilgin, 2006: 16).

Kodlama işlemine bağlı olan güvenilirlik, daha çok kodlayıcıların ve kodlama kategorilerinin güvenilirliği ile ilgili olmaktadır. Kodlayıcının güvenilirliği, farklı kodlayıcıların aynı metni aynı şekilde kodlamalarını ya da aynı kodlayıcıların aynı metni farklı zamanlarda aynı şekilde kodlamalarını gerektirmektedir. Kategorilerin güvenilirliği ise, bu kategorilerin açık-seçik olmaları ile bağlantılı olmaktadır (Bilgin, 2006: 16). Geçerlik ise verilerin gerçekten ölçülmek isteneni ölçüp ölçmediği ile ilgili olmaktadır (Carmines ve Zeller, 1979: 17’den aktaran Günlü ve diğerleri, 2009: 219).

Yapılan araştırmanın geçerliğinin ve güvenilirliğinin ölçülmesi için iki bağımsız akademisyen seçilmiş, yapılan görüşme metinlerinden elde edilen verilerle kodları oluşturmaları ve temalar altında sıralamaları istenmiş, oluşturdukları yüzdeler ile araştırmacının oluşturduğu kod ve tema yüzdeleri karşılaştırılmış, farklılıklar ise görüş birliğine varılarak bulgulara yansıtılmıştır. Araştırmacı ve bağımsız akademisyenler geçerlik için ise “içerik geçerliğini” temel almıştır (Bilgin, 2000: 13). Araştırma 2016 yılının Ekim, Kasım ve Aralık aylarında yapılmış olup, görüşmeler 35 dakika ila 45 dakika arasında gerçekleştirilmiştir.

3.5. Araştırma Verilerinin Analizi ve Değerlendirilmesi

3.5.1. Bibliyometrik Analiz

Ulusal ve uluslararası veri tabanlarından Hac seyahatlerini turizm türü altında inceleyen 102 adet makaleye ulaşılmıştır. Aşağıda yer alan Tablo 11’de bu makalelerin her birinde Hac seyahatlerinin hangi turizm türünde değerlendirildiği görülmektedir.

Tablo 11: Yazında Yer Alan Hac Seyahatleri Araştırmalarına Yönelik Bibliyometrik Bir Analiz

Makalenin Yazarı	Makalenin adı	Yılı	Dergi Adı	Türü
Graburn, N.	The Anthropology of Tourism	1983	Annals of Tourism Research	Etkinlik Turizmi
Jackowski, A.	Polish Pilgrim-Tourists	1992	Annals of Tourism Research	İnanç Turizmi
Nolan, M.L., Nolan, S.	Religious Sites as Tourism Attractions in Europe	1992	Annals of Tourism Research	İnanç Turizmi /Etkinlik Turizmi
Rinschede, G.	Forms of Religious Tourism	1992	Annals of Tourism Research	İnanç Turizmi
Eade, J.	Pilgrimage and Tourism at Lourdes, France	1992	Annals of Tourism Research	İnanç Turizmi
Ahmed, Z.	Islamic pilgrimage (Hajj) to Ka'aba in Makkah (Saudi Arabia): an important international tourism activity	1992	Journal of Tourism Studies	Etkinlik Turizmi
Vukonić, B.	Medjugorje's Religion and Tourism Connection	1992	Annals of Tourism Research	İnanç Turizmi
Gibson, H. J.	Sport Tourism: A Critical Analysis of Research	1998	Sport Management Review	Etkinlik Turizmi
Sizer, S.R.	The Ethical Challenges of Managing Pilgrimages to The Holy Land	1999	International Journal of Contemporary Hospitality Management	İnanç Turizmi

Titon, J. T.	"The Real Thing": Tourism, Authenticity, and Pilgrimage among the Old Regular Baptists at the 1997 Smithsonian Folklife Festival	1999	Music, Travel, and Tourism	Etkinlik Turizmi
Collins-Kreiner, N., Klot, N.	Pilgrimage Tourism in The Holy Land: The Behavioural Characteristics of Christian Pilgrims	2000	GeoJournal	İnanç Turizmi
Fleischer, A.	The Tourist Behind The Pilgrim in The Holy Land	2000	Hospitality Management	İnanç Turizmi
Vukonic, B.	Religion, Tourism and Economics: A Convenient Symbiosis	2002	Tourism Recreation Research	İnanç Turizmi
Digance, J.	Pilgrimage at Contested Sites	2003	Annals of Tourism Research	İnanç Turizmi
Barriga, M.D.	Materialism and Sensuality: Visualizing the Devil in the Festival of Our Lady of Urkupin	2003	Visual Anthropology	Etkinlik Turizmi
Uriely, N., Israeli, A., Reichel, A.	Religious Identity And Residents' Attitudes Toward Heritage Tourism Development: The Case Of Nazareth	2003	Journal of Hospitality & Tourism Research	İnanç Turizmi
Gibson H.J., Willming, C., Holdnak, A.	Small-Scale Event Sport Tourism: Fans As Tourists	2003	Tourism Management	Etkinlik Turizmi
Askew, M., Cohen, E.	Pilgrimage and Prostitution: Contrasting Modes of Border Tourism in Lower South	2004	Tourism Recreation Research	İnanç Turizmi

	Thailand			
Singh, S.	Religion, Heritage and Travel: Case References from the Indian Himalayas	2004	Current Issues in Tourism	İnanç Turizmi
Lankford, S. V., Dieser R. B., Walker, G. J.	Self-Construal and Pilgrimage Travel	2005	Annals of Tourism Research	İnanç Turizmi
Sharpley,R., Sundaram, P.	Tourism: a Sacred Journey? The Case of Ashram Tourism, India	2005	International Journal of Tourism Research	İnanç Turizmi
Collins-Kreiner, N., Gatrell J.D.	Tourism, Heritage and Pilgrimage: The Case of Haifa's Bahá'í Gardens	2006	Journal of Heritage Tourism	İnanç Turizmi
Gatrell,J.D., Collins-Kreiner, N.	Negotiated Space: Tourists, Pilgrims, and The Bahá'í Terraced Gardens in Haifa	2006	Geoforum	İnanç Turizmi
Sargin, S.	Yalvaç'ta İnanç Turizmi	2006	Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	İnanç Turizmi
Collins-Kreiner, N.	Graves as Attractions: Pilgrimage-Tourism to Jewish Holy Graves in Israel	2007	Journal of Cultural Geography	İnanç Turizmi
Hashim, N.H., Murphy, J., Hashim, N. M.	Islam and Online Imagery on Malaysian Tourist Destination Websites	2007	Journal of Computer-Mediated Communication	İnanç Turizmi
Badone, E.	Pilgrimage, tourism and The da Vinci code at LesSaintes-Maries-De-La-Mer, France	2008	Culture and Religion	Etkinlik Turizmi
Belhassen, Y., Caton, K., Stewart, W.P.	The Search For Authenticity In The Pilgrim Experience	2008	Annals of Tourism Research	İnanç Turizmi

Ruback, R.B., Pandey, J., Kohli, N.	Evaluations of a Sacred Place: Role and Religious Belief at The Magh Mela	2008	Journal of Environmental Psychology	Etkinlik Turizmi
Terzidou, M., Stylidis, D., Szivas, E.M.	Residents' Perceptions of Religious Tourism and its Socio-Economic Impacts on the Island of Tinos	2008	Tourism and Hospitality Planning & Development	İnanç Turizmi
Getz, D.	Event tourism: Definition, Evolution, and Research	2008	Tourism Management	Etkinlik Turizmi
Weidenfeld, A. Ron, A. S.	Religious Needs in the Tourism Industry	2008	An International Journal of Tourism and Hospitality Research	İnanç Turizmi
David, M., Moo-Hyung, C.	The Burgeoning of the Baekdu-daegan Trail into a New Religious-Pilgrimage Tourism Asset of South Korea	2008	DBPIA	İnanç Turizmi
Mackellar, J.	Dabblers, Fans and Fanatics: Exploring Behavioural Segmentation at a Special-Interest Event	2008	Journal of Vacation Marketing	Etkinlik Turizmi
Gallarza, M. G., Arteaga, F., Floristán, E., Gil, I.	Consumer Behavior in A Religious Event Experience: An Empirical Assessment of Value Dimensionality Among Volunteers	2008	International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research	İnanç Turizmi /Etkinlik Turizmi
Shuo, Y.S., Ryan, C., Liu, G.	Taoism, Temples and Tourists: The Case of Mazu Pilgrimage Tourism	2009	Tourism Management	İnanç Turizmi

Maclean,K.	Seeing, Being Seen, and Not Being Seen: Pilgrimage, Tourism, and Layers of Looking at the Kumbh Mela	2009	CrossCurrents	Etkinlik Turizmi
Andriotis, K.	Sacred Site Experience A Phenomenological Study	2009	Annals of Tourism Research	İnanç Turizmi
Josan,I.	Pilgrimage – A Rudimentary Form Of Modern Tourism	2009	GeoJournal of Tourism and Geosites	İnanç Turizmi
Ron, A.S.	Towards A Typological Model of Contemporary Christian Travel	2009	Journal of Heritage Tourism	İnanç Turizmi
Cochrane, J.	Spirits, Nature and Pilgrimage: The “Other” Dimension in Javanese Domestic Tourism	2009	Journal of Management, Spirituality & Religion	İnanç Turizmi
Collins-Kreiner, N.	Pilgrimage Holy Sites: A Classification of Jewish Holy Sites in Israel	2009	Journal of Cultural Geography	İnanç Turizmi
Collins-Kreiner, N.	The Geography of Pilgrimage and Tourism: Transformations and Implications for Applied Geography	2010	Applied Geography	İnanç Turizmi
Collins-Kreiner, N.	Current Jewish Pilgrimage Tourism: Modes and Models of Development	2010	Tourism/Preliminary Communication	İnanç Turizmi
Collins-Kreiner, N.	Researching Pilgrimage Continuity and Transformations	2010	Annals of Tourism Research	İnanç Turizmi

Olsen, D. H.	Pilgrims, Tourists and Max Weber's "Ideal Types"	2010	Annals of Tourism Research	İnanç Turizmi
Getz, D.	The Nature And Scope of Festival Studies	2010	International Journal of Event Management Research	Etkinlik Turizmi
Shinde, K.A.	Entrepreneurship and Indigenous Entrepreneurs in Religious Tourism in India	2010	International Journal of Tourism Research	İnanç Turizmi
Simone-Charteris, M.T., Boyd, S. W.	The Development of Religious Heritage Tourism in Northern Ireland: Opportunities, Benefits and Obstacles	2010	Tourism	İnanç Turizmi
Triantafillidou, A., Koritos, C., Chatzipanagiotou, K., Vassilikopoulou, A.	Pilgrimages: The "Promised Land" For Travel Agents?	2010	International Journal of Contemporary Hospitality Management	İnanç Turizmi
Karar, A.	Impact of Pilgrim Tourism at Haridwar	2010	Anthropologist	İnanç Turizmi
Sofield, T.H.B., Mei, F., Li, S.	Historical Methodology and Sustainability: An 800- year-old Festival From China	2010	Journal of Sustainable Tourism	Etkinlik Turizmi
Sofield, T.H.B.	Sports Tourism: From Binary Division to Quadripartite Construct	2010	Journal of Sport & Tourism	Etkinlik Turizmi
Henderson J.C.	Religious Tourism and Its Management: The Hajj in Saudi Arabia	2010	International Journal of Tourism Research	İnanç Turizmi

Shinde, K. A.	Managing Hindu Festivals in Pilgrimage Sites: Emerging Trends, Opportunities, and Challenges	2010	Event Management	Etkinlik Turizmi
Shinde, K.A.	Entrepreneurship and Indigenous Entrepreneurs in Religious Tourism in India	2010	International Journal of Tourism Research	İnanç Turizmi
Güzel, F. Ö.	Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Yeni Bir Dinamik: İnanç Turizmi	2010	Vizyoner Dergisi	İnanç Turizmi
Hyde, K.F., Harman, S.	Motives for a Secular Pilgrimage to The Gallipoli Battlefields	2011	Tourism Management	İnanç Turizmi /Etkinlik Turizmi
Henderson, J. C.	Religious Tourism and Its Management: The Hajj in Saudi Arabia	2011	International Journal of Tourism Research	İnanç Turizmi
Norman, A., Johnson, M.	World Youth Day: The Creation of a Modern Pilgrimage Event for Evangelical Intent	2011	Journal of Contemporary Religion	Etkinlik Turizmi
Tewari, S., Khan, S., Hopkin, N., Srinivasan, N., Reicher S.	Participation in Mass Gatherings Can Benefit Well-Being: Longitudinal and Control Data from a North Indian Hindu Pilgrimage Event	2012	PLOS	Etkinlik Turizmi
Vijayanand, S.	Socio-Economic Impacts In Pilgrimage Tourism	2012	International Journal of Multidisciplinary Research	İnanç Turizmi

Pourtaheri, M., Rahmani, K., Ahmadi, H.	Impacts of Religious and Pilgrimage Tourism in Rural Areas: The Case of Iran	2012	Journal of Geography and Geology	İnanç Turizmi
Shinde, K. A.	Place-Making and Environmental Change in a Hindu Pilgrimage Site in India	2012	Geoforum	İnanç Turizmi
Hornng-Jinh, C., Kuo-Yan, W., Chun-Ying, S.	The Ageing Pilgrimage Tourist: Role of Local Accessible Tourism Development	2012	African Journal of Business Management	İnanç Turizmi
Drule, A. M., Chiş, A., Bacila, M. F., Ciornea, R.	A New Perspective of Non-Religious Motivations of Visitors To Sacred Sites: Evidence From Romania	2012	Procedia - Social and Behavioral Sciences	İnanç Turizmi
Fernandes, C., Pimenta, E., Gonçalves, F., Rachão, S.	A New Research Approach For Religious Tourism: The Case Study of The Portuguese Route To Santiago	2012	International Journal of Tourism Policy	İnanç Turizmi
Shinde, A. K.	Policy, Planning, And Management for Religious Tourism in Indian Pilgrimage Sites	2012	Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events	İnanç Turizmi
Başer, F., Başçı, A.	İnanç Turizmi Kapsamında Aziz Pavlus Evinin Önemi Ve Tanıtım Faaliyetlerine İlişkin Ziyaretçi Görüşlerinin Değerlendirilmesi	2012	Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	İnanç Turizmi

Özşahin, E.	İnanç Turizmi Ve Jeomorfoloji İlişkisine Bir Örnek: Mekke (Suudi Arabistan)	2012	Akademik Bakış Dergisi	İnanç Turizmi
Güzel, F. Ö.	Türkiye’deki Hristiyan Pazarı Değerlerinin Analizi ve İnanç Tabanlı Pazarlama Kapsamında Bu Değerlerin İlgili Pazarlara İletilmesi	2012	Mediterranean Journal of Humanities	İnanç Turizmi
Özgen, N.	Siirt’in İnanç Turizmi Mekânları: Ziyaret (Veysel Karani) ve Tillo (Aydınlı) Örnekleri	2012	Eastern Geographical Review	İnanç Turizmi
Lopez, L.	How Long Does the Pilgrimage Tourism Experience to Santiago de Compostela Last?	2013	International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage	İnanç Turizmi
Svoboda, J., Šalgovičová, J., Polakovič, A.	Religion and Tourism in Slovakia	2013	European Journal of Science and Theology	İnanç Turizmi
Gregory, B., McIntosh, A.M., Zahra, A. L.	Tourism and Spirituality: A Phenomenological Analysis	2013	Annals of Tourism Research	İnanç Turizmi
Hughes, K., Bond, N., Ballantyne, R.	Designing and Managing Interpretive Experiences at Religious Sites: Visitors’ Perceptions of Canterbury Cathedral	2013	Annals of Tourism Research	İnanç Turizmi
Wong, C. U.I., McIntosh, M. A. Ryan, C.	Buddhism and Tourism Perceptions of The Monastic Community At Pu-Tuo-Shan, China	2013	Annals of Tourism Research	İnanç Turizmi

Hanandeh, A. E.	Quantifying The Carbon Footprint of Religious Tourism: The Case of Hajj	2013	Journal of Cleaner Production	İnanç Turizmi
Kresic, D., Mikulic, J., Milicevic, K.	The Factor Structure of Tourist Satisfaction at Pilgrimage Destinations: the Case of Medjugorje	2013	International Journal of Tourism Research	İnanç Turizmi
Olsen, D. H.	A Scalar Comparison of Motivations and Expectations of Experience within the Religious Tourism Market	2013	International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage	İnanç Turizmi
Gallarza, M. G., Arteaga, F., Gil-Saura, I.	The Value of Volunteering in Special Events: A Longitudinal Study	2013	Annals of Tourism Research	Etkinlik Turizmi
Küçük, M. A.	Din - Turizm İlişkisi Çerçevesinde Yahudilikte, Hristiyanlıkta Ve İslamiyette Hac Uygulamasına Genel Bakış	2013	Dini Araştırmalar	İnanç Turizmi
Soydan, E., Şarman, N.	Mardin ve Şırnak İllerindeki Süryanilere Ait Dini Yapıların Kültür (ve İnanç) Turizmi Potansiyeli	2013	The Journal of Academic Social Science Studies	İnanç Turizmi
Kaya, F., Cankül, D., Demirci, B.	Türkiye'nin Önemli İnanç Turizmi Merkezlerinden Biri: Akdamar Kilisesi	2013	KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi	İnanç Turizmi

Yeşil, M. M.	The Social Media Factor In The Development and Promotion of Religious Tourism	2013	Turkish Studies	İnanç Turizmi
Kurmanaliyeva, Rysbekova, S., Duissenbayeva, A., Izmailov, I.	Religious Tourism as a Sociocultural Phenomenon of The Present "The Unique Sense Today is a Universal Value Tomorrow. This is The Way Religions are Created And Values are Made."	2014	Procedia - Social and Behavioral Sciences	İnanç Turizmi
Cheng, T. M., Chen, M.T.	Image Transformation for Mazu Pilgrimage and Festival Tourism	2014	Asia Pacific Journal of Tourism Research	Etkinlik Turizmi
Bond, N., Packer, J., Ballantyne, R.	Exploring Visitor Experiences, Activities and Benefits at Three Religious Tourism Sites	2014	International Journal of Tourism Research	İnanç Turizmi
Buzinde, C. N., Kalavar, J. M., Kohli, N., Navarrete, D. M.	Emic understandings of Kumbh Mela pilgrimage experiences	2014	Annals of Tourism Research	İnanç Turizmi
Eykay, İ., Dalgın, T., Çeken, H.	İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Antakya'nın Potansiyelinin Değerlendirilmesi	2014	Journal of Life Economics (JLE)	İnanç Turizmi
Santos, X. M.	Pilgrimage and Tourism at Santiago de Compostela	2015	Tourism Recreation Research	İnanç Turizmi

Štefko, R., Királ'ová, A., Mudrík, M.	Strategic Marketing Communication in Pilgrimage Tourism	2015	Procedia - Social and Behavioral Sciences	İnanç Turizmi
Nyaupane, G.P., Timothy, D.J., Poudel, S.	Understanding Tourists in Religious Destinations: A Social Distance Perspective	2015	Tourism Management	İnanç Turizmi
Cristea, A.A., Apostol, M. S., Dosescu, T.	The Role of media in Promoting Religious Tourism in Romania	2015	Procedia - Social and Behavioral Sciences	İnanç Turizmi
Estela, M. R.	Religious Tourism versus Secular Pilgrimage: The Basilica of La Sagrada Família	2015	International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage	İnanç Turizmi
Şen, L. M., Zengin, B., Taş, M.	Hac ve Umre Organizasyonlarında Müşteri Memnuniyeti: Sakarya İli Alan Araştırması	2015	Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi	İnanç Turizmi
Eşitti, B., Kıngır, S.	Konya İli Örneğinde Kalkınma ve İnanç Turizmi	2015	Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi	İnanç Turizmi
Getz, D., Page, S. J.	Progress and Prospects for Event Tourism Research	2016	Tourism Management	Etkinlik Turizmi
Collins-Kreiner, N.	Dark Tourism as/is Pilgrimage	2016	Current Issues in Tourism	İnanç Turizmi
Koçyiğit, M.	The Role of Religious Tourism in Creating Destination Image: The Case of Konya Museum	2016	International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage	İnanç Turizmi
Çifçi, İ., Akova, O.	İnanç Turizmi Kapsamında Hacı Bektaş Veli Dergâhına	2016	Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi	İnanç Turizmi

	Yönelik Bir Araştırma			
Eren, İ.	Kur'an'da Turizm: Doğal ve Tarihi Mekânların Önemi	2016	Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi	İnanç Turizmi

Tablo 11’de, 1983-2016 yılları arasında yayınlanan makaleler incelendiğinde bulgular yaşanan karmaşayı ortaya koymaktadır. Tablo 12’de bibliyometrik analizin sayısal bulgularına ulaşılmaktadır.

Tablo 12: Bibliyometrik Analiz Bulguları

Turizm Türü	Makale Sayısı	Oran
İnanç Turizmi	79	77,45%
Etkinlik Turizmi	21	20,59%
İnanç Turizmi ve Etkinlik Turizmi	2	1,96%
Toplam	102	100,00%

Yapılan analiz sonuçlarına göre Hac seyahatlerini bir turizm türü altında değerlendiren 102 makalenin büyük çoğunluğunda Hac seyahatleri, inanç turizmi kapsamında incelenmiştir. Makalelerin %77,45’i Hac seyahatlerini inanç turizmi, %20,59’u etkinlik turizmi ve %1,96’sı ise hem inanç hem etkinlik turizmi olarak değerlendirdiği bulgusuna ulaşılmaktadır. Yani tablodan da anlaşılacağı gibi turizm yazınında Hac seyahatleri tam olarak belirli bir başlık altında konumlandırılamamıştır. Elde edilen bu bulgu, yazın taramasında ortaya çıkan karmaşayı destekler niteliktedir. Yapılan bibliyometrik analiz, içerik analizinde yer alan araştırma bulguları ile karşılaştırılmaktadır. Böylece araştırma sorusuna yönelik farklı tekniklerin ve yöntemlerin kullanımı ile gerçekleştirilen yöntem çeşitlendirmesi sağlanmış olmakta ve geçmişten günümüze konu ile ilgili oluşan bilgi ağı, uygulanan yöntemler ile değerlendirilmekte ve sorgulanmaktadır.

3.5.2. İçerik Analizi

3.5.2.1. Demografik Özellikler

Araştırmaya katılanların demografik özellikleri Tablo 13’de görüldüğü gibidir. Buna göre görüşülen kişilere cinsiyet, yaş, uyruk, eğitim durumu ve mesleğe yönelik beş adet demografik soru yöneltilmiştir.

Tablo 13: Demografik Özellikler

		Akademisyen	Acenta	Kamu	Toplam	Oran
YAŞ	20-30	3	1	3	7	%14,9
	31-40	12	5	6	23	%48,9
	41-50	6	-	2	8	%17
	51-60	2	2	-	4	%8,5
	61-70	3	2	-	5	%10,6
	Toplam	26	10	11	47	%100
		Akademisyen	Acenta	Kamu	Toplam	Oran
CİNSİYET	Kadın	5	2	3	10	%21,3
	Erkek	21	8	8	37	%78,7
	Toplam	26	10	11	47	%100
		Akademisyen	Acenta	Kamu	Toplam	Oran
UYRUK	T.C.	18	10	11	39	%83
	İngiltere	2	-	-	2	%4,25
	Hindistan	2	-	-	2	%4,25
	ABD	1	-	-	1	%2,1

	BAE	1	-	-	1	%2,1
	Yunanistan	1	-	-	1	%2,1
	Mısır	1	-	-	1	%2,1
	Toplam	26	10	11	47	
		Akademisyen	Acenta	Kamu	Toplam	Oran
EĞİTİM DURUMU	İlköğretim	-	-	-	-	-
	Lise	-	3	-	3	%6,4
	Lisans	-	7	7	14	%29,8
	Yüksek Lisans	4	-	2	6	%12,8
	Doktora	22	-	2	24	%51,1
	Toplam	26	10	11	47	%100
		Akademisyen	Acenta	Kamu	Toplam	Oran
MESLEK	Ö.Ü-Turizm İşletmeciliği	11	-	-	11	%23,4
	Ö.Ü-Turizm ve Kültürel Miras	2	-	-	2	%4,25
	Ö.Ü-Turizm Rehberliği	2	-	-	2	%4,25
	Ö.Ü-Dinler Tarihi	4	-	-	4	%8,5
	Ö.Ü-Din Eğitimi	1	-	-	1	%2,1
	Ö.Ü-Din Sosyolojisi	1	-	-	1	%2,1
	Ö.Ü-İnanç	1	-	-	1	%2,1

	Çalışmaları					
	Ö.Ü-Eski Yakın Doğu Tarihi	1	-	-	1	%2,1
	Arş. Gör. Turizm İşl.	2	-	-	2	%4,25
	Arş. Gör. Rehberlik	1	-	-	1	%2,1
	Acenta Müdürü	-	4	-	4	%8,5
	Hac-Umre Organizatörü	-	3	-	3	%6,4
	Enformasyon Memuru	-	3	-	3	%6,4
	Müftülük- Din Hiz. Müdürü	-	-	1	1	%2,1
	İslami İlimler Fakülte Sekreteri	-	-	1	1	%2,1
	İl Kültür Turizm Şube Müdürü	-	-	1	1	%2,1
	Hac ve Umre Hiz. Şube Müdürü	-	-	1	1	%2,1
	Turizm Danışma Bürosu Şube Müdürü	-	-	1	1	%2,1

	Kültür ve Turizm Bakanlığı Uzmanı	-	-	4	4	%8,5
	Kültür ve Turizm Bakanlığı Uzman Yrd.	-	-	1	1	%2,1
	Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretmeni	-	-	1	1	%2,1
	Toplam	26	10	11	47	%100

Demografik bulgular incelendiğinde, katılımcıların yaş aralığının 20-70 arasında olduğu ve %48,9 oranında 31-40 arası yaş aralığında yoğunluk gösterdiği, cinsiyete göre erkek katılımcıların %78,7’lik bir oran ile kadınlardan daha yoğun katılım gösterdiği, %83 oranında Türk katılımcıya karşın %17 oranında yabancı ile görüşmeler gerçekleştirildiği, eğitim durumunda ise en yoğun katılımın %51,1 ile doktora mezunları olduğu bulgularına ulaşılmaktadır. Eğitim düzeyinin bu denli yüksek olması, araştırmada akademisyenlerle yapılan mülakatların sayıca fazlalığı nedeniyle ortaya çıkmaktadır. İlköğretim mezunlarının örneklem içerisinde yer almaması nedeniyle tabloda oran olarak temsil edilmemektedir. Meslek grupları açısından değerlendirildiğinde yoğunluğun akademisyenlerden oluştuğu gözlemlenmektedir. Akademisyenlerin uzmanlık alanlarında, kamu yetkililerinin çalıştığı kurumlarda ve görevlerinde çeşitlilikler gözlemlenmektedir. Meslek gruplarında en büyük yoğunluk Turizm İşletmeciliği bölümlerinde görev yapan öğretim üyeleridir.

3.5.2.2. Mülakat Bulguları

Mülakat yapılan kişiler akademisyen, acenta çalışanı ve kamu çalışanı olarak gruplandırılmıştır. Gruplandırmalara göre kişilerin Hac seyahatlerini hangi turizm türünde değerlendirdikleri Tablo 14’de verilmektedir.

Tablo 14: Hac Seyahatlerinin Turizm Türüne Göre Sınıflandırılması

Turizm Türleri	Akademisyen	Acenta	Kamu	Toplam	Oran
İnanç Turizmi	13	8	6	27	57,4%
Etkinlik Turizmi	4	0	2	6	12,8%
İnanç Turizmi ve Etkinlik Turizmi	6	1	1	8	17%
Hiçbiri	3	1	2	6	12,8%
Toplam	26	10	11	47	100%

Yapılan araştırmada, katılımcıların büyük çoğunluğunun (%57,4) Hac seyahatleri inanç turizmi kapsamında değerlendirdiği bulgusuna ulaşılmaktadır. Bu oranı %17 ile her iki turizm türüne de uygun bulanlar, %12,8 oranında etkinlik turizmi olarak değerlendirilmesi gerekliliğini savunanlar ve %12,8 ile Hac seyahatlerinin turizm olarak değerlendirilmemesi gerektiği düşünenler takip etmektedir.

Araştırmada elde edilen oranlar sonrasında her turizm türü içerisinde yer alma nedenlerine yönelik bulgular ayrı ayrı analiz edilmiştir. Bu kapsamda “inanç turizmi”, “etkinlik turizmi”, “hem inanç hem etkinlik turizmi” ve “herhangi bir turizm türü olarak değerlendirilmemeli” diyen görüşmeciler için ayrı ayrı analizler yapılmıştır. Aşağıda yer alan Tablo 15, Tablo 16, Tablo 17 ve Tablo 18’de tüm değerlendirmeler detaylı şekilde görülmektedir.

Tablo 15: Hac Seyahatlerini İnanç Turizmi Olarak Değerlendiren Katılımcıların İçerik Analizi

Temalar ve Kodlar	Frekans	Oran
Hac seyahatleri inanç turizmidir.		
İslam'ın şartı (farz ibadet)	19	%70,37
Kutsal yer ziyareti	12	%44,4
İslam dinine ait ritüel	10	%37,03
İbadet amaçlı	13	%48,14
Dini amaç/güdü/motivasyon/saik*	21	%77,7
Dini duygularla seyahat	2	%7,4
Çekicilik için çabaya gerek olmaması	9	%33,3
Ziyaretçi kotası	5	%18,51
İçsel huzur	3	%11,1
Manevi tatmin	3	%11,1
Seyahatin başlangıcı	4	%14,81
İnanç anlamında uzmanlık gerektirme	1	%3,7
Allaha karşı görev	1	%3,7
Zorlu/meşakatli bir seyahat	4	%14,81
Saygı amaçlı seyahat	1	%3,7
Sevap kazanmak	1	%3,7

* Sebep, güdü

Yapılan yüz yüze görüşmeler içerik analiz ile incelendiğinde, ayrı ayrı değerlendirilen üç meslek grubunda da cevapların yoğunlukla “inanç turizmi” olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Hac seyahatlerini inanç turizmi türü olarak değerlendirenlerin %77,7’ si “seyahat amacının /güdüsünün /motivasyonunun /saikinin dini (inançsal) olması” nedeniyle bu şekilde sınıflandırılması gerektiği görüşünü desteklediği görülmektedir.

Görüşme yapılan kişilerden temel amacın dini olması nedeniyle inanç turizmi sayılması gerektiğine yönelik katılımcı 15 tarafından yapılan değerlendirme aşağıda yer almaktadır.

“Hac ibadetinin dini yönü dışında sosyal, ekonomik ve kültürel yönleri de bulunmaktadır. Ekonomik yönü açısından Hac ibadetinin yapıldığı destinasyon dışından gelen bireylerin o yerde konaklama, yeme/içme ve ulaşım ihtiyaçlarını karşılama zorunluluğu vardır. Bu anlamıyla dini bir vazifeyi yerine getirmek amacıyla olan birey, aynı zamanda turist tanımında belirtilen şartları da yerine getirmektedir. Bu bağlamda da zorunlu bir ibadeti dini amaç ve duygularla yerine getirirken aynı zamanda turizm faaliyetlerini de gerçekleştirmektedir. İnanç temelinde ve dini duyguların baskın olduğu ibadet temelli turizm faaliyetleri inanç turizmi olarak ifade edilmelidir”.

Bir diğer yüksek oran %70,37 ile “Hac seyahatlerinin İslam’ın bir şartı olduğu” için inanç turizmi kapsamında değerlendirilmesi gerektiği bulgusudur. Elde edilen kod ile ilgili katılımcı 22 tarafından yapılan önemli bir yorum aşağıda yer almaktadır.

“Her dini organizasyonda geçerli olmasa da Hac organizasyonu, yani Hacca gitmek İslam’ın beş şartından birisi olduğu için inanç turizmi kapsamında düşünülmelidir. Tabi ki inanç turizmi kapsamında seyahat edilen veya dahil olunan her organizasyonun bir zorunluluğu bulunmamaktadır. Ancak etkinlik turizmi kapsamındaki uygulamalarla kıyaslandığında bu önemli bir ipucu olarak görülebilir. Çünkü etkinlik turizmi kapsamındaki uygulamaların hiç birinde böylesine güçlü bir zorunluluk bulunmamaktadır”.

Elde edilen bulguların büyük çoğunluğu “inanç, maneviyat, iç huzur” gibi içsel amaçlarla yapılan seyahatlerin inanç turizmi kapsamında değerlendirilmesi gerektiğine yöneliktir. Bu kapsamda görüşme yapılan kişilerden %48,14’ü “ibadet yapma amacıyla” seyahat gerçekleştirildiğinden, %44,4’ü gidilen “yerin kutsal olduğundan”, %37,03’ü seyahatin “İslam dinine ait ritüelleri gerçekleştirmek için yapıldığından”, %7,4’ü “dini duygularla seyahat edildiğinden”, %11,1’i seyahatin “içsel huzur için yapıldığından”, %11,1’i “manevi tatmin sağladığından”, %3,7’si “Haccın Allah’a karşı yapılması gereken bir görev olmasından”, %3,7’si “saygı amaçlı seyahatler olmasından” ve %3,7’si “Hac seyahatlerinin sevap kazanmak için yapılmasından” dolayı inanç turizmi kapsamında değerlendirilmesi gerektiğini dile getirmektedirler.

Yapılan görüşmelerde bazı farklı bulgulara da ulaşılmıştır. Etkinlik turizminin tanımlarında yer alan destinasyonların çekiciliğini artırmaya yönelik faaliyetler ifadesi, katılımcıların %33,3’ü tarafından Hac merkezlerine uygun bulunmamıştır. Katılımcılar Müslüman Hac merkezleri olan Mekke ve Medine’nin “çekiciliğinin artırılmasına ihtiyaç olmadığını” savunmaktadırlar. Bölgenin yüz yıllardır Hac döneminde milyonlarca Müslüman tarafından ziyaret edilmesi, destinasyonun çekici olduğunun göstergesidir. Ayrıca bu yoruma ek olarak katılımcıların %18,51’i talebin fazla olması nedeniyle Suudi Arabistan’ın Hac için ülkelere kota koyduğunu belirtmektedirler. Bu kapsamda katılımcı 27 tarafından yapılan yorum, katılımcıların çekicilik ve “kota uygulaması” ile ilgili değerlendirmelerini açıklamaktadır.

“Yeni üretilmiş bir etkinlik olursa, bu faaliyet etkinlik turizmi olarak değerlendirilebilir. Ama Hac zaten vardı ve insanlar orda hiç bir şey olmasa bile ziyaretler gerçekleştiriyordu. Bölgenin ekstra bir çekiciliğe ihtiyacı yoktu. Etkinlik turizmi başka nedenler, motivasyonlar olmadan, sonradan üretilmiş bir etkinlik için insanlar geliyorsa bir turizm çeşididir, örneğin; İstanbul’daki Rock’n Coke festivali gibi. İspanya’da da domates festivali var, aslında bir kökeni var ama zamanla ziyaretçi çekim unsuru yaratmak için turistik ürün haline dönüştürülüyor. Normalde var olan kültürel etkinlik, yerini etkinlik turizmine bırakıyor. Ziyaretçi çekiyor. Hacda artık kota bile uygulanıyor, kaldırmıyor, bölgenin dikkat çekmeye ihtiyacı

yok, otellerin hizmet kalitesi uygulamalarına bile gerek yok. İnsanlar geliyor. Bu yüzden de Hac, etkinlik turizmi değil inanç turizmi olarak değerlendirilmeli”.

“Hac inanç turizmi kapsamında değerlendirilmelidir” görüşünde olan katılımcılardan %14,81’i “seyahatin zorlu/meşakkatli olduğuna” değinerek yine farklı bir bulguya ulaşılmasına neden olmuştur. Katılımcı 5’in yaptığı yorum, elde edilen bulgunun daha net anlaşılmasını sağlamaktadır.

“Biz insanları deniz kum güneş turizmi, kültür turizmi, etkinlik turizmi gibi boş zaman faaliyetlerine değil, büyük bütçelerle, çoğunlukla ilerleyen yaşlarında ve zorlu olan bir seyahat götürüyoruz. Örneğin kişiler belli saatte, Arife günü, Arafat’ta olmalı ki Hacı olabilesinler. Arafat’ta hasta, baygın ya da uyku halinde olsanız bile Hacı olabiliyorsunuz. Sadece orda bulunmanız yeterli, bu yüzden ziyaret amacıyla, gezi amacıyla çıkılan seyahatlerden farklıdır. Bu tarz seyahatlere sağlıklı insanlar katılmaz. Fakat Hacda sağlığı yerinde olmasa bile insanlar, hastalık yaşlılık dinlemeden seyahat ediyorlar. Bu yüzden de inanç turizmi olarak değerlendirilmelidir”.

Elde edilen tüm bu bulgulara ek olarak katılımcıların %14,81’i “Hac seyahatlerinin turizmin başlangıcı” olduğundan ve %3,7’si ise bu “seyahatlerin inanç anlamında uzmanlık gerektirmesinden” dolayı inanç turizmi olarak değerlendirilmesi gerektiğini desteklediği bulgularına ulaşılmıştır.

Tablo 16: Hac Seyahatlerini Etkinlik Turizmi Olarak Değerlendiren Katılımcıların İçerik Analizi

Temalar ve Kodlar	Frekans	Oran
Hac seyahatleri etkinlik turizmidir.		
Belirli zamanının olması	6	%100
Belirli mekânda yapılması	3	%50
Kutlama/anma yapılması	2	%33,3
İnanç amaçlı etkinlik	2	%33,3

Yapılan mülakatlara katılan katılımcılardan %12,8'i Mekke ve Medine'ye Hac amacıyla gerçekleştirilen seyahatlerin etkinlik turizmi kapsamında değerlendirilmesi gerektiği bulgusunu desteklemektedir. Bu kapsamda yapılan analizler sonucunda dört farklı yoruma ulaşılmıştır. Ulaşılan yorumlar "Hac seyahatleri etkinlik turizmidir" kodu altında dört temada incelenmektedir.

Hac seyahatlerini etkinlik turizmi türü olarak değerlendirenlerin tümü yani %100'ü, Hac seyahatlerinin "belirli zamanının olması" nedeniyle etkinlik turizmi olarak sınıflandırılması gerektiği görüşünü desteklediği görülmektedir. Bu oranı %50'lik bir yoğunlukla Hac faaliyetlerinin "belirli mekânda yapılması" takip etmektedir. Biri Müslümanlığa diğeri ise Hindu dinine ait katılımcı 30 ve katılımcı 32 tarafından yapılan değerlendirmede zaman ve mekân faktörünün önemi vurgulanmaktadır.

"İslam'ın şartlarından biri Hac Mekke-i Mükreme'de bulunan Kâbe'yi ve onun civarındaki mübarek yerleri, kendine mahsus zaman içinde ve tayin edilen şekilde ziyaret etmektir. Haccın geçerli olmasının şartları belirli bir zamanda ve belirli mekanda gerçekleştirilmiş olmasıdır. Örneğin Hac sırasında kurban kesme Ebu Hanîfe'ye göre vacip olup Hac suresinin 28. Ayetine göre "Allah'ın onlara rızık

olarak verdiği hayvanları belli günlerde kurban ederken, O'nun adını ansınlar." buyrulmuştur. Belli günler kurban kesme günleridir. Arafat'ta vakfeyi Arife gününün zeval vaktinden bayramın ilk gününün sabahı şafak söküne kadar yapmak gerekmektedir. Etkinlik turizmi de belirli zaman ve mekânda yapılma gerekliliği getirdiği için, Hac seyahatleri etkinlik turizmidir".

"Sadece dini önemi olan bir mekânı ziyaret etmek inanç turizmi olurken, aynı yer ya da tapınakta bir vesileyle kutlamalar yapılıyor ve kişi bu kutlamalara katılıyorsa bu etkinlik turizmi olur. Hindistan'ın Mathura kentindeki Krishna tapınağı, yıl boyunca Hacılara açıktır ve Lord Krishna'ya saygıyı göstermek için tapınağa yapılan ziyaretler sunulan destekleyici hizmetlerle inanç turizmi olarak sınıflandırılabilir; Janmashtami sırasında Krishna' nın doğum gününü kutlamak amacıyla bir hafta boyunca Tapınağa yapılan ziyaretler ise etkinliktir ve ziyaret, etkinlik turizmi olarak kategorize edilebilir".

Katılımcıların %33,3'ü Hac seyahatleri sırasında "kutlama ve anma yapıldığı" için etkinlik turizmi olarak değerlendirirken, %33,3'ü ise Hac seyahatlerinin "inanç amaçlı etkinlik turizmi faaliyeti" olduğunu dile getirmektedir. Etkinlik turizmi kavramını daha kapsayıcı bulan katılımcı 29 ve katılımcı 28'den elde edilen aşığıdaki iki yorum, bu değerlendirmeye yönelik önemli bir bakış açısidir.

"Hac seyahatleri, daha geniş ve kavrayıcı bir kavram olan etkinlik turizmi başlığı altında inanç etkinlikleri içinde incelenmelidir. İnanç turizminin genel açıklamasında bir dine ait kutsal yerlere yönelik yapılan seyahatlere ve bu bölgelerde gerçekleştirilen ayinlere katılmak şeklinde gerçekleştirilirken, herhangi bir zaman kısıtından bahsedilemez. Bu durumda Umre seyahatlerinin inanç turizmi başlığında incelenmesi uygundur. Fakat Hac seyahatleri inanç etkinlikleri tanımına çok daha yakındır. Umre ve Hac kavramları birbirinden farklı uygulamalardır. Bu yüzden turizm türü olarak ve tanım olarak da birbirlerinden farklı olmalıdırlar".

"Kurban bayramında farz bir ibadet olan Hac ibadetini gerçekleştirmek amacıyla Kâbe ve çevresinin ziyaret edilmesi Müslümanların inancı gereği yaptıkları bir etkinliktir. Burada "inanç gereği yapılan bir etkinlik" cümlesi sorunun cevabını verebilecek niteliktedir. Aslen burada iki farklı terimi ayırmak yerine şöyle bir

ifadenin daha mantıklı olacağını düşünüyorum. Hac ibadeti inancımız gereği olan bir etkinlik turizmidir. Yani Hac turizmi “inanç etkinliğidir.”

Tablo 17: Hac Seyahatlerini İnanç Turizmi ve Etkinlik Turizmi Olarak Değerlendiren Katılımcıların İçerik Analizi

Temalar ve Kodlar	Frekans	Oran
Hac seyahatleri inanç ve etkinlik turizmidir.		
İki türün kesişimi	3	%37,5
İnanç turizmi kapsamında yürütülen etkinlik/ alt küme	3	%37,5
Turizm sınıflandırmalarının homojen olmayışı	2	%25
Farklı turizm sınıflandırmalarına uygunluk	2	%25
Talep yönlü inanç, arz yönlü inanç ve etkinlik	1	%12,5
Dini amaçla, belirli zamanda	1	%12,5
Motivasyon türüne göre iki türe de uygunluk	2	%25

Katılımcıların %17’si Hac seyahatlerinin “hem inanç turizmi hem de etkinlik turizmi” olarak değerlendirilmesini doğru bulmaktadır. Bu kapsamda belirlenen “Hac seyahatleri inanç ve etkinlik turizmidir” kodunun altında yedi adet koda ulaşılmıştır. Katılımcıların değerlendirmelerinin farklı olması, diğer kodlarda görülen belli yorumlarda yoğunlaşmanın bu kod için geçerli olmadığını göstermektedir. Genel olarak iki turizm türünün uygunluğu üzerinde durulmuştur. En büyük uygunluk %37,5’lik oranla “her iki turizm türünün kesişimi” olduğu ve “inanç turizmi kapsamında yürütülen etkinlik/ alt küme” olduğuna yönelik değerlendirmelerdir. Hac

seyahatlerinin her iki türün kesişimi olduğu değerlendirmesini yapan bir akademisyenin (Katılımcı 42) görüşü aşağıda yer almaktadır.

“İnanç turizmi ve inanç etkinlikleri tanımlarında kesişen noktalar bulunmaktadır. Hac seyahatleri belirli nitelikleri taşıdığı takdirde inanç etkinliği olarak düşünülebilir. Tüm Hac seyahatleri inanç turizmi içerisindedir, ancak her Hac seyahati inanç etkinliği değildir. Bu bağlamda Müslümanların Hac seyahati hem inanç etkinliği hem de inanç turizmi içerisinde, yani örtüşmenin olduğu alanda, kesişimde kalmaktadır”.

Etkinlik turizmini inanç turizminin alt kümesi olarak değerlendiren görüşmecilerden katılımcı 45’in açıklayıcı yorumu aşağıda yer almaktadır.

“Hac ziyaretleri, tek başına inanç turizmi ya da etkinlik turizmi kapsamında değerlendirilmelidir yargısına ulaşmak bence doğru değildir. Bu durumda, Hac seyahatleri göz önüne alındığında bu seyahatler inanç turizminin altında yer alan etkinlik turizmi, yani bir alt kümedir. Etkinlik turizminin genel bir olgu içerisindeki özel bir duruma yönelik olduğuna dikkat çekmek istiyorum. Yani Hac ziyaretleri, inanç turizminin sınırları içerisinde gerçekleştirilen bir etkinlik turizmi faaliyetidir”.

Katılımcılardan elde edilen bulgular doğrultusunda gerçekleştirilen ayrımların turizm sınıflandırmalarına göre yapıldığı bulgusuna ulaşılmıştır. Katılımcıların %25’i “turizm sınıflandırmalarının homojen olmaması” nedeniyle böyle bir karmaşanın yaşandığı görüşüne sahiptir. Yine %25’lik bir oranda katılımcı “farklı turizm sınıflandırmalarına göre her iki türün de uygun olacağı” yorumunda bulunmuştur. Bu kapsamda katılımcı 47 tarafından yapılan yorum, değerlendirmeyi daha açık bir şekilde ortaya koymaktadır.

“Meyveler nasıl sınıflandırılır ve kırmızı elmanın bu sınıflandırmadaki yeri nedir? Sert/yumuşak kabuklu, tatlı/ekşi, çekirdekli/çekirdeksiz, ağaçta yetişen/yerde yetişen...vb. belki sonsuz farklı sınıflandırma yapılabilir. Farklı sınıflandırmalara göre cevap verildiğinde elma çok farklı tanımlanabilir. Turizmde de farklı ayrımlar ve sınıflandırmalar yapmak mümkündür, amaçlarına göre turizm türleri, katılımcı sayısına göre turizm türleri, sosyo-ekonomik duruma göre turizm türleri, katılımcı

yaşlarına göre turizm türleri vb. gibi. Buna göre bu sınıflandırmaya etkinliğin türüne göre turizm çeşitleri eklenirse kavram karmaşası ortadan kalkar. Böylece farklı bir sınıflandırma ile bu turizm türleri ele alınabilir. Hac seyahatleri de farklı sınıflandırma yapılırsa hem inanç hem de etkinlik turizmi olarak değerlendirilir ve her iki tür içerisinde yer alabilir”.

Yapılan araştırma bulgularına göre katılımcıların %25’i “seyahatin motivasyon türüne göre iki türe de uygun olacağını” dile getirmiştir. Bu kapsamda katılımcı 46 tarafından yapılan açıklayıcı değerlendirme aşağıda yer almaktadır.

“Özel çalışmanızın, seyahat motivasyonunun etkinliğe katılım kaynaklı mı olduğu yoksa ruhsal / dinsel hislerden mi kaynaklandığını dikkate almanız gerekebilir. Çünkü kişiler Hac seyahatlerine de farklı güdülerle katılabilirler, bu da bize hangi türde değerlendirilmeleri gerektiğini gösterebilir”.

Tüm bu değerlendirmelere ek olarak katılımcıların %12,5’i Hac seyahatlerinin “talep yönlü inanç turizmi, arz yönlü hem inanç hem de etkinlik turizmi” olarak değerlendirilmesi gerektiğini dile getirirken, katılımcıların %12,5’i ise farklı bir bakış açısıyla Hac seyahatlerinin “dini amaçla belirli tarihlerde gerçekleştirilen bir faaliyet” olması nedeniyle hem inanç hem de etkinlik turizmi olarak değerlendirilebileceğini açıklamıştır. Bu bulguya ait katılımcı 46’dan elde edilen yorum aşağıda yer almaktadır.

“Bazı inanç turizmi faaliyetlerinin belirli bir etkinliğe katılmak için yapılan seyahatler olduğunu söyleyebilirim, ancak bazı inanç turizmi seyahatleri belirli bir dini bölgeye yönelik olabilir, gidilen gün ve saat belirlidir ve o tarihte gidilmelidir. Bu kapsamda değerlendirirsek, Hac seyahatleri hem inanç hem de etkinlik turizmi olarak değerlendirilebilir”.

Tablo 18: Hac Seyahatlerini Turizmin Bir Türü Olarak Değerlendirmeyen Katılımcıların İçerik Analizi

Temalar ve Kodlar	Frekans	Oran
Hac seyahatleri turizm değildir.		
İbadet çeşidi/dini uygulama	5	%83,33
Zorunlu seyahat/ İslam'ın şartı	4	%66,66
Katılanlara maliyeti yüksek	1	%16,66
Dini maddiyata dönüştürme	2	%33,3
İnanılana bağlılık	2	%33,3
Katılımcı sayısı turizmden fazla	1	%16,66

Yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen son kod, “Hac seyahatleri turizm değildir” bulgusudur. Yüz yüze görüşme yapılan katılımcılardan %12,8’i Hac seyahatlerinin turizm olarak değerlendirilmemesi gerektiğini savunmaktadır. Bu kapsamda görüşme bulgularından altı adet başlık belirlenmiştir.

Katılımcıların %83,33’ü Hac seyahatlerinin “ibadet çeşidi yani dini bir uygulama” olması nedeniyle turizm kabul edilmemesi gerektiğini savunmaktadır. Bu kapsamda katılımcı 39 tarafından yapılan değerlendirme aşağıda yer almaktadır.

“Hac bir turistik seyahat değildir. Hac ibadettir. Hac kesinlikle etkinlik turizmi ya da inanç turizmi olarak değerlendirilemez. Bana göre Hac sadece bir ibadettir. Kaldı ki hiçbir Müslüman turistik gezi için Hacca gitmez. En azından tarlasını satıp gitmez”.

Bir diğerk önemli yorum %66,6'lık oranla Haccın “İslam'ın şartı olması” nedeniyle zorunlu bir seyahat olmasının turizm kapsamında değerklendirilmesine engel olarak görülmektedir. Bu bulguyu destekleyen katılımcı 35'in yorumu aşağıda yer almaktadır.

“Müslümanlar için Hac ziyaretleri ayrı bir kapsamda değerklendirilmelidir. Bu isteğek bağılı ziyaret olmanın dışında dini bir gereklilik olarak görülmektedir ve turizm amaçlı değerk dinin gerektirdiğı şartları yerine getirme amaçlı yapılan ziyaretlerdir. İslamiyet harici herhangi bir dinin kutsal kitabında kutsal mekanları ziyaret ile ilgili bir öneri veya görüş bulunmamaktadır, inanları tarafından kutsal görüldüğü için ve güncel dini liderleri tarafından tavsiye edildiğı için ziyaret edilmektedir. Dini liderlerinin doğduğı ve yaşadığı yerler, öldüğü yerler, ibadet yerleri, mezarları vb. gibi mekanlar bu ziyaret alanları içerisinde. Müslümanların Hac yeri göz önüne alınırsa bu anlamda da farklı olduğı görülür. Bu bağlamda; Müslümanların Hac ziyareti turizm etkinliğı veya bir turizm çeşidi değerk, tamamen dini bir uygulamadır. Zorunlu olan seyahatler, tercihe dayalı olmadığından turizm kapsamında değerklendirilemez”.

Yapılan yorumlardan %33,3'ünde Hac seyahatlerinin “inanılana bağılılık” nedeniyle yapılmasından dolayı turizm olarak değerklendirmeyi mümkün kılmadığı bulgusuna ulaşılırken, %33,3'ünün de Haccı turizm olarak değerklendirmenin “dini amaçları maddiyata dönüştürme” tehlikesi yarattığı için kavramsal olarak turizm altında incelenmemesi gerekliliğini savunduğı bulgusuna ulaşılmıştır. Aşağıda yer alan katılımcı 34'ün yorumu, maddi kaygılara yönelik önemli bir açıklamadır.

“Mekke ve Medine'de gerçekleştirilen Hac faaliyetlerinde asli amaç ticari kazanç değerkdir. Bu nedenle turizm olarak değerklendirilmeli, ama turizmin yan hizmetler olduğı asli amacın Haccın ruhuna uygun inançsal ritüeller olduğı bilinmelidir. Günümüzde günden güne daha ticari bir boyuta ulaşılıyor Hac. Turizmin pek çok bileşeni Hacca gitmeden kullanılmaya başlanıyor ve dönene kadar devam ediyor. Ama onun dışında gerçekleştirilen ve Hacı olmak için yapılan ritüeller inanç kapsamında değerklendirilmelidir. Turizm olarak değerklendirmek asli amacını değerkştirmektedir”.

Son olarak katılımcıların %16,6'si Hacca “katılım maliyetinin yüksek olması” nedeniyle Haccın turistik bir olgu olarak değerlendirilmemesi gerektiği bulgusunu savunurken, %16,6'sı “katılımcı sayısının herhangi bir turizm faaliyetine katılımdan fazla” olması nedeniyle turizm sayılamayacağı görüşlerini desteklemektedir.

Hem bibliyometrik analiz hem de içerik analizi incelendiğinde, hac seyahatlerinin çoğunlukla inanç turizmi başlığı altında değerlendirildiği bulgusuna ulaşılmaktadır. Ancak yapılan görüşmelerde konu hakkında fikir birliğine ulaşılmadığı ve farklı görüşlerin olduğu gözlemlenmektedir. Hac seyahatlerinin inanç turizmi ya da etkinlik turizmi başlığı altında yer almasına yönelik kesin bir kanı oluşmamaktadır. Yapılan her iki analiz de yazında konu hakkında bir görüş birliğinin olmadığını ve bir paradoksun varlığını kanıtlamaktadır. Analizlerle elde edilen bulgular, Hac seyahatlerinin doğru konumlandırılması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Yapılan yüz yüze mülakatların içerik analizi ile değerlendirilmesinde elde edilen bir diğer önemli bulgu, “Haccın turizm olarak değerlendirilmemesi” gerektiği bulgusudur. Mülakatlar sadece turizm akademisyenleri, seyahat acentaları ve turizm örgütleri ile yapılmayıp, İlahiyat ile ilişkili bölümler, İl Müftülüğü ve Diyanet İşleri Başkanlığı yetkililerinin de görüşlerinin alınmasından dolayı bu bulgu ortaya çıkmıştır. Araştırmanın sonuç bölümünde içerik analizi ile elde edilen bulgular bibliyometrik analiz ve yazında yer alan tanım ve sınıflandırmalarla karşılaştırılmakta ve değerlendirmeler yapılmaktadır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Yapılan araştırmada araştırma çeşitliliğinin sağlanması ve bulguların karşılaştırılabilmesi amacıyla nicel araştırma yöntemlerinden bibliyometrik analiz ve nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi teknikleri kullanılmıştır. Elde edilen analiz bulguları karşılaştırıldığında, Hac seyahatlerini inanç turizmi olarak değerlendirenlerin sayıca daha fazla olduğu bulgusuna ulaşılmaktadır. Hac seyahatlerini etkinlik turizmi olarak değerlendirenlerin oranlarında da uyum gözlemlenmektedir. Hac seyahatleri hem inanç hem de etkinlik turizmi olarak değerlendirilmelidir bulgusunda ise farklılıklar olduğu görülmektedir. İçerik analizinde bu oran daha yüksekken, bibliyometrik analizde oran daha düşük seviyededir. Bu farklılığın nedeni yüz yüze mülakatlarda kişilere böyle bir karmaşanın varlığının gösterilmesi ve buna göre yorum yapmalarının istenmesidir.

Her ne kadar analizlerin ikisinde de “Hac seyahatleri inanç turizmi olarak değerlendirilmelidir” bulgusu desteklense de oranlar arasında başka farklılıklar da gözlemlenmektedir. Bu farkın ana nedeni, bibliyometrik analizin turizm yazınında Hac seyahatlerini bir turizm türü olarak değerlendiren makaleler kullanılarak yapılması ve Hac seyahatlerini turizm olarak değerlendirmeyen kesime yönelik makalelerin analizde yer almamasıdır. Bibliyometrik analiz sadece turizm yazınında yer alan Hac seyahatlerini incelemektedir. Fakat yüz yüze mülakatlarda, Hac ile doğrudan ilgisi bulunan farklı uzmanlık alanlarından akademisyenlere, acentalara ve kamu yetkililerine sorular yöneltildiğinden, iki analiz arasında farklı sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle bibliyometrik analizde “Hac turizm değildir” diyen kişilerin bulgusuna ulaşılmamaktadır. Ayrıca ilahiyat, din bilimi, dinler tarihi, din sosyolojisi, din eğitimi alanlarında çalışan akademisyenler ile diyanet işleri ve müftülük gibi kurumlarda görev yapan kişilerle görüşmeler gerçekleştirilmesi, içerik analizinde yer alan “*Hac turizm değildir*” bulgusunu daha net açıklamaktadır. Fakat her iki analizde de Haccın inanç turizmi olarak değerlendirilmesi gerektiği bulgusunun en yüksek oranda olduğu görülmektedir. Bu durum alan yazını ile mülakat bulgularının birbirini desteklediğini ortaya koymaktadır.

İçerik analizi ile elde edilen bulgulardan ilki “*Hac seyahatleri inanç turizmidir*” bulgusudur. Bu bulguyu destekleyen katılımcıların çoğunluğu “seyahat

amacının/güdüünün/motivasyonunun/ saikının dini olması nedeniyle inanç turizmi olarak değerlendirilmelidir” yorumunda bulunmuştur. Bu yorum Blackwell (2007: 37)’in inanç turizmi tanımında yer alan *“temel motivasyonu din olan tüm inanç merkezlerine seyahatleri kapsamaktadır”* bulgusunu desteklemektedir. Ayrıca Stefko ve diğerleri (2015: 424) de *“temel motivasyonu din olan ziyaretçiler gittikleri yerlerde manevi ve dini aydınlanma sonucu kişilik gelişimini amaçlamaktadırlar”* değerlendirmesinde bulunmaktadır.

Hac seyahatlerini inanç turizmi olarak değerlendirenlerden alınan bir diğer yüksek oranlı yorum “İslam’ın şartı” olması nedeniyle inanç turizmi kabul edilmesi gerektiği bulgusudur. Karaküçük (1997) tarafından yapılan etkinlik tanımı *“İnsanların yoğun çalışma yükü, rutin hayat tarzı veya olumsuz çevresel etkilerden tehlikeye giren veya olumsuz etkilenen bedeni ve zihinsel sağlığını tekrar elde etmek, korumak veya devam ettirmek, aynı zamanda zevk ve haz almak amacı ile kişisel doyum sağlayacak, zorunlu ihtiyaçlar için ayrılan zaman dışında kalan boş zaman içinde, kişisel isteğe bağlı ve gönüllü olarak yapılan rekreasyonel faaliyetler”* bu bulguyu desteklemektedir. Yani etkinliklere katılmak kişisel isteğe bağlı ve gönüllü bir hareketken, Haccın İslam’ın şartı olması, Hac seyahatlerinin inanç turizmi olarak değerlendirilmesine neden olmaktadır.

Yapılan görüşmelerde elde edilen bir diğer bulgu, “Haccın iç huzur, maneviyat gibi kişinin içsel isteklerini karşılaması nedeniyle inanç turizmi olarak değerlendirilmesi” gerektiği bulgusudur. Bu bulguyu destekleyen yorumlar “ibadet yapma amacıyla”, “yerin kutsallığı nedeniyle”, “İslam dinine ait ritüelleri gerçekleştirdikleri için”, “dini duygularla seyahat edildiğinden”, “içsel huzur sağladığından”, “manevi tatmin sağladığından”, “Allah’a karşı bir görev olduğundan”, “saygı amacıyla olduğundan” ve “sevap kazanmak için gidildiğinden” Haccı inanç turizmi olarak değerlendirmektedir. Sağlık ve diğerleri (2012: 37)’nin inanç turizmine katılanlarla ilgili yaptığı *“inanç merkezlerine yapılan seyahatler kişilerin ruhsal, fiziksel, zihinsel ve sosyal anlamda rahatlamalarını sağlamaktadır”* değerlendirmesi bu bulguları destekler niteliktedir.

Manevi duyguların yanında “çekici kılmak için çabaya ihtiyaç yok” bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bulgu etkinlik turizmi tanımlarından Getz ve Wicks

(1993)'in “*destinasyonlarda bulunan doğal ve fiziksel turizm kaynaklarını canlandırıcı, imaj oluşturu ve bir turizm çekiciliği olarak etkinliklerin, sistematik planlanması, geliştirilmesi ve pazarlanması*” açıklamasını desteklemektedir. Katılımcılar, Hac yapılan destinasyonlarda var olan çekiciliğe olan talebin ekstra çaba gösterilmeden günden güne arttığını savunmaktadırlar. Yapılan analizlerde bu yorumu destekleyen bir diğer bulgu ise “talep fazlalığı nedeniyle kota uygulandığı” bulgusudur. Yine aynı etkinlik turizmi tanımı değerlendirildiğinde, destinasyonların çekiciliğinin arttırılıp buna bağlı olarak talebin arttırılma eğilimi, Hac seyahatleri için geçerli bir tanım değildir. Ayrıca yine Kozak ve Bahçe (2009: 157) tarafından yapılan etkinlik turizmi tanımında yer alan “*birincil veya ikincil çekicilik şeklinde kullanılarak, katılımcı sayısını maksimize etmek için; özel olayların planlanması, geliştirilmesi ve pazarlanması*” değerlendirmesi de bu bulguyu desteklemektedir. Katılımcı sayısına kota konulması ve çekiciliğe ihtiyacının olmaması nedeniyle inanç turizmi olarak değerlendirilmesi gerektiği yorumunda bulunan katılımcılar, etkinlik turizmi tanımları tarafından da desteklenmektedir.

Bu bulgulara ek olarak kişiler “seyahatin zorlu/meşakkatli olması” nedeniyle inanç turizmi olarak kabul edilmesi gerektiği değerlendirmesinde de bulunmuştur. Yani kişiler ilerleyen yaşlarda, sağlık durumları yetersiz dahi olsa, bu seyahatlere katılmaktadır.

Ayrıca elde edilen bir diğer önemli bulgu Hac seyahatlerinin “turizmin başlangıcı olması” nedeniyle etkinlik turizmi olarak kabul edilemeyeceği, inanç turizmi olarak değerlendirilmesi gerektiğine yönelik bulgudur. Blackwell (2007: 39) tarafından yapılan inanç turizmi araştırmasında yer alan “*Bilinen ilk kutsal destinasyon seyahati, 30.000 yıl önce Avusturalyalı yerliler tarafından dini rütellerini, törenlerini ve etkinliklerini gerçekleştirmek amacıyla her yıl yaptıkları yer değiştirme hareketidir*” değerlendirmesi, Hyde ve Harman (2011: 1343)'in “*Hac, en eski turizm hareketlerinden biri olarak kabul edilmektedir*” değerlendirmesi ve Yüksel (1993: 5)'in “*M.Ö. 2000-1500 tarihleri arasında yaşamış Hititler döneminde inanç etkinliklerine sıkça rastlanmaktadır*” değerlendirmesi bu bulguyu desteklemektedir. Yapılan görüşmelerde son olarak “inanç anlamında uzmanlık gerektirmesi” nedeniyle inanç turizmi olarak değerlendirilmesi gerektiği

bulgusuna ulaşılmaktadır. Bu bulgu, Hac seyahatlerinin her acenta tarafından düzenlenememesi ve sadece Hac seyahati düzenleme yetkisi olan acentalar tarafından turların yapılması ile açıklanmaktadır.

Yapılan yüz yüze mülakatlar analiz edildiğinde, katılımcıların %12,8'inin Hac seyahatlerini etkinlik turizmi olarak değerlendirdiği bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bulguyu destekleyen yorumlardan ilki, etkinlik turizmi yanıtını veren tüm katılımcılardan gelen "Haccın belirli zamanının olması" bulgusudur. Büyüklüklerine göre etkinlik turizmi sınıflandırmalarından Mega Etkinlikler içerisinde yer alan Hac seyahatleri, Goldblatt (1997) tarafından *"sıradan yaşamdan farklı olan, yüksek profilli, kısa dönemli, tek sefer yapılan, belirli bir zamanda düzenlenen ve kutlama ve törenleri içeren etkinlikler"* şeklinde tanımlanmaktadır. Tanımdan da görüldüğü gibi elde edilen bulgu yazın ile desteklenmektedir. Mega etkinliklerin tanımında yer alan "belirli bir zamanda düzenlenen" ifadesi katılımcıların yorumlarına uygunluk göstermektedir.

Katılımcılardan alınan bir diğer önemli yorum *"belirli mekânda yapılması"* nedeniyle etkinlik turizmi olarak değerlendirildiği bulgusudur. Belirli zamanda ve mekânda yapıldığı için etkinlik turizmi olarak değerlendirenlerin bulgusunu destekleyen alan yazın kaynakları bulunmaktadır. Jago ve Shaw (1998: 29) ve Henderson ve diğerleri (2010: 61) etkinliklerin gerçekleşmesi için gerekli olan koşulları belirlerken *"etkinlikler belirli sürelerde olmalı, halka açık olmalı, çok sık yapılmamalı, belirli bir kutlama veya gösteri amacı taşımalı, içerisinde birçok aktivite barındırmalı, sıra dışı ve günlük yaşamdan farklı olmalı, kişilere sosyal deneyimler sunmalı ve çoğunlukla aktiviteleri aynı bölgede gerçekleştirilmelidir"* değerlendirmesini yapmaktadırlar. Bu değerlendirme, yapılan araştırmada elde edilen belirli zaman ve mekânda yapılma bulgularını desteklemektedir. Ayrıca katılımcılardan alınan bir diğer değerlendirme Hac seyahatlerinde *"kutlama/anma yapılması"* nedeniyle etkinlik turizmi olarak değerlendirildiği bulgusudur. Bu bulgu da yukarıda etkinliklerin gerçekleşmesi için gerekli koşullar içinde yer alan "belirli bir kutlama veya gösteri amacı taşımalı" değerlendirmesi ile desteklenmektedir. Ayrıca içeriklerine göre etkinlik sınıflandırmalarında yer alan inanç etkinlikleri de Esposito ve diğerleri (2014) tarafından *"belli bir dinin inananları tarafından belirli"*

zamanlarda kutlanan, özel öneme sahip etkinlikler” olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım da hem belirli zamanda olması hem de kutlamalar gerçekleştirilmesi bulgularını desteklemektedir.

Katılımcılardan elde edilen son bulgu ise Hac seyahatlerinin “inanç amaçlı bir etkinlik” olması nedeniyle etkinlik turizmi olarak değerlendirilmesi gerektiği bulgusudur. Çelik (2009: 66) tarafından inanç etkinlikleri “*toplumların dini inançları bağlamında kutlanan özel günler*” olarak tanımlanmaktadır. Tanımdan da anlaşılacağı gibi kişilerin özel günleri dini amaçlarla kutlanması, elde edilen bulguyu desteklemektedir.

Araştırmada elde edilen bir diğer bulgu, katılımcıların %17’si tarafından değerlendirilen “Hac seyahatleri hem inanç hem de etkinlik turizmi olarak değerlendirilmelidir” bulgusudur. Öncelikle bu bulguda fikir birliğinin olmadığı görülmektedir. Katılımcıların en yüksek oranda fikir birliğinde bulundukları yanıtlar %37,5’lik oran ile “iki türün kesişimi” ve “inanç kapsamında yürütülen etkinlik/alt küme” bulgularıdır. Diğer cevaplarda görülen yorumların tekrarlanma oranı “iki türe de girer” bulgusunda gözlemlenmemektedir. Bu durum frekansların düşük olmasını açıklamaktadır. Diğer temalarda yapılabilecek genellemeler, bu tema için çok mümkün görülmemektedir.

Alan yazın taramasında etkinlik turizmi ve inanç turizmi türlerinin kesişimine yönelik herhangi bir tipoloji bulunmadığından, yazın ile karşılaştırma yapılamamaktadır. Fakat Shackley (2003: 161) tarafından yapılan inanç turizmi sınıflandırmasında değinilen “*inanç faaliyetleri*;

- *Doğal fenomenlerde (kutsal göller, dağlar, adalar ve korular)*
- *Özünde dini bir amaç için inşa edilmiş yapı ve alanlarda,*
- *İnançsal teması bulunan yapılarda,*
- *Dini önemi olmayan alanlarda gerçekleştirilen özel inanç etkinliklerinde,*
- *Bir trajedi yaşanması nedeniyle kutsallaştırılmış ya da siyasi önemi olan etkinliklerde gerçekleştirilmektedir.”*

değerlendirmesinde, inanç turizminin altında yer alan inanç etkinlikleri “inanç kapsamında yürütülen etkinlik/alt küme” bulgusunu desteklemektedir. Bu bulguyu Yine Kıbrıs Turizm Örgütü (CTO) tarafından belirlenen inanç turizmi çekim merkezleri sınıflandırmaları da desteklemektedir. “*Inanç turizmi çekim merkezleri Hac mabetleri, inanç alanları ve inanç festivalleri olarak üç kategoriye ayrılmaktadır* (Shuo ve diğerleri, 2009:5 82)” bulgusu inanç etkinliklerinin inanç turizminin alt kümesi olduğunu kanıtlar niteliktedir.

Araştırmada her iki türe de uygunluk gösterdiği bulgusunu destekleyen katılımcılardan dikkat çekici değerlendirmelere ulaşılmıştır. Katılımcılar “turizm sınıflandırmalarının homojen olmaması” ve “farklı turizm sınıflandırmalarına göre uygun olacağı” yorumları ile turizm türleri doğru sınıflandırıldığında her iki türe de uygunluk göstereceği değerlendirmelerini yapmışlardır. Katılımcılar sınıflandırmaların doğru şekilde yapılmadığına değinmektedirler. Araştırmada elde edilen bir diğer bulgu “seyahat motivasyon türüne göre iki türe de uygun” ifadesidir. Katılımcılara göre, kişilerin seyahate hangi güdü ile katıldıkları, turizm türünün sınıflandırılmasında etkilidir. Bir kutlamaya katılmak amacıyla seyahat gerçekleştiriliyorsa etkinlik turizmi, dini bir amaçla seyahat gerçekleştiriliyorsa inanç turizmi olarak değerlendirilmelidir. Bu bulgu inanç turizmi olarak değerlendirilmesi gerektiği bulgusu ile doğru orantılıdır. Hac seyahatleri yapısı gereği dini amaç barındırdığından, inanç turizmi olarak değerlendirilmeli bulgusu katılımcılar tarafından yüksek frekansta ulaşılan bulgudur.

Her iki turizm türüne uygun bulan katılımcılardan elde edilen diğer bulgular ise Hac seyahatlerinin “talep yönlü inanç turizmi, arz yönlü hem inanç hem de etkinlik turizmi” olarak değerlendirilmesi ve “dini amaçla belirli tarihlerde” gerçekleştirilmesi bulgularıdır. “Dini amaçla belirli tarihlerde” değerlendirmesi, Hac seyahatlerinin hem inanç turizmi hem de etkinlik turizmi tanımlarına uyduğu bulgusu ile desteklenmektedir. Blackwell (2007: 37)’in inanç turizmi tanımında yer alan “*temel motivasyonu din olan tüm inanç merkezlerine seyahatleri kapsamaktadır*” bulgusu ve Goldblatt (1997)’in etkinlik turizmi tanımında yer alan “*sıradan yaşamdan farklı olan, yüksek profilli, kısa dönemli, tek sefer yapılan, belirli bir*

zamanda düzenlenen ve kutlama ve törenleri içeren etkinlikler” değerlendirmeleri, bu bulguyu desteklemektedir.

Araştırmada elde edilen son veri, katılımcıların %12,8’i tarafından değerlendirilen *“Hac seyahatlerinin turizm olmadığı”* bulgusudur. Araştırmanın sadece turizm akademisyenleri ile yapılmaması, Hac ile doğrudan ilgisi bulunan akademik birimler, kamu kurumları ve Hac seyahati düzenleyen acentaların da araştırmaya dâhil edilmesi, elde edilen veriyi açıklamaktadır. Katılımcıların büyük kısmı Haccın *“bir ibadet çeşidi/dini uygulama”* olması nedeniyle bir turizm türü olarak değerlendirilmemesi gerektiği cevabını vermiştir. Bu bulgu Diyanet İşleri Başkanlığının değerlendirmesini desteklemektedir. Diyanet İşleri Başkanlığı Haccın iki ayağının olması gerektiğini ve bunlardan birini turizm hizmetlerinin yer aldığı seyahat ve konaklama, diğerinin ise ibadet olduğunu ve Haccın dini, manevi ve ruhani kısmının önemli olduğunu dile getirmektedir (Küçük, 2013: 109). Elde edilen bulgu *“ibadet tarafının ayrı tutulması gerektiği”* açıklamasını desteklemektedir. Yine katılımcılardan elde edilen *“dini amaç maddiyata dönüşür”* ve *“inanılana bağlılık”* için seyahatlerin gerçekleştirildiği bulgusu da bu açıklamayı desteklemektedir.

Katılımcılardan elde edilen bir diğer yüksek frekanslı yorum *“zorunlu seyahat/İslam’ın şartı”* bulgusudur. Bu bulgu hem Hac inanç turizmi olarak değerlendirilmelidir diyen katılımcılardan, hem de Hac turizm değildir diyen katılımcılardan alınan cevaplarda görülmüştür. Turizm olmadığını savunan katılımcılar, zorunlu seyahatlerin turizm olarak kabul edilmemesi gerektiğini savunmaktadırlar. Yine Karaküçük (1997) tarafından yapılan etkinlik tanımında *“İnsanların yoğun çalışma yükü, rutin hayat tarzı veya olumsuz çevresel etkilerden tehlikeye giren veya olumsuz etkilenen bedeni ve zihinsel sağlığını tekrar elde etmek, korumak veya devam ettirmek, aynı zamanda zevk ve haz almak amacı ile kişisel doyum sağlayacak, zorunlu ihtiyaçlar için ayrılan zaman dışında kalan boş zaman içinde, kişisel isteğe bağlı ve gönüllü olarak yapılan rekreasyonel faaliyetler”* bulgusu bu yorumu desteklemekte olup, inanç turizmi tanımlarında böyle bir sınırlamaya rastlanmamaktadır.

Katılımcılar ayrıca *“Katılanlara maliyeti yüksek”* olması ve *“Katılımcı sayısı turizmden fazla”* değerlendirmelerinde bulunmuşlardır. Katılımcı sayısının fazla

olması kota uygulaması değerlendirmesi ile örtüşmektedir. Bu bulguyla yine “Hac inanç turizmidir” diyen katılımcı yorumlarında da karşılaşılmasıdır. Getz ve Wicks (1993) tarafından yapılan etkinlik turizmi tanımında yer alan “*destinasyonlarda bulunan doğal ve fiziksel turizm kaynaklarını canlandırıcı, imaj oluşturunu ve bir turizm çekiciliği olarak etkinliklerin, sistematik planlanması, geliştirilmesi ve pazarlanması*” değerlendirmesi, Hac seyahatlerinin herhangi bir turistik etkinlik olarak kabul edilmemesi, destinasyon çekiciliğinin artırılarak gelen sayısını artırma amacı olmadığı yorumlarını desteklemektedir. İnanç turizmin tanımlarında bu tarz bir sınıflandırma ile karşılaşılmasıdır.

Araştırmada ulaşılmak istenilen bulgu etkinlik turizmi ve inanç turizmi arasında inanç etkinliklerinin konumlandırmasında ortaya çıkan paradoksa yönelik çözüm önerileridir. Araştırmada çeşitlendirme amacı ile yapılan bibliyometrik analiz ve içerik analizi bulguları bu paradoksun varlığını desteklemektedir. Analizler sonrası tam bir fikir birliğine ulaşamadığı ve görüşlerin farklılaştığı gözlemlenmektedir. Hac seyahatlerinin inanç mı yoksa etkinlik turizmi altında mı değerlendirilmesine yönelik kesin bir kanı oluşmadığı gözlemlenmektedir. Yapılan araştırma paradoksun varlığını güçlendirmekle birlikte doğru konumlandırma ile çözüme yönelik fikirler üretilmesine katkı sağlamaktadır.

Yapılan araştırmada ortaya çıkan en önemli bulgu, Hac seyahatlerini inanç turizmi olarak değerlendirilenlerin daha fazla olduğu bulgusudur. Temel olarak katılımcıların savunduğu görüş, turizm türleri belirlenirken güdülerden yola çıkılması gerektiği görüşüdür. Spor güdüsü ile yapılan yer değiştirme hareketleri spor turizmi, sağlık amaçlı yer değiştirme hareketleri sağlık turizmi olarak değerlendirilmesi gerektiği gibi, inanç amaçlı yer değiştirme hareketlerinin de inanç turizmi kapsamında değerlendirilmesi gerektiği bulgusu, araştırmada katılımcıların verdikleri cevaplarda göze çarpmaktadır. Doğru sınıflandırmaların yapılmasının, ilk olarak bu turizm türü için ülkeye gelen katılımcı sayısını belirlemede olumlu etkileri olacaktır. Doğru şekilde sınıflandırılan turizm türlerine yönelik istatistiklerinin oluşturulması, destinasyonlara sosyal, kültürel, fiziki çevresel etkilerin yanında, ülkeler açısından büyük öneme sahip olan ekonomik kazanımların belirlenmesinde etkili olacaktır. Doğru sınıflandırılmış turizm türüne katılım amacıyla gelen kişi sayılarında

gözlemlenen artış ve azalışlar, devlet kurumlarının geleceğe yönelik planlamalarında etkili olacaktır. Örneğin günden güne özel etkinliklere yönelik katılımcı sayılarında artışlar yaşanması, bu etkinliklerden fayda sağlamak isteyen destinasyonlar için geleceğe yönelik profesyonel etkinlik yönetimi faaliyetleri uygulama gereksinimlerini ortaya çıkaracaktır. Bu durum beraberinde etkinlik yönetimi konusunda uzmanlaşmış kişilerle çalışma ihtiyacı nedeniyle yeni bir iş imkânının doğmasını sağlayacaktır. Yerel halka turizm sayesinde gelir elde etme imkânı da sunulmuş olacaktır. Tam tersi durumda, yani etkinliklere talebin yetersiz kalması durumunda ise destinasyonlar turist çekmek için farklı turistik kaynaklara ya da farklı turizm türlerine yönelebilecektir ya da destinasyonlar yapacakları etkinliklerin talep yaratması için farklı tanıtım ve pazarlama faaliyetleri uygulayabilecektir. Her iki durumda da mevcut turist sayısına ulaşmak, destinasyonların gelecek eğilimlerini, turizmden beklentilerini, hedef ve amaçlarını belirlemede önemli bir veri kaynağı olacaktır.

Günden güne artan pazar payı ve katılımcı sayısı ile etkinlik turizmi önem verilmesi gereken bir çalışma alanıdır. Doğru şekilde konumlandırılan turizm türleri ile etkinlik turizminin ekonomik, sosyal, kültürel, politik ve çevresel etkileri daha net ortaya konulacaktır. Turizm türlerine yapılan farklı sınıflandırmalar gibi alternatif turizm türleri arasında da güdü dışında farklı sınıflandırmaların yapılması bu paradoksu ortadan kaldıracaktır.

Yapılan araştırmada bazı katılımcılar farklı sınıflandırmalar ile Hac seyahatlerinin ve inanç etkinliklerinin her iki türde de değerlendirilmesine olanak sağlayacağını savunmaktadır. Bu bulgular, turizm sınıflandırmalarında önemli bir eksikliği ortaya çıkarmaktadır. Genel olarak turizm türleri sınıflandırmalarında içeriklerine göre turizm türleri, zamana göre turizm türleri, mevsimler açısından turizm türleri, konaklama türü bakımından turizm türleri, yaş gruplarına göre turizm türleri gibi farklı sınıflandırmalar bulunmaktadır. Bu kapsamda değerlendirildiğinde herhangi bir turizm hareketi farklı sınıflandırmalarda yer alabilmektedir. Fakat alternatif turizm türleri sınıflandırmalarında güdüler temel alındığından, pek çok turizm türünde karmaşa yaşanmaktadır. Özellikle etkinlik turizmi genel olarak farklı güdülerle yapılan seyahatleri de kendi içinde barındırmaktadır. Bu açıklama,

paradoksun etkinlik turizminde ortaya çıkışını daha net açıklamaktadır. Etkinlik turizmi sınıflandırmalarda büyüklüklerine göre etkinlikler sınıflandırmasında herhangi bir karmaşa yaşanmazken, içeriklerine göre etkinlik turizmi türleri, temelde belli güduları barındırdığından yani spor, eğitim, toplantılara katılım, kültürel faaliyetlere katılım ve inanç güdüsüyle gerçekleştirildiğinden, diğer turizm türleri ile iç içe girmektedir. Spor müsabakalarını izlemek için yapılan seyahatler hem etkinlik turizmi hem de spor turizmi içinde değerlendirilmektedir. Aynı durumun inanç turizmi, kültür turizmi ve MICE turizmde de ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. Bu değerlendirme, etkinlik turizminin turizm istatistiklerinde doğru şekilde yer alamayışını da açıklamaktadır. Yapılan araştırmada dünyada etkinlik turizmi amacıyla seyahat edenlerin sayısına ulaşamamasının temel nedeni de bu ayrımın doğru yapılamamasıdır. Bu kapsamda etkinlik turizmi bir alternatif turizm türü olarak değerlendirilmek yerine, etkinlik türüne göre turizm gibi bir turizmin sınıflandırma şekli olarak değerlendirildiğinde bu sorun ortadan kalkacaktır. Böylece temel motivasyonu inanç olan Hac seyahatleri alternatif turizm türlerinden inanç turizmi kapsamında değerlendirilirken, etkinlik türüne göre turizm çeşitlerine göre de inanç etkinliği olarak kabul edilebilecektir. Sadece bir zaman kısıtı yani belirli zamanda yapılma gerekliliği, etkinlik turizminin pek çok turizm türü ile bu denli karmaşa içinde olmasına neden olmaktadır. Fakat hali hazırda pek çok turizm hareketi de belirli zamanlarda belirli yerlerde gerçekleşmektedir. Bu durum etkinlik turizmi sınıflandırmalarının doğru olarak açıklanamamasına ve karmaşık bir yapıya sahip olmasına neden olmaktadır.

Gelecekte yapılacak araştırmalara yönelik öneriler, benzer araştırmaların spor turizmi, MICE turizm ve kültür turizmi kavramlarıyla da yapılarak kapsamının genişletilmesi ve genel olarak etkinlik turizminde yaşanan karmaşanın çözümlenmesidir. Bu çalışmada ortaya konulan farklı bakış açısı turizm sınıflandırmalarında ve turistik faaliyetlerin konumlandırılmasında bir farkındalık yaratabilecektir. Hali hazırda ulusal ve uluslararası yazında bu araştırma ile ilgili herhangi bir tipoloji bulunmamaktadır. Uluslararası katılımın artması ile gelecekte konu ile ilgili detaylı incelemeler yapılarak ölçek geliştirilebilir. Bu ölçek sayesinde tüm dünyada turizmin istatistiksel verilerine doğru şekilde ulaşılacağı ve turizm türlerinin etkilerinin daha somut olarak ortaya konulacağına inanılmaktadır. Turizm

sınıflandırmalarına yönelik ölçekler, sadece akademik anlamda değil turizmin tüm alanlarında faydalı olacaktır. Sahip olunan kaynakların doğru belirlenmesi, devletlerin, özel sektörün ve turizmin tüm paydaşlar tarafından bölgesel gelişim için atılacak adımların belirlenmesinde, geleceğe yönelik hedeflerin saptanmasında, öncelik verilecek alanların belirlenmesinde ve eksik olunan noktaların ortaya konulmasında büyük öneme sahiptir. Ayrıca turizm yazınında da turizm sınıflandırmalarındaki karmaşaya yönelik bir farkındalık yaratılması, gelecekte konu hakkında daha derin incelemelerin yapılmasına katkı sağlayacaktır.



KAYNAKÇA

- Afanya Etkinlik Yönetimi. (2015). Etkinlik Yönetimi. <http://www.afanya.com.tr/>, (19.11.2015).
- Albrecht, S. T. ve Cornwall, M. (1989). Life Events and Religious Change. *Review of Religious Research*. 31(1): 23-38.
- Allen, J. O., Harris W. ve McDonnell I. R. (2002). *Festival and Special Event Management*. Sydney: Wiley.
- Andreasen, A.R. (1991). *Expanding the Audience For the Performing Arts*. Washington: Seven Locks Press.
- Arcodia, C. ve Robb, A. (2000) Future For Event Management: A Taxonomy of Event Management Terms. *Events beyond 2000 : Setting The Agenda Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Education*. (154-160), University of Technology Sydney. July 2000.
- Ardzinba, V. (2010). *Eskiçağ Anadolu Ayinleri ve Mitleri*. Ankara: KAFAV Yayınılık.
- Argan, M. T., Terekli, S., Aydın, G., Çelik, V.O. ve Şimşek, V.Y. (2013). *Etkinlik Yönetimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Arslandaş, N. (2013). 1095 Yılına Kadar Hristiyan Aleminden Filistin'e Yapılan Hac Yolculukları. *İstem*. 21: 39-50.
- Avustralya Ulusal Arşivi. (2016). The Social Benefits for Australia Originating from the Gallipoli Campaign. http://www.naa.gov.au/Images/Social%20benefits%20Gallipoli_tcm16-38306.pdf, (14.04.2016).
- Avcı, E. (2011). *İzmir'in İnanç Turizmi Potansiyelinin Seyahat Acentaları Açısından Değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Aydın, A. F. (2011). A Brief Introduction to the Camel Wrestling Events. *Camel Conference of SOAS* (pp.55-60), University of London. 23-25 May 2011.

Bar, D. ve Cohen-Hattab, K. (2003). A New Kind of Pilgrimage: The Modern Tourist Pilgrim of Nineteenth-Century and Early Twentieth-Century Palestine, *Middle Eastern Studies*. 39(2): 131-148.

Başer, F. ve Başcı, A. (2012). İnanç Turizmi Kapsamında Aziz Pavlus Evinin Önemi ve Tanıtım Faaliyetlerine İlişkin Ziyaretçi Görüşlerinin Değerlendirilmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 9(19): 423-443.

Baum, T., Lockstone- Binney, L. ve Robertson, M. (2013). Event Studies: Finding Fool's Gold at the Rainbow's End?. *International Journal of Event and Festival Management*. 4(3): 179-185.

Barrett, D. B., Kurian, G. T. ve Johnson, T. M. (2001). *World Christian Encyclopedia :A Comparative Survey of Churches and Religions in the Modern World*. New York: Oxford University Press.

Belhassen, Y., Caton, K. ve Stewart, W. P. (2008). The Search for Authenticity in The Pilgrim Experience. *Annals of Tourism Research*. 35(3): 668-689.

Bilgili, B., Yağmur, Ö. ve Yazarkan, H., (2012). Turistik Ürün Olarak Festivallerin Etkinlik ve Verimliliği Üzerine Bir Araştırma, Erzurum-Oltu Kırdağ Festivali Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*. 2(2): 117-124.

Bilgin, N. (2006). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Bingöl, Z. (2004). Akdeniz Bölgesinin Kültür ve İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi. *Bilgi Dergi*. 8(1): 125-137.

Bingöl, Z. (2007). *Gelenekten Evrensele Anadolu'da İnanç Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Bjelac, Z. ve Radovanovic, M. (2003). Sports Events as a Form of Tourist Product, Relating to the Volume and Character of Demand. *Journal of Sport Tourism*. 4: 257-264.

Björner, E. ve Berg P. O. (2012). Strategic Creation of Experiences at Shanghai World Expo: A Practice of Communification. *International Journal of Event and Festival Management*. 3(1): 30-45.

Blackwell, R. (2007). Motivations of Religious Tourism, Pilgrimage, Festivals and Events. *Religious Tourism and Pilgrimage Festivals*, (35-47). Wallingford: CAB International.

Boboc, R. (2010). Rabindranath Tagore: The Image of the Poet as Pilgrim. *International Journal on Humanistic Ideology*. 123-133.

Büyüköztürk, Ş., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş., Demirel, F. ve Kılıç, E. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

Campbell, C.A. (1975). *On Selfhood and Godhood*. New South Wales, Avustralya: Allen & Unwill.

Cartwright, M. (06.11.2012). Gladiator. <http://www.ancient.eu/gladiator/>, (12.11.2015).

Cartwright, M. (23.05.2013). Olympic Games. http://www.ancient.eu/Olympic_Games/, (12.11.2015).

Chen, S.C. (2011). Residents' Perceptions of the Impact of Major Annual Tourism Events in Macao: Cluster Analysis. *Journal of Convention and Event Tourism*. 12: 106-128.

Collins-Kreiner, N. (2006). Graves as Attractions: Pilgrimage-Tourism to Jewish Holy Graves in Israel. *Journal of Cultural Geography*. 24(1): 67-89.

Collins-Kreiner, N. (2010a). Researching Pilgrimage: Continuity and Transformations. *Annals of Tourism Research*. 37(2): 440-456.

Collins-Kreiner, N. (2010b). The Geography of Pilgrimage and Tourism: Transformations and Implications for Applied Geography. *Applied Geography*. 30: 153-164.

Collins-Kreiner, N. (2010c). Current Jewish Pilgrimage Tourism: Modes and Models of Development. *Preliminary Communication*. 58(3): 259-270.

Collins-Kreiner, N. (2016). The Lifecycle of Concepts: The Case of 'Pilgrimage Tourism'. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*. 18: 1-13.

Collins-Kreiner N. ve Klot N. (2000). Pilgrimage Tourism in the Holy Land: The Behavioural Characteristics of Christian Pilgrims. *GeoJournal*. 50: 55-67.

Conway, D. G. (2009). *The Event Manager's Bible, The Complete Guide to Planning and Organising a Voluntary or Public Event*. How to Books: Begbroke, Oxford, İngiltere.

Cuskelly, G., Hoye, R. ve Auld, C. (2006). *Working With Volunteers in Sport. Theory and Practice*. Abington, MA: Routledge.

Çelik, A. (2009). *Destinasyon Pazarlama Unsuru Olarak Etkinlik Turizmi ve Etkileri - İstanbul Örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Çığ, M. İ. (2015). *Hititler ve Hattuşa*. İstanbul: Kayhan Matbaacılık San. Tic. Ltd. Şti.

Dansero, E. ve Puttilli, M. (2010). Mega-Events Tourism Legacies: The Case of The Torino 2006 Winter Olympic Games - A Territorialisation Approach. *Leisure Studies*. 29(3): 321-341.

Davies, J. ve Brown, L. (2000). Tourism: Food, Wine and Festivals - Adelectable Mix, *Events Beyond 2000: Setting The Agenda Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Education* (pp.161-170), University of Technology Sydney. July 2000.

Davies, L., Coleman, R. ve Ramchandani, G. (2013). Evaluating Event Economic Impact: Rigour versus Reality?. *International Journal of Event and Festival Management*. 4(1): 31-42.

Deery, M. ve Jago, L. (2010). Social Impacts of Events and The Role of Anti-social Behaviour. *International Journal of Event and Festival Management*. 1(1):8-28.

Deery, M., Jago, L. ve Fredline, E. (2004). Sport Tourism or Event Tourism: Are They One and the Same? *Journal of Sport Tourism*. 9(3): 235-246.

Delaney, C. (1990). The "Hajj": Sacred and Secular. *American Ethnologist*. 17(3): 513-530.

Drake, C. N. (2013). Maximising Effectiveness of Corporate Hospitality Programmes at Australian Special Events. *International Journal of Event and Festival Management*. 4(3): 236-248.

Diyanet İşleri Başkanlığı, (2014). Türkiye’de Dini Hayat Araştırması Raporu. serdargunes.files.wordpress.com/2013/08/tc3bcrkiye-de-dini-hayat-arastirmasi-2014.pdf , (25.26.2016) .

Diyanetvakfi.org. (2017). Hac. <http://arsiv.diyanetvakfi.org.tr/meal/Hac.htm>, (05.02.2017).

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

Dwyer, L., Forsyth, P. ve Spurr, R. (2005), Estimating the Impacts of Special Events on the Economy. *Journal of Travel Research*. 43(4): 351-9.

Emekli, G. (2003). Bergama ve Selçuk’un İzmir’in Kültürel Turizmindeki Yeri. *Ege Coğrafya Dergisi*. 12: 39-50.

Erbaş, A. (2002). İslam Dışı Dinlerde Hac. *Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. 5: 97-121.

Erten, S. (2012). Olimpiyat Kentleri ve Fiziksel Altyapı İnşasının Tarihçesi, *Oda Dergisi*. 4: 17-21.

Eryılmaz, S. S. ve Cengiz, H. (2012). Mega Etkinliklerin Kent Mekânına Ekonomik Yansımaları, Formula 1 Örneği. *Sigma*. 4: 77-96.

Eser, S., Dalgın, T. ve Çeken, H. (2010). Sürdürülebilir Kültür Turizmi: Efes Örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*. 19(2): 27-34.

Esposito, J. L., Fasching D. J. ve Lewis T. (2014). *World Religions Today*. 3rd Edition, Oxford, İngiltere: Oxford University Press.

Esu, B. B. ve Arrey, W. M. (2009). Tourists' Satisfaction with Cultural Tourism Festival: a Case Study of Calabar Carnival Festival, Nigeria. *International Journal of Business and Management*. 4(3), 116-125.

Evren, S. ve Kozak, N. (2012). Türkiye’de 2000-2010 Yılları Arasında Yayımlanan Turizm Konulu Makalelerin Bibliyometrik Analizi. *VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi Bildiri Kitabı* (ss.250-267). Ankara: Detay Yayıncılık.

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

Formica, S. (1998). The Development Of Festivals and Special Events Studies. *Festival Management and Event Tourism*. 5(3): 131-137.

Getz, D. (1991). *Festivals, Special Events, and Tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.

Getz, D. (1997). *Event Management and Event Tourism*. First Edition. New York: Cognizant Communication Corporation.

Getz, D. (2000). Developing a Research Agenda for the Event Management Field. *Events Beyond 2000: Setting the Agenda, Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Education*. (pp.10-21), University of Technology Sydney. July 2000.

Getz, D. (2005). *Event Management and Event Tourism*. Second Edition. New York: Cognizant Communication Corporation.

Getz, D. (2008). Event Tourism: Definition, Evolution, and Research. *Tourism Management*. 29: 403-428.

Getz, D. (2010). The Nature and Scope of Festival Studies. *International Journal of Event Management Research*. 5(1): 1-47.

Getz, D. (2009). Policy for Sustainable and Responsible Festivals and Events. Institutionalization of a New Paradigm. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*. 1(1):61-78.

Getz, D. ve Wicks, B. (1993). Editorial. *International Journal of Festival Management and Event Tourism*. 1(1): 1-3.

Gil, A. R., Curiel, J. E. (2008). Religious Events as Special Interest Tourism. A Spanish Experience. *PASOS*. 6(3): 419-433.

Giritlioğlu, İ., Olcay, A. ve Özekici, Y.K. (2015). Bir Turizm Çeşitliliği Olarak Festival Etkinliklerinin Sınıflandırılması: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*. 13: 306-323.

Goldblatt, J. (1997). *Special Events: Best Practices in Modern Event Management*. New York: John Wiley&Sons.

Goldblatt, J. (2000). A Future For Event Management: The Analysis of Major Trends Impacting the Emerging Profession. *Events Beyond 2000: Setting the Agenda, Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Education*. (pp.2-9), University of Technology Sydney. July 2000.

Görkemli, H. N. ve Solmaz, B. (2012). Bilim Merkezlerinin Kent Markalaşmasındaki Rolü ve Konya Örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. 34: 98-109.

Gratton, C., Shibli, S. ve Coleman, R. (2005). Sport and Economic Regeneration in Cities. *Urban Studies*. 42(5/6): 985-999.

Gratton, C., Dobson, N. ve Shibli, S. (2000). The Economic Importance of Major Sports Events: a Case-study of Six Events. *Managing Leisure*. 5(1): 17-28.

Griffin, K. A. (2007). The Globalization Of Pilgrimage Tourism? Some Thoughts From Ireland. *Religious Tourism And Pilgrimage Management: International Perspective* (15-34). Cambridge, USA: CAB International.

Gupta, V. (1999). Sustainable Tourism: Learning from Indian Religious Traditions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 11(2-3): 91-95.

Günlü, E., Pınar, İ. ve Yağcı, K. (2009). Preserving Cultural Heritage and Possible Impacts on Regional Development: Case of Izmir. *International Journal of Emerging and Transition Economies*. 2(2): 213-229.

Günlü, E. ve Okumuş, F. (2010). The Hajj, Experience of Turkish Female Pilgrims. *Tourism in the Muslim World (Bridging Tourism Theory and Practice)* (221 – 233). UK: Emerald Group Publishing Limited.

Güzel, F. Ö. (2010). Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Yeni Bir Dinamik: İnanç Turizmi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*. 2(2): 87-100.

Güzel, Ö. (2011). Türkiye’de İç Turizm Pazarı Analizi ve Pazarı Canlandırmaya Yönelik Alternatif Turizm Olanakları. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 8(16): 127-144.

Hallmann, K. ve Breuer, C. (2011). Images of Rural Destinations Hosting Small-Scale Sport Events. *International Journal of Event and Festival Management*. 2(3): 218-244.

Hallmann, K. ve Harms, G. (2012). Determinants of Volunteer Motivation and Their Impact on Future Voluntary Engagement, A Comparison of Volunteer’s Motivation at Sport Events in Equestrian and Handball. *International Journal of Event and Festival Management*. 3(3): 272-291.

Henderson, J. C., Foo, K., Lim, H. ve Yip, S. (2010). Sports Events and Tourism: The Singapore Formula One Grand Prix. *International Journal of Event and Festival Management*. 1(1): 60-73.

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

Hernandez-Mogollon, J. M., Folgado-Fernandez, J. A. ve Duarte, P.A.O. (2014). Event Tourism Analysis and State of the Art. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*. 5(2): 83-102.

Huberman, A. M. ve Miles, B. M. (2002). *The Qualitative Researcher's Companion*. California: Sage Publications Inc. Thousand Oaks.

Hughes, K., Bond, N. ve Ballantyne, R. (2013). Designing and Managing Interpretive Experiences at Religious Sites: Visitors' Perceptions of Canterbury Cathedral. *Tourism Management*. 36: 210-220.

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

Israel Ministry of Foreign Affairs, (05.01.2015). 3.3 million visitors to Israel in 2014. <http://mfa.gov.il/MFA/PressRoom/2015/Pages/3-3-million-visitors-to-Israel-in-2014.aspx>, (10.01.2017).

İzmir İl Kültür Turizm Müdürlüğü, (2016). İnanç Turizmi. <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,91578/inanc-turizmi.html>, (11.08.2016).

Jago, L. K. ve Shaw, R. (1998). Special Events A Conceptual and Definitional Framework. *Festival Management & Event Tourism a International Journal*. 5(1/2): 21-32.

Jago, L. K. ve Shaw, R. (2000). Consumer Perceptions of Special Events: A Multi-stimulus Validation. *Journal of Travel and Tourism Marketing*. 8(4): 1-24.

Jago, L., Dwyer, L., Lipman G., Lill D. ve Vorster, S. (2010). Optimising The Potential of Mega-Events: An Overview. *International Journal of Event and Festival Management*. 1(3): 220-237.

Jepson, A.S. ve Clarke, A. (2013). Community Festivals and Community Development: Inclusive or Exclusive Events. Research Themes in Events, Wallingford, CT: CABI.

Jepson, A. S., Clarke, A. ve Ragsdell, G. (2013). Applying the Motivation Opportunity Ability (MOA) Model to Reveal Factors that Influence Inclusive Engagement within Local Community Festivals. *International Journal of Event and Festival Management*. 4(3): 186-205.

Johnson, L., Foo, L. ve O'Halloran, M. (1999). BTR Occasional Paper, Meetings Make Their Mark: Characteristics and Economic Contribution of Australia's Meetings and Exhibitions Sector. *Canberra: Bureau of Tourism Research*. 26.

Karadakis, K., Kaplanidou, K. ve Karlis G. (2010). Event Leveraging of Mega Sport Events: A SWOT Analysis Approach. *International Journal of Event and Festival Management*. 1(3): 170-185.

Karagöz, D. (2006). *Etkinlik Turizmi ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand Prix Örneği*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Karaküçük, S. (1997). *Rekreasyon Boş Zamanları Değerlendirme Kavram Kapsam ve Bir Araştırma*. Ankara: Seren Ofset.

Kaynak, İ. H. ve Sezgin, M. (2008). İnanç Turizmi Kapsamında Dinlerde Seyahat. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*. 10(1-2): 349-360.

Keskinsöz, İ. (1999). İnanç Turizmi. *2000'e doğru İnanç Turizmi Sempozyumu*, Denizli.

Keyser, H. (2008). Strategic Perspectives. *New Tourism Ventures: An Entrepreneurial and Managerial Approach* (290-318). Cape Town: Juta.

Khodr, H. (2012). Exploring the Driving Factors Behind the Event Strategy in Qatar: A Case Study of the 15th Asian Games. *International Journal of Event and Festival Management*. 3(1): 81-100.

Kılıçkiran, N. M. (1987). Ege’de Kış Turizminin Kurtarıcısı: Deve Güreşleri, III. Milletlerarası Türk Folklor Kongresi Bildirileri. *Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma Dairesi Yayınları*. 85: 125-146.

Kim, Y. H., Kim, M., Ruetzler, T. ve Taylor J. (2010). An Examination of Festival Attendees’ Behavior Using SEM. *International Journal of Event and Festival Management*. 1(1): 86-95.

Kim, K. ve Uysal, M. (2003). Perceived Socio-Economic Impacts of Festivals and Events Among Organizers. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*. 10(3/4): 159-171.

Koçak, Z. (2013). İddet Bekleyen ve Yanında Mahremi Olmayan Kadınların Sefere Çıkması ve Hacca Gitmesi. *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. 39: 77-132.

Kozak, M. A. ve Bahçe, S. (2009). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kozak, N. (2014a). Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi: 25 Yılın Öyküsü; Bir Dergiden Öte, Belki de Bir Enstitü. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 25(1): 1-19.

Kozak, M. (2014b). *Bilimsel Araştırma: Tarama Yazım ve Yayın Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kudret Gül, K., Erdem, B. ve Gül, M. (2013). Yerel Festivallerin Etkinliğine Bağlı Ziyaretçi Kazanımları: Sındırgı Yağcıbedir Festivali Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 18(12): 213:239.

Küçük, M. A. (2013). Din - Turizm İlişkisi Çerçevesinde Yahudilikte, Hristiyanlıkta ve İslamiyette Hac Uygulamasına Genel Bakış. *Dini Araştırmalar*. 16(42): 101-128.

Lee, S. S. ve Goldblatt, J. (2012). The Current and Future Impacts of the 2007-2009 Economic Recession on the Festival and Event Industry. *International Journal of Event and Festival Management*. 3(2): 137-148.

Lewis, C ve Pile, S. (1996). Woman, Body, Space: Rio Carnival and The Politics of Performance. *Gender, Place and Culture*. 3(1): 23-41.

Mair, J. (2011). Events and Climate Change: An Australian Perspective. *International Journal of Event and Festival Management*. 2(3): 245-253.

Mathieson, A. ve Wall, G.(1993). *Tourism Economic, Physical and Social Impacts*. New York: Longman Scientifics & Technical.

Meryemana (2015). Meryem Ana Evi <http://www.meryemana.info/>, (12.11.2015).

Nolan, M. ve Nolan, S. (1992). Religious Sites as Tourism Attractions in Europe. *Annals of Tourism Research*. 19: 1-17.

Odio, M. A., Walker, M. ve Kim, M. (2013). Examining the Stress and Coping Process of Mega-event Employees. *International Journal of Event and Festival Management*. 4(2): 140-155.

Okuyucu, A. ve Somuncu, M. (2014). Türkiye’de İnanç Turizmi: “Bugünkü Durum, Sorunlar ve Gelecek”. İnanç Turizmi. (11-46) Konya: Çizgi Kitapevi.

Olsen, D. H. (2010). Pilgrims, Tourists and Max Weber’s “Ideal Types”. *Annals of Tourism Research*. 37(3): 848-851.

Olsen, D. H. (2012). Negotiating Identity at Religious Sites: A Management Perspective. *Journal of Heritage Tourism*. 7(4): 359-366.

Ökse, A. T. (2006). Eski Önasya’dan Günümüze Bahar Bayramları ve Bereket Törenleri. *Bilgi Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*. 36: 47-68.

Özgen, N. (2012). Siirt’in İnanç Turizmi Mekânları: Ziyaret (Veysel Karani) ve Tillo (Aydınlar) Örnekleri. *Eastern Geographical Review*. 17(27): 251-272.

Özkan, A. (2009). *Kardeş Bayramlar*. İstanbul: İnkılap Kitapevi.

Özşahin, E. (2012). İnanç Turizmi ve Jeomorfoloji İlişkisine Bir Örnek: Mekke (Suudi Arabistan). *Akademik Bakış Dergisi*. 32: 1-20.

Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*. 2: 1-14.

Pearce, F. (2009). Greenwash: Formula 1 Failing Miserably to Keep Max Mosley's Green Promises. *The Guardian*. <http://www.theguardian.com/environment/2009/may/14/formula-1-greenwash> (09.12.2015).

Presenza, A. ve Seehan, L. (2013). Planning Tourism Through Sporting Events. *International Journal of Event and Festival Management*. 4(2): 125-139.

Pourtaheri, M., Rahmani, K. ve Ahmadi, H. (2012). Impacts of Religious and Pilgrimage Tourism in Rural Areas: The Case of Iran. *Journal of Geography and Geology*. 4(3): 122-129.

Quinn, B. (2009). *Festivals, Events and Tourism*. London: The Sage Handbook of Tourism Studies.

Raj, R. ve Morpheth, N.D. (2007). "Introduction: Establishing Linkages between Religious Travel and Tourism", *Religious Tourism and Pilgrimage Festivals*. Wallingford: CAB International.

Ramchandani G. M. ve Coleman, R. J. (2012). Testing the Accuracy of Event Economic Impact Forecasts. *International Journal of Event and Festival Management*. 3(2): 188-200.

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

Ritchie, J. R. (1984). Assessing the Impacts of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues. *Journal of Travel Research*. 23(1): 2-11.

Ritchie, J.R. ve Crouch G.I., (2005), *The Competitive Destination, A Sustainable Tourism Perspective*. Wallingford, UK: CABI Publishing.

Robinson, P., Heitmann, S. ve Dieke, P. (2010). *Resource Themes of Tourism*. UK: CAB International.

Saayman, M. (2012). *An Introduction to Sport Tourism and Event Management*. SouthAfrica: SUN Press.

Saayman M. ve Saayman, A. (2012). The Economic Impact of the Comrades Marathon. *International Journal of Event and Festival Management*. 3(3): 220-235.

Sağlık, A., Kelkit, A. ve Sağlık, E. (2012). İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'nın İncelenmesi. *Ulusal Kırsal Turizm Sempozyumu* (ss.35-45) Aksaray. 20-22 Eylül 2012.

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

SCVB Sydney Convention and Visitors Bureau. (1997). *Tourism: Getting it Right for the Millenium. A report from Jon Hutchison, Managing Director of the Sydney Convention and Visitors Bureau to the Hon. John Moore MP*. Sydney: Minister for Science and Tourism.

Sevinç, H. ve Azgün, S. (2012). Bölgesel Kalkınma ve İnanç Turizmi Bağlamında Akdamar Kilisesi Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*. 2(2): 17-21.

SHackley, M. (2003). "Management Challenges for Religion-based Attractions". *Managing Visitor Attractions-New Directions*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Shuo, S. Y., Ryan, C. ve Liu, G. (2009). Taoism, Temples and Tourists: The Case Of Mazu Pilgrimage Tourism. *Tourism Management*. 30: 581-588.

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

Stefko, R., Kiraova, A. ve Mudrik, M. (2015). Strategic Marketing Communication in Pilgrimage Tourism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 175: 423-430.

Şen, L. M., Zengin, B. ve Taş, M. (2015). Hac ve Umre Organizasyonlarında Müşteri Memnuniyeti: Sakarya İli Alan Araştırması. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 6: 92-103.

Tavmergen, İ. P. ve Aksakal, E.G. (2004). *Kongre ve Toplantı Yönetimi*. Seçkin Yayıncılık: Ankara.

Tayfun, A. ve Arslan, E. (2013). Festival Turizmi Kapsamında Yerli Turistlerin Ankara Alışveriş Festivali'nden Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*. 5(2): 191-206.

T.C. Dışişleri Bakanlığı, (2015). G20. <http://www.mfa.gov.tr/g-20-tr.tr.mfa> (01.03.2016).

T.C. Başbakanlık Diyanet İşleri Başkanlığı, (2016). <http://www2.diyanet.gov.tr/Hacveumregenelmudurlugu/Sayfalar/HaberDetay.aspx?rid=75&lst=HaberlerListesi> (4.11.2016).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2016a). İnanç Turizmi <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,91578/inanc-turizmi.html> (05.10.2016).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2016b). İnanç Turizmi. <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,10173/inanc-turizmi.html> (11.10.2016).

T.D.K. (2015). http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.581c862d1acd11.24393329 (24.11.2015).

Tekin, Ö. A. (2014). İslami Turizm: Dünyadaki ve Türkiye'deki Genel Durum Üzerine Bir İnceleme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 7(29): 750-766.

TÜİK, (2016a). Turizm İstatistikleri. http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072 (03.11.2016).

TÜİK, (2016b). Turizm İstatistikleri. http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=328 (04.11.2016).

Turan, E. (2012). *Türkiye'de Yabancı Turizm Talebini Artırmada İnanç Turizminin Yeri ve Önemi*. (Uzmanlık Tezi). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım Ve İşletmeler Genel Müdürlüğü.

Turner, V. ve Turner, E. (1978). *Image and Pilgrimage in Christian Culture: Anthropological Perspective*. Oxford: Basil Blackwell.

Türk Yahudileri, (2016). Türkiye’de Yahudiler. <http://www.turkyahudileri.com/content/view/722/276/lang,tr/>, (25.08.2016).

Türnüklü, A. (2001). Eğitim Bilim Alanında Aynı Araştırma Sorusunu Yanıtlamak İçin Farklı Araştırma Tekniklerinin Birlikte Kullanılması. *Eğitim ve Bilim Dergisi*. 26(120): 8-13.

Tyrrell, T. J. ve Johnston, R. J. (2006). The Economic Impacts of Tourism: a Special Issue. *Journal of Travel Research*. 45(1): 3-7.

Uygur, S. M. ve Çelik, A. (2010). Etkinlik Turizminin Algılanan Sosyo-ekonomik Etkilerini Belirlemeye Yönelik İstanbul Destinasyonunda Bir Araştırma. *İşletme Fakültesi Dergisi*. 11(1): 35-50.

Vukonic, B. (1992). Medjugorje’s Religious and Tourism Connection. *Annals of Tourism Research*. 19(1): 79-91.

Vukonic, B. (1996). *Tourism and Religion*. Oxford: Pergamon, Elsevier Science Ltd. Tourism Social Science Series.

Weed, M. ve Bull, C. (2004). *Sports Tourism: Participants, Policy and Providers*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Whatmore, S. ve Torne, L. (1998). Wild(er)ness: Reconfiguring the Geographies of Wildlife. *Transactions of the Institute of British Geographers*. 23(4): 435-454.

Willson, G. B., McIntosh, A. J. ve Zahra, A. L. (2013). Tourism and Spirituality: A Phenomenological Analysis. *Annals of Tourism Research*. 42: 150-168.

Wong, C. U. I., McIntosh, A. ve Ryan, C. (2013). Buddhism and Tourism Perceptions of the Monastic Community at Pu-Tuo-Shan, China. *Annals of Tourism Research*. 40: 213-234.

Yang, X., Reeh, T. ve Kreisel, W. (2011). Cross-Cultural Perspectives on Promoting Festival Tourism-An Examination of Motives and Perceptions of Chinese Visitors Attending the Oktoberfest in Munich (Germany). *Journal of China Tourism Research*. 7: 377-395.

Yıldırımsal, K. (2014). Hititlerde Bahar Bayramı. <http://www.turkishnews.com/tr/content/tag/antahsum-bayrami/> (10.11.2015).

Yolal, M., Cetinel, F., and Uysal, M. (2009). An Examination Of Festival Motivation and Perceived Benefits Relationship: Eskişehir International Festival. *Journal of Convention and Event Tourism*. 10(4): 276–291.

Yu, L., Wang, C. ve Seo, J. (2012). Mega Event and Destination Brand: 2010 Shanghai Expo. *International Journal of Event and Festival Management*. 3(1): 46-65.

Yukuş, A. (2014). Umreye gidenlerin sayısı 400 bini aştı. *Habertürk*. <http://www.haberturk.com/yasam/haber/919180-umreye-gidenlerin-sayisi-400-bini-asti> (04.11.2016).

Yüksel, A.H. (1993). *Uygarlık Tarihi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Zaman, M. (2005). Türkiye'nin Önemli İnanç Turizmi Merkezlerinden Biri: Sümela (Meryamana) Manastırı. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 6(2): 1-24.