

ANKARA’NIN İNANÇ TURİZMİ POTANSİYELİ VE YEREL HALKIN İNANÇ TURİZMİ BAKIŞ AÇISINA YÖNELİK ÇIKARIMSAL ANALİZİ

Sedat ÖNER¹

Emrullah CANSU²

ÖZ

Türkiye tarihinde birçok medeniyete ev sahipliği yapması ve Asya ile Avrupa kıtaları arasında köprü niteliği taşıyan coğrafi konumda olmasından ötürü gün geçtikçe turizmdeki rağbeti artmaktadır. Bu rağbet ülkenin değil, bölgede bulunan ve inanç turizmine bağlı olan destinasyonların da oldukça önemli bir yere sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Bölgede bulunan bu destinasyonlar, inanç merkezlerini görmek isteyen turistler tarafından ilgi odağı haline gelmektedir. Bu anlatılanlar ışığında araştırmanın amacı; Ankara ilinin inanç turizmi potansiyelini tespit etmektir. Araştırmayı gerçekleştirmek için alanyazın taraması yapılmış ve akabinde nicel bir ölçek geliştirilmiştir. Ankara’da yaşayan 5.445.026 kişiden gönüllülük ve yargısal esasına dayanan 586 kişiye web tabanlı ve yüz yüze olmak üzere anket uygulanmıştır. Toplanan verilerin katılımcılara ait demografik özellikleri sıklık ve yüzdelerle çözümlenmiştir. Ankara halkının inanç turizmine bakışını ölçen ifadelerle ise faktör analizi uygulanmıştır. Analiz sonrası dört boyut elde edilmiştir. Elde edilen boyutlar Mann Whitney U, Kruskall Wallis ve Tamhane’s T2 testleri ile çözümlenmiştir. Dahası, boyutlar arasında anlamlı ilişkinin olup olmadığını öğrenmek için korelasyon analizi yapılmıştır. Sonuç olarak yerel halkın inanç turizmine bakışının demografik değişkenlere göre farklılık gösterdiği ortaya konmuştur. Ayrıca Ankara’nın inanç turizmi kapsamında yeterince eser ve destinasyona sahip olduğu ancak tanıtımlarının yeterince yapılmadığı da çıkan sonuçlar arasındadır.

Anahtar Sözcükler: *Turizm, İnanç Turizmi, Yerel Halk, Ankara*

JEL Kodu: L83, Z12

Geliş **Submitted** 31.08.2018

Kabul **Accepted** 22.10.2018

¹Bilim Uzmanı, Kastamonu Üniversitesi, SBE, Turizm İşletmeciliği ABD, sedat_0619@hotmail.com
Orcid numarası: 0000-0001-5314-1024

²Bilim Uzmanı, Kastamonu Üniversitesi, SBE, Turizm İşletmeciliği ABD, emrullahcansu58@gmail.com
Orcid numarası: 0000-0002-9194-348X

FAITH TOURISM POTENTIAL IN ANKARA AND INFERENTIAL ANALYSIS OF LOCAL PEOPLE FROM THE PERSPECTIVE OF FAITH TOURISM

ABSTRACT

Due to making home to many civilizations in the history and the geographical position of Turkey, which has a characteristic bridge between the continents of Europe and Asia, demand is increasing day by day in the tourism. This is not because of the desire of the country, but because of the fact that the destinations in the region and affiliated to faith tourism also have a very important place. These destinations, which are located in the region, are becoming the focus of attention by tourists who want to see centers of faith. The purpose of this research is to determine the potential of religious tourism in Ankara Province. In order to carry out the research, the literature was searched and then a quantitative scale was developed. A questionnaire was applied to 586 on web-based and face-to-face survey, people based on volunteerism and judicial principle living 5,445,026 people in Ankara. The demographic characteristics of the participants' data were analyzed by frequency and percentage. Factor analysis was applied to the statements of the people of Ankara that measured the view of faith tourism. After analysis, four dimensions were obtained. Mann Whitney U, Kruskal Wallis and Tamhane's T2 tests were used to analyze the obtained dimensions. Furthermore, a correlation analysis was conducted to find out whether there was a meaningful relationship between dimensions. As a result, it has been revealed that the view of local people on faith tourism differs according to the demographic variables. In addition, it is stated that Ankara has enough artifacts and destinations within the scope of faith tourism but its promotion has not been done sufficiently.

Key Words: *Tourism, Faith Tourism, Local People, Ankara*

JEL Code: L83, Z12

GİRİŞ

Turizm kavramı, konuya ve konuyla ilgilenenlerin bakış açılarına göre tanımının değiştiği bir kavramdır. Bu sebepten ötürü birçok şekilde tanımlanabilir. Ancak turizmi genel olarak insanların sürekli ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışında, yerleşmemek ve ekonomik anlamda gelir elde etmemek şartıyla, dinlenme, eğlenme, merak, spor, sağlık, kültür, deneyim kazanma, akrabalarını

ziyaret etme, kongre ve seminerlere katılma, dini ibadetlerini yerine getirme gibi kişisel nedenlerle, kişisel ya da toplu olarak yaptıkları seyahatler olarak tanımlamak mümkündür (Sargın, 2006: 2). Bugün önemli bir hal alan turizm içerisinde endişe ve varlığı da barındırmaktadır. Her ülkede turizm bakanlıkları ve turizm yüksek konseyleri mevcuttur. Bu birimler her yıl turist sayılarını sayar, ülkelerinde ne kadar harcama yapıp, kaç gece/gündüz kaldıklarını araştırırlar. Turistler bu seyahatleri sağlık, inanç veya eğlence gibi birçok amaçla gerçekleştirmektedirler (Al-Amin, 2002: 32).

Turizmin ülke ekonomisindeki yeri ve önemi gün geçtikçe artmaktadır. Kıyı turizmi haricindeki turizm çeşitlerine olan ilginin artması, ülkelerin turizm çeşitlendirmesi yapmasını sağlamıştır. Bunlar arasında; kongre, kültür, inanç, deniz, sağlık, spor vb. sayılabilir. Son yıllarda önemi hızla artan ve ülkelerin tanıtımında önemli katkısı olan turizm çeşitlerinden biri de inanç turizmidir (Çelik, 2008: 23). İnsanların gerek mensubu oldukları dinin kutsal mekânlarını ve gerekse dini liderlerinin yaşadıkları yerleri görmek istemeleri sonucunda ortaya çıkan inanç turizmi önemli alternatif turizm çeşitleri arasında yer almaktadır (Sezgin, 1995: 9).

Türkiye özellikle İslamiyet ve Hristiyanlık bakımından önemli bir mirasa sahiptir. Türkiye'nin çeşitli alanlarından yer alan bu miraslar, ekonomik gelişmede önemli rol oynamaktadırlar. Bu mirasların turizm amaçlı kullanıma kazandırılmaları bölgesel gelişmenin sağlanması bakımından da faydalı olacaktır. Türkiye'de özellikle geri kalmış bölgelerin sahip oldukları miras ve inanç turizmi çekicilikleri harekete geçirilebilirse bu bölgeler için ekonomik canlanma ve yoksulluğun kısmen azaltılması sağlanabilir. Çünkü turizm yeni iş alanları yaratabilmekte ve yerel halkın gelirlerini arttırabilmektedir. İnanç temelli turizmin geliştirilmesi aynı zamanda farklı etnik grup ve inanışlardaki insanları bir araya gelmesini sağlayacağından, çeşitli etnik çatışmaların azalmasında da rol oynayacaktır (Okuyucu ve Somuncu, 2013: 641).

Türkiye'nin başkenti olan Ankara önemli inanç turizmi çekim merkezlerindedir. Özellikle de içerisinde birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması bunun en önemli etkenleri arasındadır. Bu medeniyetlerden kalan dini yapıtlar ve eserler bu şehri inanç turizmi kapsamında önemli bir noktaya taşımıştır. En çok ziyaret edilen ve en önemli sayılabilen yapıtlar ve eserler arasında "Hacı Bayram Cami ve Türbesi, Karacabey Cami, Arslanhane Cami, Augustus Tapınağı, Samanpazarı Sinagogu" bulunmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018).

Yukarıda aktarılan bilgiler ışığında, araştırmada şu soruların cevapları aranmıştır.

- Yerel halk olarak inanç turizmi hakkında bilgi düzeyi nedir?

- Ankara ilindeki inanç turizm potansiyeli nedir?
- Yerel halkın, gelişecek olan inanç turizmine bakışı nedir?

Yukarıdaki bilgiler ışığında ise araştırmanın amacı, inanç turizminin başarısında anahtar bir rol oynayan yerel halkın bakışlarının saptanmasıdır. Bu amaçlar doğrultusunda araştırma, Ankara’da inanç turizmi kapsamındaki eserlerin ve destinasyonların üzerindeki ilgi eksikliğine ve bölgedeki inanç turizmine yeteri kadar önem verilmemesi problemlerine çözümler sağlayacaktır. Ankara’da bulunan inanç turizmi potansiyelin ne olduğunun tespitinin belirlenip, Türkiye turizmine kazandırılmasını ise araştırmanın önemini oluşturmaktadır. Diğer bir önemi ise Ankara’da var olan inanç turizminin gelişmesine yönelik katkıda bulunmaktır. Ayrıca çalışmanın akademik alanyazına katkı sağlamasının yanı sıra, veri bankası olması açısından kent planlamacılarına, mülki ve idari sorumlularına da katkı sağlayacaktır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Turizm, insanların eğlenmek, dinlenmek, sosyalleşmek ve deneyim kazanmak gibi birçok amaç doğrultusunda, yaşadıkları yerlerden başka yerlere kişisel ya da toplu olarak gerçekleştirdikleri seyahatler veya geçici konaklama faaliyetleridir. Bu seyahatlerin turizm faaliyeti sayılabilmesi için, turistlerin gittikleri yerlerde en az bir gece konaklaması ve turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep etmeleri gerekmektedir (Özgüç, 2003: 15). F. Norvel’in tanımına göre turistler, sürekli olarak kalmak ve para kazanmaktan farklı bir amaç ile yabancı bir ülkeye giden ve geçici bir süre kalacağı bu yerde başka memlekette kazandığı parayı harcayan kimselerdir (Evliyaoğlu, 1989: 49). OECD’nin (İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı) turizm komitesince kabul edilen ve (1937 tarihli) Birleşmiş Milletlerce belirtilen turist tanımı ise zevki için, tatil gayesiyle, ailevi, sıhhi vb. sebeplerle seyahat edenler, bilimsel, idari, diplomatik, dini, sportif vb. sebeplerle veya bu çeşit toplantılara katılmak amacıyla seyahat edenler, iş seyahati yapanlar, deniz gezileri yapanlar olarak tanımlanmıştır (Bayer, 1992: 4).

Kutsal yerlerin çeşitli dinlere mensup turistlerce ziyaret edilmesinin, turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi “İnanç Turizmi” olarak tanımlanmaktadır (Sargın, 2006: 3). Bütün dinlerin rehberleri, dini mekânların, kutsal şehir ve tapınakların inananları tarafından ziyaret edilmesini şart koyarken aynı zamanda ekonomik bir hareket başlatmışlardır. Bunun sonucu olarak, günümüze kadar geçen süreçte, dini şehir ve tapınakların bulunduğu ülkeler, bu ziyaretlerden sürekli fayda sağlamışlardır. Ayrıca kutsal şehirlerde görülen zenginlik ve refah düzeyi, egemen gücün bu merkezlerde bulunması ve elde ettiği zenginliği bu merkezlere

yatırmasından ötürü bu tür dini seyahatleri de tetiklemiştir (Kaya, 1999: 6). Özellikle de İslam dünyasının en önemli inanç turizmi seyahatlerinin başında Mekke ve Medine gelmektedir. Ayrıca Hristiyanlıkta Efes, Roma, Kudüs, Musevilikte de yine Kudüs destinasyonları en çok ziyaret edilen merkezlerin başında gelmektedir (Bahar, 2015: 2-3).

İnanç turizmi tarihsel bir süreç açısından incelenirse, ilk seyahatlerin hac amaçlı seyahatler ile başladığı bilinmektedir. Dini inancı olan kutsal yerler insanın ve toplumun hayatına yön veren ve anlam kazandırıp hayatına etki eden olgulardır. İnsanlar yaratılışı gereği hangi inanca sahip olursa olsun kutsal yerlere ihtiyaç duymuşlardır. Çünkü kutsal yerler insanların ilahi âlem ile dünyevi âlemin kesiştiği, yaratıcı ile insanın buluşup, huzurda hissettiği yerlerdir (Eyckay, 2013: 18).

Anadolu tarihi boyunca birçok medeniyete yuva olmuştur. Hititler, Yunanlılar, Romalılar, Bizanslılar, Osmanlılar gibi birçok milletin kültürünü de içerisinde barındırmıştır. Dünyada en çok yayılan üç dinin (Müslümanlık, Hristiyanlık ve Yahudilik) Anadolu topraklarında olgunlaşmasından ve yayılmasından ötürü Türkiye inanç turizmi kapsamında ziyaret edilen önemli çekim merkezi konumundadır. Bu yüzden de bu miras dinin ve inancın gelişmesi için oldukça önemli sayılmaktadır (Göktaş, 2016: 24). Dahası, Anadolu geçmiş ile geleceğin barışı ve huzurunun bir kanıtı olarak görülmektedir. Özellikle de Hristiyanlık için bu topraklar “Açık Hava Müzesi” olarak adlandırılmaktadır (Aktas ve Ekin, 2015: 170). Örneğin Aziz Paul Tarsus’ta doğdu ve birkaç yıl Antakya’da yaşadı. Sonrasında Göreme, Konya, Yalvaç, Efes gibi yerler olmak üzere neredeyse bütün Türkiye’yi dolaştı ve oralarda Hristiyanlığı sevdirdi (Güçlü, 1998).

2007 yılında Türkiye’ye inanç turizmi kapsamında gelen turist sayısı 143.969 kişi ile zirveye ulaşmıştır. Ancak bu sayılarda yıllar geçtikçe ani düşüşler yaşanmıştır (Göktaş, 2016: 25). 2016 verilerine bakıldığında gelen ziyaretçi sayısı 47.329 kişiye kadar düşmüştür. Ancak 2017 yılında inanç turizmi kapsamında gelen turist sayılarına bakıldığında ise 27.005 kişi ile son 15 yılın en büyük düşüşünün gerçekleştiği görülmektedir (TÜİK, 2018).

Söz konusu araştırmalar inanç turizmi kapsamındaki turistlerin sayılarının günden güne düştüğünü göstermektedir. Bundan ötürü bu araştırmalar çalışmanın kuramsal çerçevesini belirleyebilmek için de önemlidir. Bu doğrultuda araştırma sorularının ve hipotezlerin oluşturulması, ilişkilendirilmiş alanyazında yer alan çalışmalara dayandırılmıştır.

ALANYAZIN TARAMASI

Yerel halkın inanç turizmi potansiyeli konulu alanyazın taraması gerçekleştirilmiştir. Konuyla ilgili çeşitli çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Yapılan bu çalışmalardan bazıları, konu bakımından yakınlığına göre aşağıda sıralanmıştır.

Eşitti ve Kınır'ın (2015) Konya ili örneğinde kalkınma ve inanç turizmi konulu yaptıkları çalışmada, İnanç turizminin Konya ekonomisi, kültürel yapısı, değerlerin korunması, yeni iş alanlarının açılması, kadın istihdamı ve kadınlara yönelik iş imkânları, çevrenin korunması, eğitim düzeyi, okullaşma ve yabancı dil eğitimi alanlarındaki tespitlerin yapılarak bölgedeki inanç turizminin önemini ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu amaca ulaşılabilmesi için nitel araştırma yöntemlerinden olan görüşme tekniği kullanılmıştır. Yerel yöneticiler, akademisyenler ve yerel halktan katılımcılar tarafından kenti şekillendirip, kalkınmasında inanç turizminin büyük oranda katkı sağladığı çıkan sonuçlar arasındadır. Ayrıca kentteki yapılaşmanın artması durumu, turistik potansiyel açısından kaygı uyandırmakta olduğu da çıkan önemli bir sonuçtur.

İbret, Aydınöz ve Uğurlu'nun (2015) birlikte yaptığı Kastamonu şehrinde kültür ve inanç turizmi konulu çalışmasında bölgede kültür ve inanç turizmi kapsamında yer alan önemli uğrak noktaları hakkında tespitler yapıp, çıkan potansiyel durumun ortaya konulması hedeflenmiştir. Elde edilen verilerin SWOT-GZFT analiz yöntemiyle güçlü ve zayıf yanları ile fırsatlar ve tehditleri belirlenmeye çalışılmıştır. Ortaya çıkan sonuçlar arasında, Kastamonu'nun mevcut turizm potansiyelinin farklı beklentilere sahip insanların ihtiyaçlarını karşılayabilecek durumu olduğu görülmektedir. Bölgedeki camiler, mescitler, türbeler, hanlar, medreseler, bedestenler vb. tarihi ve doğal güzelliklere rağmen mevcut turizminin gelişmemekte olduğu görülmektedir. Bu durumun nedenleri arasında ise tanıtım eksikliği olduğu tespit edilmiştir.

Tapur'un (2009) Konya ilinde kültür ve inanç turizm konulu yaptığı çalışmada, bölgenin kültür ve inanç turizmi potansiyelinin araştırılması amaçlanmıştır. Bu amaca ulaşılabilmesi için ise 2008 yılında kültür ve inanç turizmi bağlamı olan yerlerde alan çalışması ve gözlemler yaparak, ilgili yerler ile de görüşme ve mülakatlar gerçekleştirmiştir. Elde edilen veriler daha sonra SWOT-GZFT analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Konya ilinin M.Ö.5500 yıllarına kadar uzanan tarihi yerleşimi, Hristiyanlık mabetleri gibi çok sayıda esere ev sahipliği yapması, Selçuklulara başkentlik yapması, Karamanoğulları beyliği ve Osmanlıların bölgede önemli tarihi eser ve yapı bırakmış olması gibi nedenlerden dolayı

bölgenin kültür ve inanç turizmi açısından önemli bir potansiyeli olduğu ortaya çıkan sonuçlar arasında yer almıştır.

Bingöl'ün (2004) Akdeniz bölgesinin kültür ve inanç turizmi potansiyelinin değerlendirmesi konulu yaptığı çalışmada, bölgede yer alan tarihsel, kültürel ve dinsel değerleri korumak ve gelecek kuşaklara da aktarmak istenmesi üzerine bu tür değerlerin analizlerini yapmayı ve daha sonra ise kültür ve inanç turizmi kapsamında değerlendirilmesinin önemini vurgulanması amaçlanmıştır. Çıkan sonuçlar arasında ise, Akdeniz bölgesinde çok sayıda kültürel, tarihsel ve dinsel eserler bulunmak olmasına rağmen bölgede daha çok doğal güzellik, deniz, kum, güneş ve yat turizmi ön plana çıkmıştır.

Kasim (2011), Malezya'da dini bir etkinliğin önemini anlaşılmasını tartışmakta olan ve inanç turizmi destinasyonlarının yönetim yaklaşımlarındaki dengeleri hakkında fikirler ileri süren bir çalışma gerçekleştirmiştir. Batu mağaralarındaki gerçekleşen Thaipusam etkinliğini konu edilen bu çalışmanın bulguları, Utara Malezya Üniversitesi öğrencilerinin Hindu ebeveynleri ile yapılan açık uçlu anket soruları ile elde edilmiştir. Sonuçlar arasında, Thaipusam'ın önemli bir etkinlik olduğu ve toplulukları bir araya getirip, onları tanrıya daha çok yaklaştırdığı tespit edilmiştir. Ayrıca Batu Mağaraları'nda yapılan dini çağırımların, tapınağın büyüklüğü, benzersizliği ve orada kendilerini adayın kişi sayısının daha fazla olmasından dolayı daha özel ve tatmin edici bulunmakta olduğu da çıkan sonuçlar arasındadır.

Elde edilen kaynaklar arasında inanç turizminin önemini vurgulanmasında kısıt ve eksiklikler var olduğu görülmektedir. Bu bağlamda Ankara ilindeki inanç turizmi kapsamındaki eserlerin ve destinasyonların önemini vurgulanması ve eksikliklerin giderilmesi için bu çalışma gerekli görülmüştür. Araştırma sonuçları doğrultusunda geliştirilen öneriler diğer bölgelerde yer alan inanç turizmi kapsamındaki eser ve destinasyonlardaki kısıt ve eksikliklerin de iyileştirilip, geliştirilmesi için katkı sağlayacağı düşünülmüştür. Ayrıca bu araştırma daha sonra yapılacak akademik çalışmalara da kaynak açısından destek sağlayacaktır.

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Araştırma, tarama modellerinden tekil tarama modeli kullanılarak yapılmıştır. Tarama modeli, var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan yaklaşımlardır. Olayların nedenleri üzerinde durmak yerine, onların içinde buldukları koşulları, özellikleri ve aralarındaki ilişkiyi bulmaya çalışmaktadır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne,

kendi koşulları içinde var olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır. Onları herhangi bir şekilde değiştirme, etkileme çabası gösterilmez. Tekil tarama modeli; değişkenlerin tek tek, tür ya da miktar olarak oluşumlarının belirlenmesi amacı ile yapılan araştırma modelidir (Karasar, 2008). Bu çalışmada tekil tarama yöntemiyle, Ankara'daki yerel halkın inanç turizmine bakışı incelenmiştir.

Araştırmanın Anakütlesi ve Örneklemi

Araştırma evrenini belirlemek, verilerin hangi birimlerden elde edileceğini ve araştırma sonucunda yapılacak genellemelerin kimleri veya neleri kapsayacağını saptamak anlamını taşımaktadır (Ural ve Kılıç, 2005: 33). Örneklem ise, “bir çalışma için seçildikleri büyük grubu (evren) temsil edebilecek şekilde, grup içerisinde belli sayıda elemandan oluşan, bir alt elemanlar grubu oluşturulması sürecidir. Örneklemenin amacı, araştırmacıya evren hakkında genellemeler yapabileceği bilgiyi, evrenin bütününe tek tek araştırmasına gerek kalmadan sağlamaktır” (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2010: 131). Çalışmanın evreni Ankara'da yaşayan Adrese Dayalı Nüfus Sayımı Sistemi(ADNKS)'nde belirlenen 5.445.026 kişi oluşturmuştur. Araştırmada daha güvenilir ve geçerli yanıtlar alabileceğine inanılan 15–64 yaş aralığındaki 3.853.817 kişi oluşturmuştur (TÜİK, 2017). Nüfusu temsile yeterli örneklem sayısı 586'dır.

Veri Toplama Tekniği ve Analizi

Bu çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden olan anket tekniği kullanılmıştır. İlgili alanyazın taranmış ve daha önceki çalışmalarda kullanılmış uygun bir ölçek bulunmuştur. Şahiner'in (2012) “*İnanç turizmi potansiyeli ve halkın inanç turizmine bakış açısından Karaman*” adlı çalışması için geliştirmiş olduğu ölçekten yararlanılmıştır. Yararlanılan ölçekten yalnızca çalışma için uygun görülen kısımlar alınmıştır. Akabinde sorular eklenerek ölçek yeniden geliştirilmiştir. Araştırmayı oluşturan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik özellikleri belirlemeye yönelik 7 ifade yer almıştır ve katılımcılardan elde edilen verilere göre sıklık ve yüzdelerle çözümlenmiştir. İkinci bölümde ise katılımcıların yerel halkın inanç turizmine olan bakışını ölçen 14 ifadeye yer verilmiştir. Verilerin çözümlenmesinde sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılan SPSS 22 istatistik programı kullanılmıştır. İfadeler (önermelere) güvenilirlik ve faktör analizine tabi tutulmuştur. Araştırma hipotezlerinin test edilmesi amacıyla Mann Whitney U, Kruskal Wallis, korelasyon ve Tamhane's T2 testleri uygulanmış ve çıkarımlar yapılmıştır.

BULGULAR

Güvenirlilik, araştırma sonuçlarının tekrar edilebilirliği ile ilgilidir. Dış güvenirlilik, araştırma sonuçlarının benzer ortamlarda aynı şekilde elde edilip edilemeyeceğine, iç güvenirlilik ise başka araştırmacıların aynı veriyi kullanarak aynı sonuçlara ulaşım ulaşmayacağı ile ilişkilidir (Şimşek ve Yıldırım, 2011: 255). Sosyal bilimlerde, Alfa yöntemi kullanılarak yapılan güvenirlilik analizi sonucu elde edilen Cronbach Alfa değerinin 0.60'ın üzerinde olduğu durumlarda ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilir (Kalaycı, 2009: 404). Bu çalışmada kullanılan ölçeğin Alfa yöntemi kullanılarak güvenirlilik analizine tabi tutulması sonucunda Cronbach Alfa değeri 0.840 olarak bulunmuştur. Bu oran kullanılan ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

DEĞİŞKENLER							
Katılımcıların Yaşı	Sıklık	%	Birikimli%	Eğitim Durumları	Sıklık	%	Birikimli %
15-24 Yaş Arası	92	15,7	15,7	İlkokul	8	1,4	1,4
25-35 Yaş Arası	354	60,4	76,1	Ortaokul	44	7,5	8,9
36-55 Yaş Arası	60	10,2	86,3	Lise	234	39,9	48,8
56+	80	13,7	100,0	Ön Lisans	96	16,4	65,2
Toplam	586	100,0		Lisans	174	29,7	94,9
				Lisansüstü	30	5,1	100,0
Cinsiyeti				Toplam	586	100,0	
Kadın	268	45,7	45,7				
Erkek	318	54,3	100,0	Gelir Durumu			
Toplam	586	100		Geliri Yok	84	14,3	14,3
Medeni Durumları				751-1000₺ Arası	26	4,4	18,8
Evli	308	52,6	52,6	1001-2000₺ Arası	342	58,4	77,1
Bekâr	278	47,4	100,0	2001-3000₺ Arası	120	20,5	97,6
Toplam	586	100,0		3000₺ + Üzeri	14	2,4	100,0
				Toplam	586	100,0	
				Ankara'da Yaşam Süresi			
				0-5 Yıl	42	7,2	7,2
Çalışma Durumları				6-10 Yıl	66	11,3	18,4
Çalışmıyor	104	17,7	17,7	11-15 Yıl	52	8,9	27,3
Özel Sektör	310	52,9	70,6	16-20 Yıl	104	17,7	45,1
Kamu Sektörü	172	29,4	100,0	20+ Yıl	322	54,9	100,0
Toplam	586	100,0		Toplam	586	100,0	

Tablo 1.'de katılımcıların demografik özellikleri verilmiştir. Katılımcılardan elde edilen bulgulara göre yaşları, 354 kişi ile toplamın %60,4'ünü 25-35 yaş aralığında olanlar oluşturmuştur. Cinsiyeti durumları ise erkek olanların kadın olanlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Çalışma durumları 310 kişi ile toplamın %52,9'unu özel sektörde çalışanlar oluşturmuştur. Eğitim durumlarında birinci sırada 234 kişi ile toplamın %39,9 ile lise mezunu olanlar yer alırken, 174 kişi ile toplamın %29,7'i ile ikinci sırada lisans mezunu olanlar yer

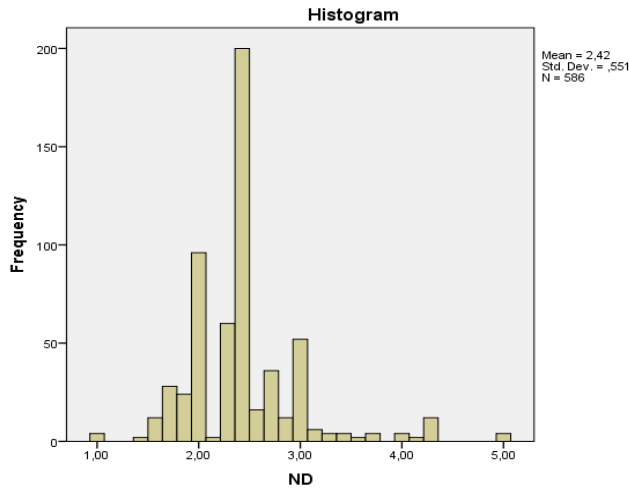
almıştır. 352 kişi ile toplamın %58,4'ünün 1001–2000 TL arasında gelire sahip olanlar oluşturmuştur. Son olarak 322 kişi ile toplamın %54,9'unu 20 yıl üzeri yaşayanlar oluşturmuştur.

Tablo 2. Katılımcıların İnanç Turizmine Bakış Açısını Ölçen İfadelere İlişkin Bulgular

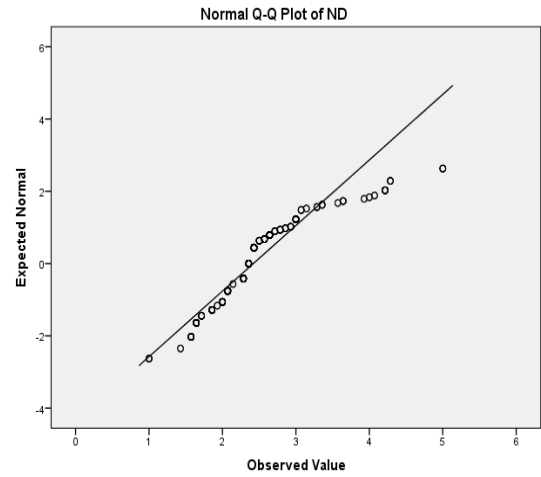
No	İfadeler		1	2	3	4	5	S.S
1	Ankara'da inanç turizmi, yöre halkının gelen turistlerin kültürel özelliklerinden etkilenmesine sebep olacaktır.	N	200	230	58	68	30	1,16058
		%	34,1	39,2	9,9	11,6	5,1	
2	Farklı dinlere ait tarihi mekânların restore edilmesinden endişe duyuyorum.	N	10	22	48	214	292	,89508
		%	1,7	3,8	8,2	36,5	49,8	
3	İnanç turizmi geliştikçe, Ankara halkının davranışı değişecektir.	N	94	226	164	80	22	1,03485
		%	16,0	38,6	28,0	13,7	3,8	
4	İnanç turizmi adı altında misyonerlik faaliyeti yapılmaktadır.	N	130	212	182	34	28	1,03691
		%	22,2	36,2	31,1	5,8	4,8	
5	İnanç turizmi, geliştikçe Ankara halkının diğer inançlara ilgisini arttıracaktır.	N	158	160	204	28	36	1,11151
		%	27,0	27,3	34,8	4,8	6,1	
6	İnanç turizmi, şehirdeki eğlence kültürünün değişmesine neden olacaktır.	N	144	180	204	34	24	1,03918
		%	24,6	30,7	34,8	5,8	4,1	
7	İnanç turizmi varlıklarının halka daha iyi tanıtılması amacıyla programlar düzenlenmelidir.	N	216	288	52	14	16	,88171
		%	36,9	49,1	8,9	2,4	2,7	
8	Dünya barışının sağlanmasında ve ülkelerin birbirleriyle yakınlaşmalarında inanç turizminin turistik hareketliliğinin etkisi olduğunu düşünüyorum.	N	230	258	64	16	18	,93286
		%	39,2	44,0	10,9	2,7	3,1	
9	Ankara'daki inanç turizminin dinler arası etkileşime katkısı olacağını düşünüyorum.	N	182	214	148	22	20	1,00396
		%	31,1	36,5	25,3	3,8	3,4	
10	Eski dönemlere ait dini inanç eserleri hepimizin ortak mirasıdır	N	140	372	52	12	10	,74882
		%	23,9	63,5	8,9	2,0	1,7	
11	İnanç turizmi, Ankara'nın inanç kültürünün gelişmesine katkı sağlayacaktır.	N	188	228	138	18	14	,94522
		%	32,1	38,9	23,5	3,1	2,4	
12	Hristiyan, Yahudi, Rum ve Ermenilere ait tarihi eserlerin restorasyonu, yabancıların burada hak iddia etmesine yol açar.	N	12	28	66	268	212	,91803
		%	2,0	4,8	11,3	45,7	36,2	
13	İnanç turizmi kapsamında Ankara'yı tanıtım amaçlı programlar düzenlenirse katılmak isterim.	N	120	288	148	12	18	,88562
		%	20,5	49,1	25,3	2,0	3,1	
14	Hacı Bayram Camii ve Türbesi, Kocatepe Camii, Augustus Tapınağı vb. dini eserler şehrin inanç turizmi açısından önemlidir.	N	230	280	50	14	12	,84836
		%	39,2	47,8	8,5	2,4	2,0	

1=Kesinlikle Katılıyorum, 2=Katılıyorum, 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4=Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılmıyorum N=586 %100

Verilerin faktör analizine uygunluğunun test edilmesi için, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği ve Bartlett küresellik testi uygulanmıştır. Sipahi, Yurtkoru ve Çinko (2008)'e göre verilerin faktör analizine uygun olması için KMO değeri 0,50'nin üzerinde ve Bartlett testi de 0,05 önem derecesinde anlamlı olması gerekmektedir. Geliştiren ölçeğin analizler sonucunda KMO değeri 0,750 olarak bulunurken, Bartlett küresellik testi 5517,107 ile sig. 0,000 düzeyinde anlamlı bulunmuş ve sonuçlar doğrultusunda faktör analizi yapılmaya uygun bulunmuştur. Tablo 3'te faktör analizi sonuçları verilmiştir. Ayrıca verilerin normal dağılıp dağılmadığı kontrol edilmiş ve verilerin normal dağılmadığı görülmüştür. Şekil 1.'de verilerin dağılımı histogram grafiği ve Şekil 2.'de verilerin dağılımı Q-Q saçılım grafiğine yer verilmiştir.



Şekil 1. Verilerin dağılımı histogram grafiği



Şekil 2. Verilerin dağılımı Q-Q saçılım grafiği

Tablo 3. Faktör Analizi Sonuçları

Faktör Adı	Değişkenler	Faktör Yüğü	Özdeğer	Açıklanan Varyans %
İnanç Turizmine Olan Düşünce	8. Dünya barışının sağlanmasında ve ülkelerin birbirleriyle yakınlaşmalarında inanç turizminin turistik hareketliliğinin etkisi olduğunu düşünüyorum.	,865	5,885	26,698
	13. İnanç turizmi kapsamında Ankara'yı tanıtım amaçlı programlar düzenlenirse katılmak isterim.	,762		
	10. Eski dönemlere ait dini inanç eserleri hepimizin ortak mirasıdır.	,746		
	14. Hacı Bayram Cami ve Türbesi, Kocatepe Camii, Augustus Tapınağı vb. dini eserler şehrin inanç turizmi açısından önemlidir.	,737		
	11. İnanç turizmi, Ankara'nın inanç kültürünün gelişmesine katkı sağlayacaktır.	,678		
	7. İnanç turizmi varlıklarının halka daha iyi tanıtılması amacıyla programlar düzenlenmelidir.	,676		
İnanç Üzerindeki Etkileri	4. İnanç turizmi adı altında misyonerlik faaliyeti yapılmaktadır.	,832	1,851	18,883
	5. İnanç turizmi, geliştikçe Ankara halkının diğer inançlara ilgisini arttıracaktır.	,819		
	6. İnanç turizmi, şehirdeki eğlence kültürünün değişmesine neden olacaktır.	,779		
Yerel Halk Üzerindeki Etkileri	1. Ankara'da inanç turizmi, yöre halkının gelen turistlerin kültürel özelliklerinden etkilenmesine sebep olacaktır.	,874	1,513	16,708
	3. İnanç turizmi geliştikçe, Ankara halkının davranışı değişecektir.	,806		
	9. Ankara'daki inanç turizminin dinler arası etkileşime katkısı olacağını düşünüyorum.	,610		
Kaygı Tutumu	12. Hristiyan, Yahudi, Rum ve Ermenilere ait tarihi eserlerin restorasyonu, yabancıların burada hak iddia etmesine yol açar.	,851	1,188	12,261
	2. Farklı dinlere ait tarihi mekânların restore edilmesinden endişe duyuyorum.	,778		

Kaiser-Meyer-Olkin=0,750, Bartlett's Test Of Sphericity=5517,107 (P=0,000), Açıklanan Toplam Varyans 74,550

Yerel halkın bakışı ölçeğinin alt boyutlarını belirlemek amacıyla faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi birimlerin çok sayıdaki birbirleri ile ilişkili özellikleri arasından, birlikte ele alınabilen, birbirleriyle ilişkisiz fakat bir oluşumu (olayı, fenomeni) açıklamakta yararlanabilecek olanlarını bir araya toplayarak (gruplayarak) yeni bir isimle, faktör olarak tanımlamayı sağlayan bir yöntemdir. İki temel amacı vardır. Birinci olarak değişken sayısını azaltmak, ikinci olarak ise değişkenlerin arasındaki ilişkiden yararlanarak bazı yeni yapılar ortaya çıkarmaktır (Patır, 2009: 70). Faktör analizi ile ilgili teknikler, genel olarak, “açıklayıcı (keşfedici) faktör analizi” ve “onaylayıcı (doğrulayıcı) faktör analizi” olmak üzere iki gruba ayrılır (Altunışık vd., 2010: 224). Açıklayıcı (keşfedici) faktör analizi, ağırlıklı olarak yeni geliştirilen ölçme araçlarının, faktör yapılarını ortaya koymak ve ölçme araçlarında yer alan, gözlenen değişkenlerden hareketle, daha az sayıda değişkene (yapıya) ulaşmayı amaçlamaktadır.

Doğrulayıcı (onaylayıcı) faktör analizi ise keşfedici faktör analizi ile daha önce belirlenmiş olan bir yapının sınanmasını veya yurtdışında geliştirilmiş olan bir ölçme aracının faktör yapısının, orijinal formu ile uyarlanmaya çalışıldığı kültürde tutarlılık gösterip göstermediğinin belirlenmesini amaçlamaktadır (Seçer, 2013: 118).

İnanç turizmine karşı bakışını ölçen 14 ifadeye doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Temel bileşenler yöntemi ve varimax döndürme yöntemi kullanılarak analiz yapılmıştır. Döndürme sonucunda dört farklı boyut elde edilmiş ve *İnanç Turizmine Olan Düşünce*, *İnanç Üzerindeki Etkileri*, *Yerel Halk Üzerindeki Etkileri* ve *Kaygı Tutumu* olarak adlandırılmıştır. Analizde faktör yükü 0,50 ve özdeğeri 1'in üzerinde olan değişkenler değerlendirmeye alınmıştır.

Tablo 4. Güvenirlilik Analizi Sonucu

Cronbach Alfa Katsayısı	Standartlaştırılmış Maddeler Cronbach Alfa Katsayısı	İfade/Faktör Sayısı	
0,840	0,838	14	
Faktör Analizi Sonrası			
<i>İnanç Turizmine Olan Düşünce, İnanç Üzerindeki Etkileri, Yerel Halk Üzerindeki Etkileri ve Kaygı Tutumu</i>			
0,840			
İnanç Turizmine Olan Düşünce	İnanç Üzerindeki Etkileri	Yerel Halk Üzerindeki Etkileri	Kaygı Tutumu
0,875	0,862	0,824	0,659

Elde edilen faktör analizi sonrasında *İnanç Turizmine Olan Düşünce* boyutunda 6 ifade yer alırken, en yüksek faktör yükü 0,865 iken en düşük faktör yükü 0,676 olarak bulunmuştur. *İnanç Üzerindeki Etkileri* boyutunda 3 ifade yer alırken, en yüksek faktör yükü 0,832 iken en düşük faktör yükü 0,779 olarak bulunmuştur. *Yerel Halk Üzerindeki Etkileri*

boyutunda 3 ifade yer alırken, en yüksek faktör yükü 0,874 iken en düşük faktör yükü 0,610 olarak bulunmuştur. *Kaygı Tutumu* boyutunda 2 ifade yer alırken, en yüksek faktör yükü 0,851 iken en düşük faktör yükü 0,778 olarak bulunmuştur. Bunun yanı sıra *İnanç Turizmine Olan Düşünce* boyutunun güvenilirliği 0,875, *İnanç Üzerindeki Etkileri* faktör boyutunun güvenilirliği 0,862 olarak ve *Yerel Halk Üzerindeki Etkileri* boyutunun güvenilirliği 0,824 olarak ve *Kaygı Tutumu* faktör boyutunun güvenilirliği 0,659 bulunmuştur. Ayrıca *İnanç Turizmine Olan Düşünce* boyutu 26,698, *İnanç Üzerindeki Etkileri* boyutu 18,883, *Yerel Halk Üzerindeki Etkileri* boyutu 16,708 ve *Kaygı Tutumu* boyutu 12,261 varyansı açıklarken, dört boyut toplamda 74,550 varyansı açıklamaktadır.

Araştırma verilerinde pearson korelasyon aracılığı ile faktörler arasındaki ilişkinin anlamlılığı analiz edilmiştir. Etmenlerin birbiriyle bütünüyle 0,000 düzeyinde anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Tablo 5.'te tüm değişkenler arasındaki korelasyon analizi verilmiştir. r 1'e yaklaştıkça aralarındaki pozitif (olumlu) yönlü ilişki kuvvetlenirken, r -1'e yaklaştıkça aralarındaki negatif (olumsuz) yönlü ilişki kuvvetlenmektedir.

Tablo 5. Korelasyon Analizi Sonucu

		İnanç Turizmine Olan Düşünce	İnanç Üzerindeki Etkileri	Yerel Halk Üzerindeki Etkileri	Kaygı Tutumu
İnanç Turizmine Olan Düşünce	Pearson Correlation	1	,460**	,533**	-,233**
	Sig. (2-Tailed)		,000	,000	,000
	N		586	586	586
İnanç Üzerindeki Etkileri	Pearson Correlation		1	,569**	-,284**
	Sig. (2-Tailed)			,000	,000
	N			586	586
Yerel Halk Üzerindeki Etkileri	Pearson Correlation			1	-,199**
	Sig. (2-Tailed)				,000
	N				586
Kaygı Tutumu	Pearson Correlation				1
	Sig. (2-Tailed)				
	N				

** . Correlation İs Significant At The 0.01 Level (2-Tailed).

Tablo 5.'te verilen korelasyon analizine göre, *İnanç Turizmine Olan Düşünce* ve *İnanç Üzerindeki Etkileri* boyutlarının arasında 0,460 düzeyinde pozitif yönlü orta derecede anlamlı bir ilişki vardır. Bu durum *İnanç Turizmine Olan Düşünce* boyutu artarken *İnanç Üzerindeki*

Etkileri boyutunun da aynı yönde arttığını ifade etmektedir. *İnanç Turizmine Olan Düşünce ve Yerel Halk Üzerindeki Etkileri* boyutları arasında 0,533 düzeyinde pozitif yönlü orta derecede anlamlı ilişki vardır. *İnanç Turizmine Olan Düşünce* boyutu artarken *Yerel Halk Üzerindeki Etkileri* boyutunun da aynı yönde arttığını ifade etmektedir. *İnanç Turizmine Olan Düşünce ve Kaygı Tutumu* boyutları arasında -0,233 düzeyinde negatif yönlü düşük derecede anlamlı ilişki vardır. Bu durum *İnanç Turizmine Olan Düşünce* boyutu artarken *Kaygı Tutumu* boyutu da ters yönde arttığını ifade etmektedir. *İnanç Üzerindeki Etkileri ve Yerel Halk Üzerindeki Etkileri* boyutlarının arasında 0,569 düzeyinde pozitif yönlü orta derecede anlamlı bir ilişki vardır. Bu durum *İnanç Üzerindeki Etkileri* boyutu artarken *Kaygı Tutumu* boyutunun da aynı yönde arttığını ifade etmektedir. *İnanç Üzerindeki Etkileri ve Kaygı Tutumu* boyutları arasında -0,284 düzeyinde negatif yönlü düşük derecede anlamlı ilişki vardır. Bu durum *İnanç Üzerindeki Etkileri* boyutu artarken *Kaygı Tutumu* boyutu da ters yönde arttığını ifade etmektedir. *Yerel Halk Üzerindeki Etkileri ve Kaygı Tutumu* boyutları arasında -0,199 düzeyinde negatif yönlü düşük derecede anlamlı ilişki vardır. Bu durum *Yerel Halk Üzerindeki Etkileri* boyutu artarken *Kaygı Tutumu* boyutu da ters yönde arttığını ifade etmektedir.

Araştırma bulgularının farklı değişkenlere göre farklılık taşıyıp taşımadığına yönelik geliştirilen hipotezler test edilerek, anlamlı farklar olup olmadığı ortaya konmuştur. Katılımcıların demografik özellikleri (yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu ve gelir durumları) ile katılımcıların inanç turizmine bakışları test edilmiştir. Yapılan normallik dağılımı analizlerinde verilerin normal dağılmadığı tespit edilmiştir. Bu sebeple veriler parametrik testleri uygulama koşullarını karşılamamakta olup, nonparametrik testlerin kullanılması uygun görülmüştür (Karagöz, 2010: 19). Bu durumda ikili bağımsız örneklerde Mann Whitney U, daha fazla değişkenlerde ise Kruskal Wallis testleri uygulanmıştır.

Hipotezler,

- **H₁**: Katılımcıların cinsiyetleri ile inanç turizmine bakışı arasında anlamlı fark vardır.
- **H₂**: Katılımcıların medeni durumları ile inanç turizmine bakışı arasında anlamlı fark vardır.
- **H₃**: Katılımcıların yaşları ile inanç turizmine bakışı arasında anlamlı fark vardır.
- **H₄**: Katılımcıların eğitim durumları ile inanç turizmine bakışı arasında anlamlı fark vardır.
- **H₅**: Katılımcıların gelir durumları ile inanç turizmine bakışı arasında anlamlı fark vardır.

Tablo 6. Katılımcıların cinsiyeti ile inanç turizmine bakış açısı

Cinsiyet	N	Sıra Ortalama	Sıra Toplam	U	W	p
Kadın	268	280,07	75058,00	39012,000	75058,000	0,77
Erkek	318	304,84	96933,00			
Toplam	586					

Tablo 6'ya göre, " H_1 = Katılımcıların cinsiyetleri ile inanç turizmine bakışı arasında anlamlı fark vardır." hipotezi $p=0,77>0,05$ olduğundan anlamlı fark olmadığı saptanmıştır. Bu sonuca göre H_1 hipotezi ret edilmiştir.

Tablo 7. Katılımcıların medeni durumları ile inanç turizmine bakış açısı

Medeni Durum	N	Sıra Ortalama	Sıra toplam	U	W	p
Evli	308	310,04	95492,00	37718,000	76499,000	0,012
Bekâr	278	275,18	76499,00			
Toplam	586					

Tablo 7'ye göre, " H_2 = Katılımcıların medeni durumları ile inanç turizmine bakışı arasında anlamlı fark vardır." hipotezi $p=0,012<0,05$ olduğundan anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır. Bu sonuca göre H_2 hipotezi kabul edilmiştir. Bu anlamlı farkın sıra ortalamaları incelendiğinde evli olanların (SO=310,04), bekâr olanlardan (SO=275,18) yüksek olduğu anlaşılmıştır. Bu durum evli olanların aile kavramından dolayı inançlarında daha baskın kurallarının olduğunu söylenebilir.

Tablo 8. Katılımcıların yaşları ile inanç turizmine bakış açısı

Yaş	N	Sıra Ortalama	sd	Ki ²	p	Fark
(1) 15-24	92	266,59	3	47,073	0,000	2-4 3-4
(2) 25-35	354	316,05				
(3) 36-55	60	345,43				
(4) 56+	80	185,70				
Toplam	586					

Tablo 8'e göre, "**H₃**= Katılımcıların yaşları ile inanç turizmine bakışı arasında anlamlı fark vardır." hipotezi $p=0,000<0,05$ olduğundan anlamlı fark olduğu saptanmıştır. Bu sonuca göre **H₃** hipotezi kabul edilmiştir. Anlamlı farklılığın hangi yaş grupları arasında olduğunu öğrenmek amacıyla veri setine Post Hoc (Tamhane's T2) testi yapılmıştır. Test sonucunda 25–35 yaş grubu ile 56+ yaş grubu arasında anlamlı farklılığın ($p=0,001$) ve 36–55 yaş grubu ile 56+ yaş grubu arasında anlamlı farklılığın ($p=0,004$) olduğu görülmüştür. 25–35 yaş grubunun (SO=316,05) sıra ortalaması ile 36–55 yaş grubunun (SO=345,43) sıra ortalamasının, 56+ yaş grubu (SO=185,70) sıra ortalamasından daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu durum 56 yaşın üzerinde olan katılımcıların, belirli inanç kalıplarının yerleşmesinden dolayı inanç turizmine olan bakışlarının daha isteksiz olduğu söylenebilir.

Tablo 9. Katılımcıların eğitim durumları ile inanç turizmine bakış açısı

Yaş	N	Sıra Ortalaması	sd	Ki ²	p	Fark
(1) İlkokul	8	230,00	5	56,480	0,000	2–5 2–6 3–5 5–6
(2) Ortaokul	44	261,64				
(3) Lise	234	326,14				
(4) Ön lisans	96	309,10				
(5) Lisans	174	229,01				
(6) Lisansüstü	30	426,70				
Toplam	586					

Tablo 9'a göre, "**H₄**= Katılımcıların eğitim durumları ile inanç turizmine bakışı arasında anlamlı fark vardır." hipotezi $p=0,000<0,05$ olduğundan anlamlı fark taşıdığı saptanmıştır. Bu sonuca göre **H₄** hipotezi kabul edilmiştir. Anlamlı farklılığın hangi eğitim grupları arasında olduğunu öğrenmek amacıyla veri setine Post Hoc (Tamhane's T2) testi yapılmıştır. Test sonucunda ortaokul mezunu olanlar ile lisans mezunu olanlar arasında anlamlı farklılığın ($p=0,009$), ortaokul mezunu olanlar ile lise lisansüstü mezunu olanlar arasında anlamlı farklılığın ($p=0,032$), lise mezunu olanlar ile lisans mezunu olanlar arasında anlamlı farklılığın ($p=0,000$), lisans mezunu olanlar ile lisansüstü mezunu olanlar arasında ($0,002$) olduğu görülmüştür. Bu durum, eğitim seviyesi yükseldikçe, inanç turizmine olan bakışında değişimler olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 10. Katılımcıların gelir durumları ile inanç turizmine bakış açısı

Gelir Durumu	N	Sıra Ortalaması	sd	Ki ²	p	Fark
(1) Gelir Yok	84	272,14	4	17,594	0,001	3-5
(2)751-1000₺	26	324,50				
(3) 1001-2000₺	342	286,63				
(4) 2001-3000₺	120	301,27				
(5) 3000₺ +	14	465,36				
Toplam	586					

Tablo 10'a göre, "H₅= Katılımcıların gelir durumları ile inanç turizmine bakışı arasında anlamlı fark vardır." hipotezi p=0,001<0,05 olduğundan anlamlı fark taşıdığı saptanmıştır. Bu sonuca göre H₅ hipotezi kabul edilmiştir. Anlamlı farklılığın hangi gelir grupları arasında olduğunu öğrenmek amacıyla veri setine Post Hoc (Tamhane's T2) testi yapılmıştır. Test sonucunda, 1001-2000₺ arasında gelire sahip olanlar ile 3000₺ + gelire sahip olanlar arasında anlamlı farklılığın (p=0,41) olduğu saptanmıştır. 1001-2000₺ gelire sahip olanların sıra ortalaması (SO=324,50), 3000₺+ gelire sahip olanların sıra ortalamasından (SO=465,36) düşük olduğu görülmüştür. Bu durum yüksek gelire sahip olanların tatil, gezme vb. aktivitelere daha çok zaman ayırdığı düşünülerek, aktivitelerde tarihi yerleri gezip görme ve diğer kültürlerle etkileşim halinde daha fazla olduğundan, inanç turizmine bakış açılarının daha olumlu olduğu söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Katılımcılardan elde edilen bulgular şu şekilde özetlenmiştir. Araştırmaya 586 kişi katılım göstermiştir. Kadınların ve erkeklerin katılım oranları hemen hemen aynı olup, evli olanların bekâr olanlardan azda olsa fazla katılım göstermiştir. 25-35 yaş arası grubun katılımın fazla olması gençlerin Ankara yapılacak olan çalışmaları desteklediği söylenebilir. Araştırmaya lise ve lisans mezunu olanların katılımın yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Çalışma durumlarının yarısından biraz fazlasının özel sektör olduğu ortaya konmuştur. Gelir durumları ise 1001-2000₺ arasında gelir sahip olanlar yoğunlukla olurken, Ankara da yaşam sürelerinin 20 yıl üzerinde oluşu başka bir bulgudur.

Sonuçlar incelendiğinde, Ankara'nın inanç turizminin, yöre halkının gelen turistlerin kültürel özelliklerinden etkilenmesine sebep olacağı tespit edilmiştir. Ayrıca farklı dinlere ait tarihi yerlerin restore edilmesi yerel halk tarafından endişe oluşturmamaktadır. İnanç turizminin gelişmesi yerel halkında davranışlarındaki değişikliklere etki edeceği ortaya çıkmıştır. İnanç turizmi geliştikçe Ankara ilinin diğer inançlara da ilgisini artıracığı tespit edilmiştir. Ayrıca inanç turizmi şehirdeki eğlence kültürünün de değişmesine neden olacaktır. Dünya barışının sağlanmasında ve ülkelerin birbirleriyle yakınlaşmalarında inanç turizmi

kapsamındaki turistik hareketliliğin etkisi olduğu da çıkan sonuçlar arasındadır. Yerel halkın çoğunluğuna göre inanç turizmi adı altında misyonerlik faaliyetleri yapılmakta olduğu görülmektedir. İnanç turizminin dinler arası etkileşime de katkısı olacağı sonucu da tespit edilmiştir. İnanç turizmi Ankara'nın inanç kültürünün gelişmesine katkı sağlayacaktır. Bununla birlikte Hristiyan, Yahudi, Rum ve Ermenilere ait eserlerin restorasyonunu, yabancıların burada hak iddia etmesine yol açmayacağı da ortaya çıkmıştır. Ayrıca Hacı Bayram Cami ve Kocatepe camii gibi eser ve varlıkların da inanç turizmi açısından önemli olduğu da vurgulanmıştır. Araştırmada ortaya çıkan bir başka sonuç ise Ankara'nın inanç turizmi potansiyeli açısından yüksek olduğu ancak destinasyonların yeteri kadar tanıtılmadığını ve korunmadığıdır. Ayrıca Ankara'nın inanç turizmini tanıtım amaçlı programlar düzenlenirse yerel halk tarafından katılım sağlanacağı sonucu da ortaya çıkmıştır. Bu sonuçların çoğunluğu, Şahiner'in (2012) çalışmasında elde ettiği *"Yerel halk için Hristiyan, Rum ve Ermenilere ait eserlerin restorasyonu rahatsızlık oluşturmamaktadır. Halk inanç turizmi adı altında misyonerlik faaliyeti yapılmadığını düşünmemektedir. Karaman'ın inanç turizmine ait çekim merkezleri yeterince tanıtılmamaktadır. İnanç turizminin gelişmesinin, dinler arası barışın sağlanmasında ve ülkelerin birbiriyle yakınlaşmasında etkisi olacaktır."* sonuçlar ile örtüşmektedir. Ayrıca İbret, Aydınözü ve Uğurlu'nun (2015) birlikte yaptığı çalışmada da, bölgede camiler, türbeler, medreseler, hanlar vb. tarihi eser ve yapıtlar olmasına rağmen mevcut turizmin gelişmemekte olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, çalışmada ortaya çıkan sonuçlar ile benzerlik taşımaktadır. Dolayısıyla Türkiye'deki birçok bölgede yeterli inanç turizmi çekim noktaları ve eserlerinin var olduğu ve bunların öneminin ve etkilerinin halk tarafından anlaşıldığı ancak bu destinasyonların yeterince tanıtılmadığı sonucu yapılan akademik çalışmalarda vurgulanmaktadır.

İlaveten, yapılan analizler sonucunda anlaşılmaktadır ki, bekâr olanların evli olanlara göre farklı düşünceye sahiptir. Bunun nedeni bekâr olanların, evli olanlara göre daha az sorumluluklara sahip olduğunu ve elde ettikleri gelirin daha fazlasını gezme, eğlence, tatil vb. aktivitelere ayırmakta olduğundan kaynaklanmaktadır. Ayrıca buldukları ortamdaki İnanç merkezlerini ziyaret edip etkilenilmesi sonucunda inanç turizmine bakışlarının daha olumlu yaklaştığını ortaya koymaktadır. Yükseköğrenim görenlerin, daha alt seviyede eğitim alanlara göre gelişecek olan inanç turizmine bakışlarında farklılık olduğunu göstermiştir. Bunun nedeni ise öğrenim sürecinde alınan eğitim, kültürel etkileşim ve öğrenci değişimi ile yabancı öğrencilerin ülkede eğitim görmesinden ötürü inanç turizmine olan yaklaşımlarının olumlu yansımaktadır. Gelir durumu artan kişiler, gittikleri yörelere sadece deniz, kum, güneş üçlüsünden farklı olarak kültür turizmine de katılım göstermektedir. Bu süreç içerisinde

bölgede bulunan inanç destinasyonlarını da ziyaret etmekte olup, inanç turizmini ve içerisindeki eser ve varlıkların tanınmasında destek olmaktadır.

Ankara inanç turizmi konusunda yüksek bir potansiyele sahiptir. Bu potansiyelin değerlendirilmesi için yetkili kurum ve kuruluşlarla görüşmeler yapılarak turizme geri kazandırılmadığıdır. Bu bağlamda elde edilen sonuçlar doğrultusunda inanç turizmini daha çok kitleye tanıtmak ve önemini vurgulamak için Ankara'ya ve çevresine yapılan paket turların programlarına, bölgede yer alan inanç turizmi kapsamındaki eser ve destinasyonlarının da dâhil edilmesi gerekmektedir. Bunun yapılması için ise turizm fuarlarında ve etkinliklerinde yetkili kurum ve kuruluşların bu eserleri ve destinasyonları tanıtmak için yeterli maddi ve manevi desteği vermeleri gerekmektedir. Dahası yerel halkın inanç turizmi konusunda bilgilendirilmesi için bölgede ve çevresinde çeşitli sempozyum, konferans, çalıştay vb. faaliyetler yapılmalıdır. Sadece İslam'a ait eser ve destinasyonların değil, bütün dinlere ait eser ve destinasyonların da tanıtılması gerekmektedir. Bu sayede yabancı turistleri de bölgeye getirip, Ankara ilinin gelişmesi için ekonomisine katkı sağlanabilir.

Bu çalışma, konu açısından benzer akademik araştırmalar için kaynak ve ölçek bulunması bakımından katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca inanç turizmi kapsamındaki eser ve destinasyonların kısıtlarının iyileştirilerek, öneminin vurgulanmasında da katkısı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Aktas, A. and Ekin, Y. (2015). The Importance and The Role of Faith(Religious) Tourism As Alternative Tourism Resources in Turkey. *Religious Tourism and Pilgrimage Management: An International Perspective*. Cabi.
- Al-Amin, H. (2002). Religious Tourism In Islamic Heritage. *Islamic Tourism*, 2, 32–36.
- Altunışık, R., Çoşkun, R., Yıldırım, E. ve Bayraktaroğlu, S. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, 6.Baskı, Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Bahar, M. (2015). İnanç Turizmi Açısından Kilis İlinin Değerlendirilmesi. (*Yüksek Lisans Tezi*). Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Bayer, M. Z. (1992), *Turizme Giriş*. İstanbul: İşletme Fakültesi.
- Bingöl, Z. (2004). Akdeniz Bölgesinin Kültür ve İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, (8), 125-137.
- Çelik, A. (2008). Kültür Turizmi Çerçevesinde İnanç Turizmi Diyarbakır ili örneği. (*Uzmanlık Tezi*). Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü.

- Eşitti, B., ve Kınır, S. (2015). Konya İli Örneğinde Kalkınma ve İnanç Turizmi. Bartın: *Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(12), 175-190.
- Evliyaoğlu, S. (1989). *Genel Turizm Bilgileri*, Ankara.
- Eykay, İ. (2013). İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Antakya'nın Değerlendirilmesi. (*Yüksek Lisans Tezi*). Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Göktaş, L.S. (2016). Şanlıurfa ve Konya İllerinin İnanç Turizmi Potansiyelleri ve Halkın İnanç Turizmine Bakışı Açısından İki İlin Karşılaştırılması. (*Yüksek Lisans Tezi*). Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Güçlü, Y. (1998). Turkey and Faith Tourism. *Journal Of International Affairs*, 3(2), 135-141.
- İbret, B.Ü., Aydınöz, D., ve Uğurlu, M. (2015). Kastamonu Şehrinde Kültür ve İnanç Turizmi, *Marmara Coğrafya Dergisi*, (32), 239–269.
- Kalaycı, Ş. (2009). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayınevi.
- Karagöz, Y. (2010). Nonparametrik Tekniklerin Güç ve Etkinlikleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(33), 18-40.
- Karasar, N. (2008). *Bilimsel Araştırması Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Kasım, A. (2011). Balancing Tourism and Religious Experience: Understanding Devotees' Perspectives on Thaipusam in Batu Caves, Selangor, Malaysia. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20(3-4), 441-456.
- Kaya, H. (1999). *Uluslararası Politik Derinliklerde Anadolu*. Bursa: F. Özsan Matbaacılık.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2018). <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9958/ankara.html>, Erişim Tarihi: 28.08.2018
- Okuyucu, A. ve Somuncu, M. (2013). Türkiye'de İnanç Turizmi: Bugünkü Durum, Sorunlar ve Gelecek. Konya: *International Conference on Religious Tourism and Tolerance*, 9-12 May.
- Özgüç, N. (2003) *Turizm Coğrafyası Özellikler-Bölgeler*. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Patır, S. (2009). Faktör Analizi ile Öğretim Üyesi Değerlendirme Çalışması. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(4), 69-86.
- Sargın, S. (2006), Yalvaç'ta İnanç Turizmi. Elazığ: *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (2), 1–18.
- Seçer, İ. (2013). *SPSS ve LISREL ile Pratik Veri Analizi*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Sezgin, M, (1995). *Genel Turizm*. Ankara: Tutubay Yayınları.

- Sipahi, B., Yurtkoru, S. E. ve Çinko, M. (2008). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Şahiner, T. (2012). İnanç Turizmi Potansiyeli ve Halkın İnanç Turizmine Bakışı Açısından Karaman. (*Yüksek Lisans Tezi*). Karaman: Kahramanoğlu Mehmetbey Üniversitesi.
- Şimşek, H. ve Yıldırım, A. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Tapur, T. (2009). Konya İlinde Kültür ve İnanç Turizmi. *Journal of International Social Research*, 2(9), 473-492.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2017). <http://www.tuik.gov.tr>, Erişim Tarihi: 07.02.2018.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2018). <http://www.tuik.gov.tr>, Erişim Tarihi: 28.08.2018.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.