

İNANÇ TURİZMİ KAPSAMINDA KADINLARIN BEKLENTİ VE DENEYİMLERİNİN ANALİZİ: BİRGİVİ TÜRBESİ ÖRNEĞİ

Havva GÖZGEÇ MUTLU*, Ebru Günlü KÜÇÜKALTAN**

ÖZ

Bu çalışmanın amacı kadın ziyaretçilerin inanç alanlarındaki beklentilerini ve deneyimlerini betimsel analiz yöntemi ile analiz etmektir. Veriler İzmir'in Ödemiş ilçesinde yer alan Birgivi Türbesi'ni ziyaret eden 50 kadın ziyaretçiden yüz yüze görüşmeler aracılığıyla toplanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre kadın ziyaretçilerin çoğunun türbeyi dini nedenlerle ziyaret ettikleri ve Tanrı'dan maddi ve manevi yaşamlarını güzelleştirecek beklentileri olduğu ortaya çıkmıştır. Kadın ziyaretçilerin çoğunda dini, kültürel ve tarihi beklentiler birlikte görülmüştür. Dini amaç gütmeyen sadece farklılık, stres atmak için gelen ziyaretçilerin sayısı nispeten daha azdır. Kadın ziyaretçilerin çoğu ziyaretlerinden memnun kalmıştır. Bu ziyaretçiler mutluluk, huzur ve maneviyat gibi rahatlatıcı deneyimler edinmiştir.

Anahtar Sözcükler: *İnanç Turizmi, Kadın, Dini Seyahat Beklentisi, Dini Seyahat Deneyimi*


ANALYSIS OF EXPECTATIONS AND EXPERIENCES OF WOMEN IN THE SCOPE OF RELIGIOUS TOURISM: THE EXAMPLE OF BİRGİVİ SHRINE

ABSTRACT


The aim of study is to analyze the expectations and experiences of the women in the religious spaces by means of descriptive analysis. Data were collected 50 women visitor who visited Birgivi Shrine in Ödemiş district of İzmir through face-to-face interviews. According to the results of the survey, the majority of women visited by religious motivation and have expectations that would enhance God's material and spiritual life. In most of the women, religious, cultural and historical expectations were seen together. Except for religious purpose, it is relatively much less than the number of woman visitors who come for difference and to blow off steam. Many of the women visitors have expressed that they are satisfied with their travelling. The women visitors had experience relaxing experiences such as happiness, peace and spirituality.

Keywords: *Religious Tourism, Female, Religious Travel Expectations, Religious Travel Experiences*

* Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, Ö. S. Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, Balıkesir, E-Posta: hgozgec@bandirma.edu.tr

 <http://orcid.org/0000-0003-3891-8960>

** Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, İzmir, E-posta: ebru.gunlu@deu.edu.tr

 <http://orcid.org/0000-0003-2599-0197>

İnanç Turizmi Kapsamında Kadınların Beklenti ve Deneyimlerinin Analizi: Birgivi Türbesi Örneği

GİRİŞ¹

İnanç ilk ortaya çıktığından beri insanların yaşamına yön vermektedir (Şaman, 2009: 9). Budizm, Hristiyanlık, Musevilik, İslam, Hinduizm gibi inanç sistemleri inananlarının yaşamını şekillendirmekte, nasıl yaşaması gerektiğiyle ilgili öğütler vermektedir. Kişisel inanç ve kültürler genellikle bireyler üzerinde etkin rol oynadığı için dini yapıların ve geleneklerin oluşturulmasına başvurulmuştur (Woodward, 2004: 174). Öyle ki din de antik zamanı, ilk insanların geleneksel inanışlarını, günümüzde içinde barındıran çok eski bir dinamik olduğu için her din bir kültüre sahiptir (Raj, 2012: 95-96; Iheanacho, 2015: 262).

Eski zamanlardan beri din seyahate yönelten en önemli etkenlerden biri olarak görülmüştür. İnanç alanları, çok eskilerde genellikle hac veya dini nedenler için ziyaret edilmekte iken inanç, turizmin bir şekline dönüştükçe günümüzde artık farklı birtakım nedenler ortaya çıkmıştır. Nedenler değiştikçe insanların inanç alanlarındaki beklenti ve deneyimlerinde de farklılıklar görülmeye başlamıştır. Ziyaret öncesinde, sırasında ve sonrasında farklı beklentiler ve duygular açığa çıkmaktadır. Ziyaretçilerin bir kısmı dini alanları dini beklentilerle ziyaret ederken bir kısmı dini olmayan beklentilerle ziyaret etmektedir. Aynı zamanda bu iki beklenti türü çoğu zaman birlikte de görülebilmektedir. İnanç turizmi hem farklı beklentilerin bir arada görülmesine hem de farklı deneyimler edinilmesine imkân vermektedir. Görkemli tarihi katedraller hem dini hem de tarihi ve kültürel deneyimi ziyaretçilerine yaşatabilmektedir. Dini alanlardan genellikle ziyaret etme, öğrenme, inceleme, huzur, maneviyat ve memnuniyet gibi deneyimler edinilmektedir.

Günümüzde bütün deniz aşırı hacların yaklaşık yüzde 45'ini kadınlar oluşturmaktadır (Bianchi, 2016: 134). Kadın ziyaretçiler turizmde özellikle de inanç turizminde önemli bir pazarı ifade etmektedir. Bu nedenle çalışmada inanç turizmi kapsamında, alanyazında az bir yere sahip olan inanç alanlarındaki kadın beklenti ve deneyimlerinin belirlenip analiz edilmesine yer verilecektir. Bunun için ilk olarak alanyazın taranarak kadınların inançları kapsamındaki seyahat beklenti ve deneyimlerinin kavramsal çerçevesi oluşturulmuştur. Ardından hem turistik hem de dini

¹ Bu çalışma, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda hazırlanmış olan "İnanç Turizmi Kapsamında İmam-ı Birgivi Türbesi'ni Ziyaret Eden Kadınların İnanca İlişkin Beklenti ve Deneyimlerinin Analizi" isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

çekiciliği olan Birgivi Türbesini ziyaret eden kadınların türbeden beklenti ve deneyimleri analiz edilmiştir.

YAZIN TARAMASI

İnanç Turizmi

İnanç turizmi, birinin kendi dini veya başkalarının diniyle ilgili olan inanç ortamlarını ziyaret etmek amacıyla insanların temel geçim ihtiyacını karşılamak dışında sürekli ikamet ettiği yerden uzaklaşarak kutsal alanlara yapılan yürüyüş olarak tanımlanmaktadır (Fernandes, Pimenta, Gonçaves ve Rachão, 2012: 85; Hughes, Bond ve Ballantyne, 2013). İnanç turizmi ve hac, turizmin en eski formu olarak görülmekte ve genellikle inanç turizmi veya kutsal turizm olarak isimlendirilmektedir (Iheanacho, 2015: 261). Blackwell (2007: 38) ise bu turizm çeşidinin gönüllülük ve geçicilik içermesi gerektiğini, din tarafından güdülenmesi gerektiğini, din dışı güdülerle de takviye edilmesi gerektiğini, destinasyonun yerel, bölgesel, ulusal veya uluslararası konumda dini bir nitelik taşıması gerektiğini ve destinasyona seyahatin sadece dini bir uygulama olarak kabul edilmemesi gerektiğini savunmuştur.

Sargin (2006: 3), kutsal yerlerin belirli dinlere sahip kişilerce ziyaret edilmesine turizm olayı içerisinde bakıldığında inanç turizmi olarak kabul edilmesi gerektiğini ifade etmiştir. Şaman (2009: 10) ise inanç turizminin;

- Hac amacıyla kutsal alanlara gerçekleştirilen grup ya da bireysel ziyaretlerden,
- Belirli dini tarihlerde önemli dini hadiselerin yıl dönümlerinde gerçekleşen büyük ölçekli toplantılara katılımlardan,
- Turistik rota üzerindeki önemli görülen dini yerlere ve yapılara gerçekleştirilen ziyaretlerden meydana gelebileceğinden bahsetmiştir.

Hacı da içine alan bu turizm çeşidi hacı ve turist arasındaki benzerlik ve farklılıkların değerlendirilmesini gerektirmiştir. Smith (1992: 2) turist ve hacının gelir ve boş zaman gibi seyahatin özünü oluşturan ortak unsurlara sahip olduğunu savunmuştur. Turner ve Turner (1978: 20)'in "*bir turistin yarım bir hacı, bir hacının yarım bir turist olduğu*" ifadesi de bu durumu destekler niteliktedir. Bu iki ziyaretçi tipi arasındaki fark birbirini takip eden bir süreç olarak kabul edilebilir (Smith, 1992: 3). İlk olarak hacıların, ibadetlerini gerçekleştirdikten sonra plajda bir gece gezintisine katılması (Timothy ve Olsen 2006: 8) bu olguların birbirini takip eden bir süreç olduğunu göstermektedir. Blackwell (2007: 39) de kutsal alanları ziyaret edenleri kutsal mekânı anlamlı bulan hacılar, dini turistler, seküler turistler,

İnanç Turizmi Kapsamında Kadınların Beklenti ve Deneyimlerinin Analizi: Birgivi Türbesi Örneği

kutsal mekânı anlamlı bulmayan ziyaretçiler ve dini etkinlik katılımcıları şekilde kategorize etmiştir.

İnanç turizmi kapsamında ziyaret edilen alanlar farklı özelliklere sahiptir. Bunlardan ilki tarihi katedraller, ziyaret edenlerinin birçoğu hacı ve ibadet için gelen kişilerden oluşmaktadır. Bu yapılar sanatsal, mimari ve tarihsel nitelikleriyle ön plandadır ve turistik çekicilik olarak yüksek değere sahiptir. İkincisi hac alanları, hacılar tarafından ziyaret edilir ve az oranda turistik çekiciliğe, tören ve etkinliklere sahiptir. Üçüncüsü, yerin dini önemine vurgu yapan yılda veya iki yılda bir gerçekleştirilen dini etkinliklerdir (Bond, Packer ve Ballantyne, 2015: 472-473). Son olarak, gruplamada kültürel turizm kapsamında ziyaret edilen inanç alanları yer almaktadır. Bu alanlar, Paris'teki Notre Dame Katedrali gibi kültür ve inanç turizmini bir arada içinde barındırır (Richard'dan aktaran Iheanacho, 2015: 274).

İnanç Turizminde Beklentiler

Motivasyon, insan davranışlarını yönlendiren, içsel güçleri ortaya çıkaran (Hyde ve Harman, 2011: 1344) ve bir hedefi başarmak için bireysel çabaların niyetini ve uyumunu etkileyen bir süreci ifade etmektedir (Robbins ve Judge, 2013: 202). Motivasyon yapı olarak karmaşıktır ve insanı harekete yönlendirir. İnsanların nasıl güdülendiğinin ise basit ve evrensel bir cevabı yoktur (Blackwell, 2007: 40). Seyahat ile ilgili birçok motivasyon şekli alanyazında yer almaktadır. Crompton (1979: 416-421), dokuz seyahat güdüsü önermiştir. Bu dokuz seyahat güdüsünün yedisi sosyo-psikolojik yani itici faktörlerdir. Bunlar: Algılanan sıradan çevreden kaçış, kendini değerlendirme ve keşfetme, dinlenme ve rahatlama, gerileme veya nostalji arayışı, akrabalık ve aile ilişkilerinin geliştirilmesi ve de statü/prestij sahibi olma isteğidir. Diğer ikisi de kültürel motivasyonları içinde barındıran çekici faktörlerdir. Bunlar: Yenilik ve eğitim motivasyonudur. Lo ve Lee, (2008: 328), bu iki motivasyon faktörünün ikisinin aynı anda yaşanabildiğini savunmuştur. Pearce ve Lee (2005: 228) ise en yaygın dört boş zaman değerlendirme motivasyonunu, yenilik arayışı, kaçış/rahatlama, ilişkilerini geliştirme ve kişilik- benlik gelişimi olarak sınıflandırmıştır.

Geçmiş deneyim ve kararlar gelecekteki beklenti, davranış ve değerlendirmelere etki etmektedir (Yeh, Ryan ve Ge, 2009: 583). Bireylerin motivasyonu önceki seyahat deneyimlerinin derecelerine göre değişmektedir. Yüksek seyahat deneyimli bireyler kişisel gelişimle ilgili faktörlerle güdülenirken, düşük seyahat deneyimli insanlar, güvenlik, takdir

Havva GÖZGEÇ, Ebru Günlü KÜÇÜKALTAN

ve teşvik gibi faktörlerle güdülenmektedir (Pearce ve Lee, 2005: 235). Snepenger, King, Marshall ve Uysal (2006: 142), ise on iki maddelik seyahat motivasyon şekli oluşturmuştur. Bunlar;

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

Din, inanç merkezlerine seyahate yönelten en önemli motivasyondur ve genellikle dinlerin çoğu kutsal yerleri ziyareti gerektirmektedir (Abreu, 2006: 144; Iheanacho, 2015: 263). Dini motivasyon, karmaşık bir konsepttir bu yüzden sosyal kapsamda ve bireysel inanca dayalı farklı yoğunluk seviyeleri vardır (Blackwell, 2007: 45). İnanç alanları veya kişiye manevi anlam ifade eden alanlar farklı güdülerle ziyaret edilmektedir. Amerika'daki Afrikalılar parçalanmış kimliklerini tekrardan birleştirebilmek için kültür mirası ve dini turlara katılarak atalarının evlerini ziyaret etmekte, bazı seyahatçiler aitlik hissini yaşamak, bazıları nostaljik hislerini tatmin etmek, bazıları da inançlarının öğretilerini öğrenmek için dini merkezleri ziyaret etmektedir (Cohen, 2006: 79; Iheanacho, 2015: 272). Ayrıca, dini turistlerin ana motivasyon sebepleri dini inanışlarını derinleştirmek, bir inanç temelli tatilde dinlerinin tarihini, köklerini keşfetmek, eşsiz bir kültürü deneyimlemek, dünyanın büyüleyici destinasyonlarını ziyaret etmek veya tatillerinde basitçe eğlenmek istemek şeklindedir (Wang, Chen ve Huang, 2015: 4).

Hacıların, beklentileri farklı ve turistlerden daha yüksektir (Blackwell, 2007: 45; Liutikas, 2015: 211). Hacılar, hayatlarını değiştirme, kutsallığı en derin şekilde yaşama, bir dini erdem kazanma, günahlarını affettirme, dünyevi sorunlarına çözüm veya hastalıklarına çare bulma beklentisi içine girmektedir (Digance, 2003: 146-154; Hyde ve Harman, 2011: 1345).

İnanç Turizmi Kapsamında Kadınların Beklenti ve Deneyimlerinin Analizi: Birgivi Türbesi Örneği

Ayrıca, Tanrı'ya sevgisini ve şükranlarını göstermek, mucize için yalvarmak, Tanrı'dan af dilemek, inançlarını güçlendirmek gerçek maneviyata daha yakın olmak amacıyla manevi seyahatlere, ayinlere veya diğer dini aktivitelere katılmaktadır (Abbate ve Nuovo, 2013: 501-502; Iheanacho, 2015: 272).

Kutsal alanlar veya mekânlar, hacılar tarafından çoğu zaman Tanrı'ya yakınlık hissetme, minnettarlığını gösterme, af dileme ve ibadet etme beklentisiyle ziyaret edilmektedir. Hacılar dışında insanlar yeni bir deneyim edinebilmek, yaşam şartlarını değiştirmek, rahatlatıcı bir gün geçirmek ve sadece heyecan duymak veya keşfetmek için bu alanları ziyaret etmektedir. Ayrıca, insanlar daha iyi bir benlik, eğlence, kültürel güzelliği keşfetme ve diğer insanlarla etkileşim isteği ile de gürdülenmektedir. İnsanların bu alanlara seyahate yönelten gürdülleri giderek değişmekte, çeşitlenmekte ve daha karmaşık bir hal almaktadır (Kasim, 2011: 453; Drule, Chis, Bacila ve Ciornea, 2012: 434; Rashid, 2012: 149). Bosna Hersek'teki Meryem Tapınağı'nı ziyaret eden İtalyan kadın turistlerin motivasyon nedenleri kendi benlikleri veya sosyal faktörler iken erkeklerinki keşfetme ve merakıdır (Abbate ve Nuovo, 2013: 503-504). İnanan kişiler, her insan grubu için mistik, dini ve kültürel anlamlar ifade eden kutsal mekânlarda görüntüden çok mucizevi olaylar ile ilgilenmektedir. Örneğin Hz. Meryem çoğu insan tarafından fiziksel engel, ölümcül hastalık ve doğurganlık ile ilgili sorunlara mucize yaratmakla bilinmektedir (Terzidou 2010: 346).

İnanç ve dini etkiler, dini mekanlarının ziyaret edilmesinde etkin rol oynamasına rağmen görkemli katedral ziyaretler hayranlıkla gerçekleştirildiğinde hac olarak kabul edilmez ve kültürel motivasyon ön plana çıkarak din birincil motivasyon olmaktan çıkar (Bond vd., 2015: 472; Iheanacho, 2015: 272). Myra antik kentindeki St. Nikolas kilisesini ziyaret eden kadınların amacı ibadet, rahatlama, antik kent hayatı hakkında bir şeyler öğrenmek istemeleridir (Bideci ve Albayrak 2015: 11). Romanya'daki Ortodoks manastırını dini motivasyonla ziyaret edenlerin büyük çoğunluğu kadınlar, yaşlı, düşük gelirli kişiler ve köy sakinlerinden oluşmaktadır. Erkeklerle kıyasla kadınların '*daha iyi bir insan olma*' isteği gürdüsü bu manastırda daha yüksektir (Drule vd., 2012: 433). Sırbistan'daki St. Petka kilisesindeki bahar suyunun kadınlara yararlı olması ve St. Petka'nın kadınların koruyucusu olarak görülmesi kadın ziyaretçilerin yardım dilemek için bu kiliseyi ziyaret etmelerini sağlamıştır (Božić, Spasojević ve Tomić, 2014: 129). İslamiyet, Hristiyanlık ve Budizm gibi farklı dinlerdeki kadınlar korku ve şiddet gibi benzer durumlar yüzünden Hz. Meryem'den yardım

dilemekte, kadınsal endişelerine teselli bulmak ve bunu paylaşmak istemektedir (Jansen ve Kühl, 2008: 299).

İnanç Turizminde Deneyimler

Turizm, deneyim ekonomisinin öncülerindedir (Quan ve Wang, 2004: 297) ve ziyaret, görme, öğrenme, zevk alma ve farklı bir çevrede farklı bir hayatı inceleme gibi önemli turist deneyimlerine dayanmaktadır (Song, Lee, Park, Hwang ve Reisinger, 2015: 401-403). Turistler, giderek hangi fiyatta olursa olsun egzotik, eşsiz kültürel gösteriler ve deneyimlere ilgi duymaktadır ve aktif olarak etkinliklere katıldıklarında en uygun deneyimi elde etmektedir. Sonunda turizm ürün veya hizmetinden yüksek değer algıladıklarında tatmin olabilirler (Pine ve Gilmore, 1998: 101; Kasim, 2011: 445; Song vd., 2015: 406). Memnuniyet, beklentileri aşan veya karşılayan bir durum veya etkinliğe bütünsel bir duygusal cevap olarak tanımlanmakta ve bütün turist deneyimleri arasında en etkili deneyim olarak görülmektedir (Oliver, 1980: 466; Shackley, 2002: 349). Günümüz turistleri olumlu ve duygusal tatmin deneyimi aramaktadır fakat, turizm sırasında oluşan olumlu duygular ani ve geçicidir (Lin ve Kuo, 2015: 85; Song vd., 2015: 402).

İnanç turizmi, deneyime dayanmaktadır (Bond vd., 2015: 471), ayrıca daha özgün turist deneyimi, kişisel gelişim, kültürel ve dini miraslara olan ilginin artması ile gelişmektedir (Levi ve Kocher, 2012: 915). Bir ziyaretçinin deneyimleri zihinsel durumuna, zamana, yoğunluğuna, karakterine, yaşına, cinsiyetine, hayatındaki koşullara ve diğer faktörlere göre değişmektedir (Collins-Kreiner, 2009: 9). Cohen (1979: 184-190), turist tiplerine göre inanç alanlarındaki turist deneyimlerini beş gruba ayırmıştır. Bunlar;

- Dinletisel Turist Tipi: Turist, seyahatin kendisinin fiziksel ve zihinsel gücünü yeniden inşa ettiği için seyahat deneyiminden haz alır ve kendini gerçekleştirmek ve geliştirmek için seyahate derin bağlılık hissi duyar. Bu amaçlardaki turistlerde dini seyahatin anlamı sekülerdir ve maneviyat içeriğini kaybetmiştir.
- Eğlentsel Turist Tipi: Seyahati hayatın sıradanlığından ve anlamsızlığından bir kaçış olarak gören fakat anlam arayışı içinde olmayan turistlerdir. Seyahat ettikleri destinasyonda fiziksel şifa, rahatlama, ruhu yumuşatma imkânı bulur fakat bu deneyim kişiyi yeniden yaratmamaktadır.
- Deneyimsel Turist Tipi: Günlük hayatın anlamsızlığını başka hayatlardaki anlamı ve otantikliği arayarak kapatmaya çalışır. Hacılar kutsal mekânları deneyimlerken, turistler estetik olarak hacıların

İnanç Turizmi Kapsamında Kadınların Beklenti ve Deneyimlerinin Analizi: Birgivi Türbesi Örneği

deneyimlerinin özgünlüğünü, otantikliğini gözlemleyerek, gidermeye çalışır fakat bu durum hayatlarına yeni bir anlam katmaz. Amaç özünde dini olsa da asıl deneyim öncelikle dolaylı olarak ortamın estetikliğidir. Turizmin deneyimsel durumu eğlence ve oyalanma amaçlı turizmden daha yoğun ve etkili olmasına rağmen yine de gerçek dini deneyim yaratmaz.

- Varoluşsal Turist Tipi: Kişi seçilmiş merkeze bağlılık hissederek, tek anlamlı gerçeğin orada olduğuna inanmakta ve seyahat ettiği yerlerdeki kültürel birikimi özümsemek istemektedir. Bu kişiler günlük yaşamlarını sürdürdükleri ve periyodik olarak hacca gittikleri iki dünyaya sahiptirler. Örneğin bazı Yahudi olmayan turistler her yıl İsrail'deki kolektif çiftliklere birkaç aylığına yaşamak için giderken yılın geri kalan kısmını kendi anavatanlarında geçirmektedir.
- Deneysel Turist Tipi: Kendi toplumlarının manevi merkezlerine bağlılık hissetmeyen insanların karakteristik turistik deneyimlerini içermektedir. Birçok farklı açıdan bir alternatif arayış, bir manada bu turist tipinin kendini arayışıdır. Özellikle bir uğraşı olmayan ve kafası karışık post modern seyahatçiler arasında daha anlamlı ve geçerlidir. Seyahatçi, diğerlerinin hayatlarının özgünlüğünden ve otantikliğinden tatmin olur ve zevk alır. Seyahatçi otantik hayatla bağlantılıdır fakat kendini tam olarak kaptırmaz aksine farklı alternatifleri dener, kıyaslar ve özellikle kendine uygun olan ihtiyaç ve istekleri keşfetmeyi umar.

Bond vd., (2015: 477)'nin çalışmasına göre dini miras alanlarını ziyaret edenlerin deneyimleri beş deneysel faktörle açıklanmıştır. Bunlardan birincisi, ruhen ve duygusal yönden bağlantı, kişinin kendi dışındaki bir şeyler ile yoğun bir manevi deneyim kurmasıdır. İkincisi, yeni şeylerin keşfi, sıradan şeylerin dışında yeni ve heyecanlı bir şeyler deneyimlemektir. Üçüncüsü, zihinsel çekim, bilişsel öğrenme deneyimleridir. Dördüncüsü, etkileşim ve aidiyet, sosyal etkileşim ve ilişkilerin kurulmasına odaklanan deneyimlerdir. Sonuncusu ise huzur bulma, yenilenme ve rahatlamayı sağlayan deneyimlerdir.

Her bireyin yaşayabileceği deneyimler doruk ve plato deneyimler olarak ikiye ayrılmaktadır. Doruk deneyimlerde, özellikle ilk defa deneyimlendiklerinde, şaşkınlık ve şok etkileri yoğun yaşanmaktadır (Maslow, 1996: 12). Bu kavramlar dini çerçevede açıklandığında, doruk deneyimler her insanın bazı zamanlarda deneyimleyebileceği, sözcüklerle ifade edilmesi güç olan manevi bir duygu yoğunluğu ve tekrar doğuş olarak nitelendirilmektedir. Hac faaliyeti yılın belli bir zamanında gerçekleştiği ve

Havva GÖZGEÇ, Ebru Günlü KÜÇÜKALTAN

geçen süre içerisinde yoğun manevi duygular yaşattığı için doruk deneyim olarak kabul edilebilir (Yalçinkaya, 2011: 96-97). Turistlerin ana amacı doruk deneyim yaşamaktır ve doruk deneyimler turist kimliğinin güçlenmesine yardımcı olmaktadır (Quan ve Wang, 2004: 300-301). Plato deneyimleri ise sakin yaşanan, doruk deneyimlerden daha sık meydana gelen ve daha az şiddetli heyecan ve sevinç ile yaşanan alışılan deneyimlerdir. Plato deneyimlerinde gelip geçici, bir anlık farkındalık yaşanması oldukça olasıdır ve herhangi bir zaman, herhangi bir yerde ve herhangi bir kişi tarafından yaşanabilmektedir (Maslow, 1996: 11). Daha sık yerine getirilen namaz ibadeti veya pazar günleri ayinlere katılmak plato deneyim olarak düşünülebilir. Abraham (1986: 49)'a göre özünde sıradan ve sıra dışı olmak üzere iki tür deneyim vardır. Quan ve Wang (2004: 301) bu iki tür deneyime benzer-yeni ve seküler-kutsal deneyimleri eklemiştir.

Din, inananları sadece fiziksel konumu, mimari tasarımı, düzeni ve estetikliği için değil aynı zamanda mekânın tarihi ve coğrafyasını deneyimlemek için de yönlendirir (Mazumdar ve Mazumdar, 2004: 394). İnsanlar dini inanışa sahip olmasa da manevi deneyim arayışındadır (Heelas, 1998: 5). Kitle turistleri, dini temelli turizm kaynaklarını genellikle yan gezi ve eklenti olarak görmektedir. Örneğin; bir turist İstanbul'da Mavi Camii'ni ziyaret edebilir ve Müslümanların ibadetini gözlemleyebilir, onların gezilerinin bir kısmında hamam, kapalı çarşı, baharat pazarı ve Ayasofya gibi diğer çekicilikleri ziyaret edebilir (Kasim, 2011: 443). Hacı ve turistler mekânın mimarisi ve güzelliği ile ilgili benzer tatil deneyimleri yaşayabilmektedir. Bu nedenle çoğu ziyaretçi deneyimi, sadece dini deneyim veya seküler deneyim olarak sınıflandırılmamaktadır. Ayrıca farklı güdü, tercih ve inanca sahip farklı tiplerdeki turistler kendi manevi ve seküler ihtiyaçlarına göre farklı deneyimlere gereksinim duymaktadır (Collins- Kreiner ve Gatrell, 2006: 45; Hughes vd., 2013). Bazı misafirlerin kutsal mekânlarda manevi deneyimler yaşamak isterken birçoğunun sadece kültür mirasını görmek istemeleri, hacılar ve turistlerin aynı alan içerisinde birbirinden farklı deneyimler edinip farklı aktivitelerde bulunabileceğini veya deneyimleri konusunda dini olma veya turistik olma konusunda geçişler yaşayabileceğini göstermektedir (Bremer, 2006; Levi ve Kocher, 2012: 913) ve onların ayrı ayrı uygulamaları, yerin önemini farklı biçimlerde yorumlamaları, edinilecek deneyimi farklılaştırmaktadır. Kutsal yerler, insanlarda mekânsal deneyimler yarattığı için insanlar deneyimlerini mekâna katarak yerin sürdürülebilirliğini arttırmaktadır. (Bremer, 2006). Ayrıca deneyimler, toplumsal varlıklar olan insanları başkalarıyla iletişim kurmaya ve öğrendiklerini aktarmaya teşvik etmektedir (Dilthey 1976: 210).

İnanç Turizmi Kapsamında Kadınların Beklenti ve Deneyimlerinin Analizi: Birgivi Türbesi Örneği

Farklı tipteki dini alanlar insanların hayatlarında farklı rollere sahiptir. Bu alanlar farklı ziyaretçi deneyimleri yaratmaktadır. Örneğin; çok eski zamanlardan kalmış, yıkılmış manastırda düzenlenen dini festivallerdeki deneyimler ile, büyük katedrallerde veya küçük şapellerde edinilen deneyimler birbirinden farklılık göstermektedir (Bond vd., 2015: 471). Portekiz'deki Fatima yerleşim yeri ziyaretçi yoğunluğu tarafından kutsal bir inanç mekânı olarak görülmüştür. Ziyaretçiler burada dini, huzurlu ve muhteşem bir deneyim yaşadıklarını belirtmiştir. Çok küçük bir kısım bu ziyareti sadece yan gezi olarak görmüştür (Abreu, 2006: 144). Bir katedralin ziyaretçilerine sunduğu deneyimin doğası oldukça karmaşıktır ve ziyaret edenlere kişisel doyum, manevi gelişim, zihinsel anlayış ve sosyal bağların gelişmesi gibi faydalı deneyimler kazandırmıştır (Bond vd., 2015: 476-477). Türbe ziyareti günlük hac Şia mezhebinin iç içe olduğu özellikle kadınlar için hayatın esası olarak kabul edilmektedir. Kadınlar Ali İbn Hamzah Türbesi'ni ziyaret ederek hem sosyal hem de manevi yaşamlarını zenginleştirmiştir. Günlük hac ziyareti ve din kadın ziyaretçilere bir özgürlük hareketini ifade ederek kalp açıcı, aydınlatıcı, sessiz ve yatıştırıcı deneyimler yaşamalarını sağlamıştır Honarpışeh, (2013: 385- 397).

YÖNTEM

Araştırma nitel desende gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın bu bölümünde çalışmada kullanılan veri toplama aracı, verilerin toplanması ve analizine yer verilmektedir. Nitel araştırma, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel bilgi toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir süreçtir (Yıldırım, 1999: 10). Strauss ve Corbin (1997) nitel çalışmaların istatistiksel yöntemler ile kıyaslandığında verilerin toplanmasını, soruların irdelenmesini ve verilerin daha detaylı ortaya konmasını sağladığını belirtmiştir (Seggie ve Bayyurt'tan aktaran Çiftçi ve Saban, 2016).

Çalışma Grubu

Bu çalışmanın evreni İzmir'in Ödemiş ilçesinin Birgi kasabasındaki İmam-ı Birgivi türbesini ziyaret eden kadınlardan oluşmaktadır. Türbe, yılda 150 bin'den fazla ziyaretçi çekmektedir (www.neredekal.com, 2017: 26 Mayıs 2017). Örneklem seçiminde amaçlı örneklem seçimine gidilmiştir. Örneklem 1'i Endonezyalı ve 49'u Türkiyeli olmak üzere 50 Müslüman

Havva GÖZGEÇ, Ebru Günlü KÜÇÜKALTAN

kadından oluşmaktadır. Katılımcıların soruları samimiyetle cevaplamaları için isimleri belirtilmeyip kodlanarak araştırmacı tarafından saklı tutulmuştur. İlk mülakat yapılan katılımcıya 'Katılımcı 1'denmiştir ve sırasıyla 2, 3... şeklinde isimlendirilmiştir.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden, yapılandırılmış derinlemesine mülakat (görüşme) yöntemi kullanılmıştır. Yapılandırılmış mülakat, belirli bir sıra ile daha önceden hazırlanmış soruların sorulması ve cevaplarının alınması olarak tanımlanabilir (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2012: 151). Derinlemesine mülakat tekniği, araştırılan konunun tüm boyutlarını kapsayan, daha çok açık uçlu soruların sorulduğu ve detaylı cevapların alınmasına dayanan yüz yüze görüşmeler ile verilerin toplanmasıdır (Tekin, 2006).

Mülakatlar, türbeyi ziyaret eden 50 kadın ziyaretçi ile yapılmıştır. Katılımcılardan benzer cevaplar alınmaya başladığında mülakatlara 50 katılımcıdan sonra devam edilmemiştir. Mülakatlar için araştırmacı İzmir'in başka bir ilçesinden Ödemiş'in Birgi kasabesindeki İmam-ı Birgivi Türbesine gitmiştir. Mülakatlar bizzat araştırmacı tarafından türbenin yoğun olduğu hafta sonu (24-25 Aralık 2016) yapılmıştır. Mülakatlar, yeterli katılımcı sayısına ulaşmak için 2 gün sürmüştür ve mülakat süreleri, ortalama 15 dakikadır. Mülakatlardan elde edilecek verilerin daha iyi analiz edilebilmesi ve zaman kazanmak için ses kayıt cihazı kullanılmıştır. Ses kayıt cihazındaki bu kayıtlar daha sonra metne dökülmüştür. Ses kayıt cihazı katılımcıların izni ile kullanılmış ve mülakatların bilimsel amaç dışında kesinlikle kullanılmayacağı katılımcılara bildirilmiştir.

Mülakatlarda sorulan sorular, alanyazın taramasının tamamlanmasından sonra çalışmanın amacına ve alanyazının içeriğine uygun olarak hazırlanmıştır. Sorular ziyaret öncesini, ziyaret sırasını ve sonrasında kapsayan sorular olarak gruplandırılmış, toplamda 8 soru sorulmuştur. Ayrıca bu sorular dışında araştırmaya katılan kişilere demografik değişkenleri ile ilgili sorular da sorulmuştur.

Veri Analizi

Analiz birimi olarak katılımcıların kullandığı deyim, kavram, cümle ya da ifadeler kullanılmıştır. Yapılan görüşmelerden elde edilen veriler yorumlanarak betimsel analize tabi tutulmuştur. Betimsel analiz yöntemine göre, elde edilen veriler, önceden belirlenmiş temalar doğrultusunda özetlenir ve yorumlanır. Betimsel analiz yönteminde amaç bulguları

İnanç Turizmi Kapsamında Kadınların Beklenti ve Deneyimlerinin Analizi: Birgivi Türbesi Örneği

düzenleyip yorumlayarak sunmaktır. Bu süreçte bulguları ortaya koyarken, yapılan mülakatlardan doğrudan alıntılara sıkça yer verilir (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 224). Soruların her biri bir etken olarak kabul edilmiştir. Bu sınıflandırma kapsamında soruların hangi amaçla sorulduğu ve katılımcıların hangi cevabı verdiği belirlenmiştir.

Geçerlik ve Güvenirlik

Araştırmanın yapı geçerliliğini arttırmak için birden fazla veri toplama yöntemi; bireysel görüşme ve gözlem kullanılmıştır. Gerring, (2007); Yıldırım ve Şimşek, (2008) gibi yazarlar ispatlamak için pek çok veri kaynağına başvurulması gerektiğine değinmiştir. Destinasyonun doğası ve ziyaretçilerin ibadet deneyimleri doğal ortamında gözlemlenmiştir. Araştırmanın iç geçerliliğini (inandırıcılığını) arttırmak için ilgili alan yazın incelemesi sonunda konu ile ilgili kavramsal bir çerçeve oluşturulmuş ve mülakat formu hazırlanmıştır. Araştırmanın dış geçerliliğini (aktarılabiliğini) arttırmak için araştırma süreci ve bu süreçte yapılanlar ayrıntılı olarak verilmeye çalışılmıştır. Bu nedenle, araştırmanın yöntemi, çalışma grubu, veri toplama aracı ve veri analizi süreci ayrıntılı biçimde verilmiştir. Araştırmanın iç güvenirliliğini (tutarlılığını) arttırmak için bulguların tamamı yorum yapılmadan sık sık doğrudan alıntı şeklinde verilmiştir. Araştırmada katılımcının konuyla ilgili ifadelerine sadık kalınarak yer verilmiştir. Edinilen bulgulardan yola çıkılarak sonuçlara varılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 289). Sonuçlar konu ile ilgili mevcut araştırmalar ile karşılaştırılarak desteklenmiştir. Genellemeler araştırmanın evreni için geçerlidir. Bu şekilde bir kanıt zincirinden söz etmek mümkündür.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırma verilerinin analizinde betimsel analiz kullanılmış ve araştırma sonucunda elde edilen bulgular aşağıda özetlenmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Türbeyi Ziyaret Sayıları

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

Yaş gruplarına göre Tablo 1 incelendiğinde "20'den az" 3 katılımcı, "20-29" yaş aralığında 12 katılımcı, "30-39" yaş aralığında 5 katılımcı, "40-49" yaş aralığında 12 katılımcı, "50-59" yaş aralığında 9 katılımcı ve "60-69" yaş aralığında 6 katılımcı olduğu belirlenmiştir. Eğitim durumlarına göre Tablo 1 üzerinden yapılan incelemede "İlköğretim Mezunu" olan 25 katılımcı, "Lise Mezunu" olan 9 katılımcı, "Üniversite Mezunu" olan 6 katılımcı, "Okuma-Yazma Bilmiyor" olan 4 katılımcı, "Okuma-Yazma Biliyor" olan 2 katılımcı, "Ön lisans Mezunu" olan 2 katılımcı ve "Yüksek Lisans Mezunu" olan 1 katılımcı olduğu belirlenmiştir. Ziyaret sayılarına göre Tablo 1 incelendiğinde türbeyi "1 kez" ziyaret eden 25 katılımcı, "2 kez" ziyaret eden 13 katılımcı, "3 kez" ziyaret eden 2 katılımcı, "4 kez" ziyaret eden 2 katılımcı, "5-10 kez" ziyaret eden 2 katılımcı ve son olarak "10-20 kez" ziyaret eden 1 katılımcı olduğu belirlenmiştir. Bu bulgulardan hareketle yirmili ve kırklı yaşlardaki katılımcıların yoğunlukta olduğu görülmüştür. İlköğretim eğitimi almış katılımcıların ve hiç eğitim almamış olan katılımcıların toplamı, toplam katılımcıların yarısından fazlasını oluşturmuştur. Ayrıca, katılımcıların yarısı türbeyi ilk kez ziyaret etmiştir.

**İnanç Turizmi Kapsamında Kadınların Beklenti ve Deneyimlerinin
Analizi: Birgivi Türbesi Örneği**

Ziyaret Öncesini Kapsayan Sorular ve Görüşler

1) Birgivi Türbesi'ni ziyaret etme nedeniniz nedir, bu kararı alırken neleri dikkate aldınız?

Katılımcıların çoğunda dini olmayan nedenler ve dini nedenler bir arada görülmüştür. Sadece dini nedenlerle gelenler de katılımcıların önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Din dışında sadece doğa, çevre gezisi, kültürel ve tarihi nedenlerle gelenler, katılımcıların çok küçük bir kısmını oluşturmaktadır. Katılımcıların çoğunun seyahat kararı almalarında türbenin mucizeleri, dilekleri ve duaları gerçekleştirdiğiyle ilgili anlatılanlar önemli faktörler olarak görülmüştür. Bazı görüşler aşağıdaki gibidir:

Kayınvalidemin dileği gerçekleşti adanış olduğu adağı kesmek için ailecek geldik. (Katılımcı 47)

Halam bir sıkıntısının geçmesi için dilek dilemişti o gerçekleşmiş onun adağını kesmeye geldik. (Katılımcı 24)

Türbeye öyle herhangi bir dini nedenle gitmedim farklılık olsun, arkadaşlarımla yeşillikler içinde vakit geçirmek istedim sadece. (Katılımcı 21)

Okul turu ile hem dini hem de kültürel bir çevre gezisi amacı ile geldim. (Katılımcı 5)

Birgivi hazretlerini günahsız görüyorum, onun adı geçtiğinde dualarımın, dileklerimin, ibadetlerimin daha geçerli olacağını düşündüğüm için sürekli geliyorum. (Katılımcı 40)

2) Birgivi Türbesi ile ilgili bilgi kaynağınız nedir?

Katılımcıların çoğunun türbe hakkındaki bilgi kaynaklarını ağızdan ağıza yayılan bilgiler oluşturmuştur. Türbe ziyaretlerinde aile fertlerinin, arkadaş, komşu ve giden tanıdıkların deneyimleri sonucunda anlattıkları katılımcıların çoğu üzerinde etkili olmuştur. Ağızdan ağıza yayılan mucizeler, katılımcıların birçoğunun türbeye gelmesine ve beklenti içerisine girmesine neden olmuştur. Geliş nedeni dini beklentiler içermese de mekândaki atmosfer, gerçekleştiği anlatılan mucizeler (Terzidou, 2010: 346), ağızdan ağıza yayılan efsaneler ve de kesilen adakları gören katılımcıların çoğunun beklentileri artmıştır. Katılımcıların bazılarının cevapları aşağıdaki gibidir:

Tanıdık ve akrabalarım bebek isteyenlerin dileklerinin bu türbede kabul olacağını söyledi. (Katılımcı 44)

Kadın Kur'an-ı Kerim okuma hocam kursta türbe ile ilgili bilgi verdi. (Katılımcı 1)

Havva GÖZGEÇ, Ebru Günlü KÜÇÜKALTAN

Türbeyle ilgili mucizeleri kayınvalidemden öğrendim. Ben de ev dilemeye gittim, burada küçük taşlarla ev yaptım. (Katılımcı 29)

Gelmeden önce pek bir beklentim yoktu. Tutulan dileklerin gerçekleştiğiyle ilgili anlatılanları duyunca ve dua eden insanları görünce insan ister istemez atmosferinden etkileniyor, ben de sağlık ve iş diledim. (Katılımcı 28)

Bir gün burada çok içten bir dua etmiştim ertesi gün sabaha kabul oldu. Duam kabul olana kadar bende türbenin mucizelerine inanmıyordum fakat o gün gerçekleştikten sonra ben bile şaşırđım ve türbeye bağlılığım ve gelişlerim arttı. (Katılımcı 18)

Öne çıkan diğer bulgular ise katılımcıların çoğu türbeye olan kadın turlarının seyahat kararlarını güçlendirdiğini ifade ederek, ziyaretini kadın turları kapsamında gerçekleştirmiştir. Bazı görüşler aşağıdaki gibidir:

Kur'an-ı Kerim kursundaki kadın arkadaşlarımla beraber türbeyi merak ettik. Sonra toplanıp tura katıldık. (Katılımcı 22)

Kadın iş arkadaşlarımla beraber grup kurduk, hep beraber türbeye gezi düzenledik. (Katılımcı 6)

3) Birgivi Türbesi'ne gelmeden önceki beklentileriniz nelerdir?

Yapılan görüşmelerden elde edilen ilk bulgular, katılımcıların maddi ve manevi yaşantılarının iyileşmesi, maneviyatlarının artması, sıkıntılarında çözüm ve huzur bulma amacı ile türbeyi ziyaret etme kararı almış olmasıdır. Ayrıca, katılımcıların bazıları türbeyle ilgili anlatılanların gerçekliğini öğrenme beklentisiyle gelmiştir. Bazı katılımcıların cevapları aşağıdaki gibidir:

Türbeden Birgivi hazretlerini vesile kılarak eşimin rahatsızlığına çare olması ve maneviyatımı güçlendirmesini bekliyorum. (Katılımcı 33)

Türbeden beklentim günahlarımın af olması, çocuklarımın sağlığı, geleceği, maddi durumu ve ev sahibi olmalarıdır. (Katılımcı 6)

Maneviyat ve zatın mezardan geldiği söylenen kalp atışlarını duymak öncelikli beklentilerim arasındaydı. (Katılımcı 23)

Hep anlatılan Birgivi Hazretlerinin mezardan gelen kalp atışlarını duymayı bekleyerek gittim. (Katılımcı 26)

Katılımcıların çoğu farklılık, stres atmak, güzel vakit geçirmek, huzur-sakinlik arayışı, şehirden kaçmak, günlük sıkıntılardan uzaklaşmak ve tarihi- kültürel birikimlerini arttırmak gibi beklentileri olduğu saptanmıştır. Türbeye daha çok dini nedenlerle gelen katılımcıların bazılarının beklentileri arasında yarı hacı olmak da vardır. Bazı görüşler aşağıdaki gibidir:

Her gün işe gitmekten yorulduğum için yeni yerler görme ve stres atma beklentisi ile geldim. (Katılımcı 12)

Farklı dinlere ait tapınakları ziyaret etmeyi severim. Türbeden ibadetleri gözlemleyip yeni şeyler öğrenmek istedim. (Katılımcı 43)

İnanç Turizmi Kapsamında Kadınların Beklenti ve Deneyimlerinin Analizi: Birgivi Türbesi Örneği

Türbenin dilekleri gerçekleştirdiği ve gidenlerin yarı hacı olduğu söyleniyordu ben de özendim hacı olurum beklentisi ile geldim. (Katılımcı 6)

Genel olarak dini inancım gereği değil daha çok turistik amaç güderek gittim. Dilek dileyip dileklerim kabul olsun beklentisi ile gitmedim. Görmediğim yerleri görüp kültürel bilgim artsın diye ziyaret ettim. (Katılımcı 5)

Biraz şehir gürültüsünden kaçmak için geliyorum en sakın yerin burası olduğunu düşünüyorum. 2011 yılında ilk olarak arkadaşlarımın tavsiyesiyle gelmişim. Sonradan işten fırsat buldukça huzur bulmaya buraya geliyorum. (Katılımcı 7)

Din, en fazla seyahate yönelten neden olarak düşünülse de (Timothy ve Olsen, 2006:1), kişiler seyahat nedenlerine din dışındaki farklı nedenleri de ekledikleri için dini nedenleri ve diğer nedenleri birbirinden ayırmak güçleşmiştir. Drule vd. (2012: 434)'ne göre de dini alanların ziyaret nedenleri karmaşık bir hal almıştır. Birgivi Türbesi'nde de bu durumu destekler nitelikte sonuçlara varılmıştır. Ziyaret eden katılımcıların dini ve dini olmayan birçok nedenden mekânı ziyaret ettikleri ortaya çıkmıştır. Katılımcıların çoğu türbeyi genel olarak dini, kültürel, tarihi ve doğa gezisi gibi nedenler ile ziyaret etmiştir. Katılımcıların çoğunluğunun ana beklentileri içinde yer alan stres atmak, güzel vakit geçirmek, huzur-sakinlik arayışı, şehirden kaçmak, günlük sıkıntılardan uzaklaşma isteği, nostaljik nedenler, tarihi - kültürel birikimlerini arttırma isteği, Crompton (1979: 416-421)'un önermiş olduğu dokuz seyahat güdüsü içindedir. Ayrıca katılımcıların çoğunda, Snepenger, vd. (2006: 142)'nin seyahat motivasyon şekli görülmüştür. Katılımcılar, normal çevresinden kurtulmak, kötü bir ruh halinin üstesinden gelmek, stresli sosyal çevreden kurtulmak, başkalarıyla etkileşimden kaçınmak, başkalarına deneyimlerini anlatmak, kendini iyi hissetmek, benzer beklentileri olan insanlarla birlikte olmak, arkadaş-aile bireyleriyle daha yakın olmak, günlük hayatında hızlı bir değişiklik yapmak ve yeni insanlarla tanışmak için türbeyi ziyaret etmiştir.

Katılımcıların Ziyaret Sırasını Kapsayan Sorular ve Görüşler

4) Birgivi Türbesi'nde tecrübe ettiklerinizi ifade eder misiniz?

Katılımcıların büyük bir bölümü türbede namaz kılma, dua ve Kur'an okuma gibi dini faaliyetlerde bulunarak kendilerini Tanrı'ya daha yakın ve maneviyatlarının arttığını hissetmiştir. Katılımcıların kültürel birikimi özümstedikleri, doğanın üzerlerinde olumlu etki yarattığı görülmüştür. Ayrıca, geliş nedenleri dini olmasa da türbede atmosferden etkilenerek manevi deneyimler yaşayan katılımcılar olduğu da ortaya çıkmıştır. Yine

Havva GÖZGEÇ, Ebru Günlü KÜÇÜKALTAN

katılımcıların çoğu bu alanlarda başka ziyaretçilerle etkileşim kurmuş sosyal ilişkilerin gelişmesini sağlamış ve rahatlama, huzur bulma ve yenilenme sağlayan deneyimler yaşamıştır. Katılımcıların bazılarının cevapları aşağıdaki gibidir:

Burada bütün kadınlarla beraber namaz kılmak çok güzeldi. Dinimizi biliyoruz ama burada daha yoğun duygular yaşadım. Burada Tanrı'ya kendimi daha yakın hissettim. Evimde ibadet ederken hissettiğim maneviyat 1 ise burada 10 yaşadım. (Katılımcı 24)

Başkaları gibi herhangi bir dilek dileme amacıyla gelmemiştim. Atmosferden etkilenip aklıma hastalara şifa ve çocuğu olmayanlara çocuk dilemek geldi. Yanımdaki çocuk için dua eden birini gördüm. Ona ve kendi çocuklarıma, çocuk diledim. İkiz çocukları çok seviyorum inşallah ikiz torunlarım olur. (Katılımcı 37)

Birgivi'deki duygularım çok yoğundu. Buraya gelince kalbimden ifade edemeyeceğim duygular geçti burada Allah'la yakınlaşıyorsun. (Katılımcı 26)

Burada ki sessizlik, yeşillik ve doğa harika. Gözlerinizi kapatıp zihnimizi boşalttıktan sonra Allah'a daha yakın olduğumu hissediyorum. Buranın atmosferi çok farklı ve fazlasıyla ibadetlerimi olumlu yönde etkilediğini düşünmekteyim. (Katılımcı 8)

Tarihi bilgiler edindim, çevreyi gezdim, dua ettim, namaz kıldım. Bu gezi sayesinde benimde çevremdekilere anlatacak farklı bir şeylerim olduğunu düşünüyorum. Aynı zamanda ailemle güzel vakit geçirdik. (Katılımcı 8)

Kesilen adağımızı burada ziyaretçilerle paylaştık onları yemeğe davet ettik. Güzel sohbetler gerçekleştirdik. (Katılımcı 25)

Türbe beni rahatlatıyor. Mistik hava sakinleşmemi sağlıyor. Burada yaşam bana çok farklı geliyor başka bir zamanda yaşadığımı hissediyorum. Burası ile ilgili araştırmalar yapıyorum. (Katılımcı 16)

5) Birgivi Türbesi'nde 3 kelime ile hislerinizi ifade eder misiniz?

Edinilen bulgulara göre, katılımcıların çoğu, Birgivi Türbesi'nde hissettiklerini *maneviyat, huzur, mutluluk, doğa, merak, hüzün, umut ve farklılık* olarak ifade etmiştir. Türbenin yoğun hisler uyandırmadığı katılımcılar kıyaslamalı olarak azdır. Katılımcıların bazılarının cevapları aşağıdaki gibidir:

Hissettiğim duygular dilek, huzur ve farklılıktır. (Katılımcı 2)

Üç kelime ile hislerim, merak, mutluluk ve hüzündür. (Katılımcı 7)

Bana burası çok fazla şey hissettiriyor ama üç kelime ile huzur, samimiyet ve saf sevgi. (Katılımcı 8)

Hayattaki beklentilerimi çalışarak çabalayarak yerine getiremeyince maneviyata sığınmaya karar verdim ve çareyi burada bulmaya

İnanç Turizmi Kapsamında Kadınların Beklenti ve Deneyimlerinin Analizi: Birgivi Türbesi Örneği

geldim. Üç kelime ile hislerim, çare, huzur ve maneviyattır. (Katılımcı 10)

Buranın yeşili doğası beni çok etkiledi bu nedenle üç kelime ile hislerim, huzur, doğa, mutluluk. (Katılımcı 11)

Üç kelime ile hislerim, inanç, huzur ve umut. (Katılımcı 17)

Üç kelime ile türbe hakkında hissettiklerim, sıradan, gösterişsiz, kendi halinde bir mezardı. (Katılımcı 5)

Türbeyi ziyaret eden katılımcıların farklı seviyelerde maneviyat, farklı güdü, tercih ve inanca sahip olmaları, kendi manevi ve seküler ihtiyaçlarına göre farklı deneyimlere gereksinim duymalarına neden olmuştur (Hughes vd., 2013: 212). Türbeyi ziyaret eden katılımcıların çoğu manevi deneyim ihtiyaçlarıyla gelirken az bir kısmı da seküler ihtiyaçlarına karşılık bulmak için türbeye gelmiştir. Dini miras alanlarını ziyaret edenlerin manevi ve seküler deneyimlerinde beş deneysel faktör gözlemleyen Bond vd. (2015: 477)'nin çalışmasına benzer olarak katılımcıların çoğu, ruhen ve duygusal yönden bu alanlarda yoğun bir manevi deneyim kurmuş ve sıradan şeylerin dışında yeni ve heyecanlı bir şeyler deneyimlemiştir. Katılımcıların çoğu dini nedenlerle ve beklentilerle gelip türbenin tarihi hakkında bilgi edinip doğal güzelliklerini deneyimleyebilmiş ya da tam tersi katılımcıların çoğu dini bir amaç gütmeyerek gelip atmosferden etkilenip dini beklentiler içine girmiş ve deneyimler yaşamıştır. Bu nedenle katılımcıların çoğunun deneyimlerinde dini olma ve turistik olma konusunda geçişler yaşanmıştır (Bremer, 2006). Katılımcıların deneyimleri tek başına manevi, kültürel, tarihi, doğa gezisi deneyimi olarak farklılaştırılmamıştır. Çoğu katılımcının deneyimi ne tam olarak dini deneyim ne de sadece seküler deneyim olarak ayrılmıştır (Hughes vd., 2013: 211).

Katılımcıların Ziyaret Sonrasını Kapsayan Sorular ve Görüşler

6) Beklentileriniz ve yaşadıklarınız arasında fark var mı? Var ise ne yöndedir?

Katılımcıların beklenti ve yaşadıkları arasındaki farklar ile ilgili bulgulardan elde edilen sonuçlara göre katılımcıların çoğunun mekân ziyaretinden memnuniyet duydukları ortaya çıkmıştır. Beklentilerini karşılayamamış ziyaretçiler kıyaslamalı olarak çok daha azdır. Katılımcıların bazılarının cevapları aşağıdaki gibidir:

Beklentimin altında kalmadı. Sadece gidip kabrini görmek, onunla ilgili yerinde bilgi edinmek gibi beklentilerimiz vardı bunlar da karşılandı. (Katılımcı 23)

Havva GÖZGEÇ, Ebru Günlü KÜÇÜKALTAN

Çok güzel bir ortam. Tekrar gelmeyi düşünüyorum gelmeden önce böyle bir atmosfer beklemiyordum geldikten sonra tekrar gelme isteği uyandı. Çok memnun kaldım buradan. Burada öncelikle gelenekler görenekler hala devam ediyor. İnsan burada kendini yeniliyor. Benim beklentilerimi karşıladı. Bu kadarını beklemiyordum. (Katılımcı 14)

Çok güzel bir yer, insanı, doğası ve maneviyatı bende memnuniyet yarattı beklentilerim karşılandı. (Katılımcı 49)

Benim öncelikli amacım merak ve geziydi fakat geldiğimde böyle bir ortamla karşılaşınca şaşırdım. Çok kalabalık ziyaret edenler çok fazla, geleni gideni eksik olmuyor. Şuan edeceğim dualarımın daha çok kabul olacağını düşünüyorum. (Katılımcı 22)

Kasabanın girişinden itibaren inanılmaz nefes alıp huzur buluyorum. Yaşadığım turistik şehir Kuşadası beni sıkıyor, burada huzur buluyorum. Buranın duygusunu anlatamıyorum, anlatamam. Burası benim dile kolay 40 yıldır görmediğim arkadaşlarımı bulmama vesile oldu. Burası için kelimeler yetmiyor. Bu nedenle buraya yerleştim. (Katılımcı 16)

Dört, beş seferde bir kere belki gitmek isterim farklılık olsun diye çokta arayacağım bir yer değil. (Katılımcı 21)

7) Gelecek ziyaretçilere önerileriniz nelerdir?

Katılımcıların çoğunun gelecek ziyaretçilere tavsiyeleri türbenin ziyaret edilmesi gerektiği şeklindedir. Katılımcıların yarısı ise mutlaka gidilip görülmesi gerektiğini belirtmiştir. Katılımcılardan *huzur bulma, edilen duaların kabul olması, maneviyat, doğa güzellikleri, Allah dostu olmaları, kültürel birikim, yenilenme-değişme, atmosferi yaşama, ölmüslere dua etme ve ziyaret etme gerekliliği* ile ilgili öneriler alınmıştır. Katılımcıların cevapları aşağıdaki şekildedir:

Herkesin gezip görmesi gereken önemli bir yer. (Katılımcı 9)

Gidip görülmeli doğası harika, dileklerin kabul olduğu söyleniyor. (Katılımcı 4)

Gelecek ziyaretçiler kendilerini gezdirecek kişilere dikkat etsinler türbeyle ilgili derin bilgilere sahip olsunlar. Yoksa benim gibi doğa gezisinden ibaret olur. (Katılımcı 5)

Burayla ilgili hurafelerden sıyrılmalarını, zihinlerini boşaltmalarını buraya sadece dini amaçla gelmelerini, içinden o an ne geliyorsa öyle davranmalarını öneririm. Hurafelerden uzak durup, iç seslerine kulak versinler. (Katılımcı 7)

Maneviyatlarını güçlendirmek için burayı ziyaret edebilirler. (Katılımcı 10)

Allah dostu bilip de ziyaret ederlerse gerçekten lezzet alırlar. Sağdan soldan denilenlere, hurafelere, şöyle yaparsan şöyle olurlara kulak

İnanç Turizmi Kapsamında Kadınların Beklenti ve Deneyimlerinin Analizi: Birgivi Türbesi Örneği

asmasınlar. Daha çok anı yaşasınlar. Sadece Allah dostu olduğunu bilip ziyaret etsinler. (Katılımcı 23)

Sadece inanç için değil gezip görmek için de ziyaret edilmesi gerektiğini düşünüyorum. Mutlaka gezip görmelerini öneririm. (Katılımcı 17)

Osmanlı zamanında kalma camilerin olduğu düşüncesi ile bu bölgeyi ziyaret etmişken buraya da uğradık. Yani gidilip görülmesinde fayda var. (Katılımcı 20)

8) Ödemiş Belediyesine mekân ile ilgili önerileriniz nelerdir?

Katılımcılarının çoğu mekân ile ilgili belediyeye herhangi bir öneride bulunmamıştır. Kalan kısım da genel olarak *kafe tarzı mekânların olmasını, çevreye özen gösterilmesini ve tanıtımının daha iyi yapılmasını* önermiştir. Katılımcıların bazılarının cevapları aşağıdaki gibidir:

Belediye engelli insanlar ve bebek arabaları için türbe içindeki yolları düzenlemelidir. (Katılımcı 1)

Bakınca önemli biri yatıyor diyebilmek için belediye türbenin efsanelerini veya mucizelerini iyi tanıtmalı. (Katılımcı 5)

Belediyeye önerim burada her şeyin daha doğal olması satılan hediyelik eşyalar hazır alınıp satılıyor hoş değil. Cüceler vardı burada, onların sattıkları daha doğal geliyordu, satılan ürünler daha yöresel olmalı. (Katılımcı 17)

SONUÇ

İnanç turizmi kapsamında alanyazında bir dini mekânın potansiyelini ele alan ulusal çalışmaların (Usta, 2005; Sargın, 2006; Özgen, 2012; Sağlık, Kelkit ve Sağlık; 2012; Eykay, 2013; Harunoğulları, 2016) yoğunlukta olduğu dikkat çekmiştir. Bu kapsamda ulusal kaynaklarda kadın beklenti ve deneyimlere yönelik çalışmalara rastlanamamıştır. Bu yüzden bu çalışmanın gelecek çalışmalara rehberlik ederek ve kadınların bu tarz dini alanlar üzerindeki etkilerine ve potansiyellerine vurgu yaparak alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışma verileri sayesinde kadınların benzer inanç merkezleriyle ilgili düşünceleri ve duyguları tahmin edilebilecektir. Böylece alanyazında inanç turizmi kapsamındaki kadınlara yönelik çalışmalarının artması sağlanacak ayrıca kadınların duygu ve düşüncelerine olan farkındalık artırılacaktır. Artan farkındalık destinasyonların daha doğru yönetilmesine ve kadınların istek ve önerilerine karşılık verebilecek şekilde düzenlenmesine yardımcı olacaktır. Ayrıca, kadınların bu tarz mekânlardan beklentileri göz önüne alınarak,

Havva GÖZGEÇ, Ebru Günlü KÜÇÜKALTAN

ziyaretlerinin devamlılığına ve potansiyel ziyaretçilerin doğru uyarılmasına yarar sağlayacağı düşünülmektedir.

Demografik açıdan katılımcıların beklenti ve deneyimleri analiz edildiğinde, bu çalışmadan bazı sonuçlar ortaya çıkmıştır. İlk olarak ilköğretim seviyesinde olan katılımcıların ve hiç eğitim almamış katılımcıların çoğunun dini nedenlerle geldiği ortaya çıkmıştır. Lise ve üstü eğitime sahip olan katılımcıların çoğunda dini amaç az, gezip görme amacı fazla görülmüştür. Benzer bir durumun Birgivi Türbesi'nde yaşandığı söylenebilir. Bu katılımcıların çoğunda maneviyatlarının güçlenmesi ve maddi hayatlarının iyileşmesi yönünde beklentiler görülmüştür. Lise ve üstü eğitime sahip olan katılımcıların çoğunda maneviyatlarının güçlenmesi yönündeki beklentilerinin daha az olduğu güzel vakit geçirme yönündeki beklentilerinin daha fazla olduğu edinilen bulgular arasındadır. Her iki gruptaki katılımcıların çoğunda dua etmek, dilek dilemek, huzur bulmak, rahatlamak ve sosyalleşmek gibi benzer deneyimler edindikleri görülmüştür. Eğitim seviyesindeki farklılıklar katılımcıların dini alanı ziyaret nedenini, o mekândan beklentilerini ve deneyimlerini farklılaştırmıştır. Eğitim dışında ilk defa türbeyi ziyaret edenler ve birden fazla ziyaret edenler arasında bir analize gidildiğinde ilk defa ziyaret eden katılımcıların çok az bir kısmı bu ziyaretten yoğun dini beklentiler ve yoğun maneviyat yaşamıştır. Çoğunun dini beklentilerinin ve deneyimlerinin daha az olduğu belirlenmiştir. Birden fazla kez türbeyi ziyaret eden katılımcıların birçoğunda dini nedenler ve mekâna bağlılık, yüksek maneviyat gibi deneyimler daha yoğun olarak görülmüştür.

Araştırmanın bulguları daha önceki beklenti ve deneyim çalışmalarını destekler niteliktedir. Genel olarak din temelli nedenler çoğunlukta olsa da dini ve dini olmayan nedenler birlikte görülmüştür. Katılımcıların maddi ve manevi yaşamlarını güzelleştirecek beklentiler içine girdikleri belirlenmiştir. Alanyazına katkı sağlayacağı düşünülen ilginç bulgulardan biri de ilköğretim seviyesindeki katılımcıların ve hiç eğitim almamış katılımcıların *yarı hac olma* beklentileridir. Honarpişeh (2013) çalışmasında ise türbe ziyareti günlük hac olarak görülmektedir. Türbeyi Umre ziyareti ile aynı seviyede görmeleri araştırmanın önemli sonuçlarından kabul edilebilir. Burada anlatılan hikâye ve efsanelerin katılımcılar üzerinde çok etkili olduğu ve yerin sürdürülebilirliğine büyük katkılar sağladığı saptanmıştır.

Katılımcıların çoğu türbede hissettiklerini *ibadet, maneviyat, huzur, samimiyet, sakinlik, yenilenme, sorgulama, hüznün, ruhen arınma, dinlenme ve rahatlama, güven, günlük hayattaki sıkıntıların unutulması, mutluluk, doğa, merak, umut* ve *farklılık* şeklinde olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca katılımcıların çoğu bu ziyaretlerini kadınlardan oluşan turlarla

İnanç Turizmi Kapsamında Kadınların Beklenti ve Deneyimlerinin Analizi: Birgivi Türbesi Örneği

gerçekleştirmiştir. Kadınlara özgü seyahat şekillerinin oluşturulması ve pazarlanması hususunda kadın turları önemli bir yere sahip olabilir. Bu yüzden, *kadın turlarının* kavramsallaştırılmasının ilerideki çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışma, mülakat soruları ile türbeyi ziyaret eden Müslüman kadın ziyaretçilerin verdikleri cevaplarla sınırlıdır. Gelecek çalışmalar, inanç turizmi kapsamında farklı milliyet veya dine mensup kadın ziyaretçilerin beklenti ve deneyimlerinin analizi üzerine veya kadın ve erkek ziyaretçilerin beklenti ve deneyimlerinin karşılaştırılması üzerine yapılabilir.

REFERENCES

- Abbate, C.S. ve Nuovo, S. (2013). Motivation and Personality Traits for Choosing Religious Tourism: A Research on the Case of Medjugorje. *Current Issues in Tourism*, 16(5), 501-506.
- Abrahams, R. (1986). Ordinary and Extraordinary Experience. V. Turner and M. Bruner (Eds.), *The Anthropology of Experience* (pp. 45-72). Chicago: University of Illinois Press.
- Abreu, M. (2006). The Brand Positioning and Image of a Religious Organisation: An Empirical Analysis. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 11, 139-146.
- Blackwell, R. (2007). Motivations for Religious Tourism, Pilgrimage, Festivals and Events. R. Raj ve N. D. Morpeth (Eds.), *Religious Tourism and Pilgrimage Festivals Management: An International Perspective* (pp. 35-47). UK ve ABD: CAB.
- Bianchi, R. R. (2016). The Hajj by Air. E. Tagliocozzo ve S. W. Toorawa (Eds.), *The Hajj: Pilgrimage in Islam* (pp. 131-155). New York: Cambridge University Press.
- Bideci, M. ve Albayrak, T. (2015). Motivations of the Russian and German Tourists Visiting Pilgrimage Site of Saint Nicholas Church. *Tourism Management Perspectives*, 18, 10-13.
- Bond, N., Packer, J. ve Ballantyne, R. (2015). Exploring Visitor Experiences, Activities and Benefits at Three Religious Tourism Sites. *International Journal of Tourism Research*, 17, 471-481.
- Božić, S. Spasojević, B. ve Tomić, N. (2014). Spiritual Healing as a Motive of Religious Travel - Creating a New Religious Route in Serbia. E. Ajanovic, M. Caber ve Y. Yilmaz (Eds.), *International Antalya*

Havva GÖZGEÇ, Ebru Günlü KÜÇÜKALTAN

- Hospitality Tourism and Travel Research Conference Proceedings Bildiriler (pp. 124-135). Antalya.
- Bremer, T.S. (2006). Sacred Spaces and Tourist Places. D. J. Timothy and D. H. Olsen (Eds.), *Tourism, Religion and Spiritual Journeys* (pp. 25-35). London: Routledge.
- Büyükoztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., ve Demirel, F. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (Geliştirilmiş 11. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Cohen, E. (1979). A Phenomenology of Tourist Experiences. *Sociology*, 13(2), 179-201.
- Cohen, E. (2006). Religious Tourism as an Educational Experience. D. J. Timothy and D. H. Olsen (Eds.), *Tourism, Religion and Spiritual Journeys* (pp. 25-35). London: Routledge.
- Collins-Kreiner, N. ve Gatrell, J. D. (2006). Tourism, Heritage and Pilgrimage: The Case of Haifa's Baha'i Gardens. *Journal of Heritage Tourism*, 1(1), 32-50.
- Collins-Kreiner, N. (2009). The Geography of Pilgrimage and Tourism: Transformations and Implications for Applied Geography. *Applied Geography*, 1-12.
- Crompton, J. L. (1979). Motivation for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Çiftçi, S. ve Saban, A. (2016). İlkokullarda Mobbing Uygulamalarına İlişkin Sınıf Öğretmenlerinin Görüşü. 15. Uluslararası Katılımlı Sınıf Öğretmenliği Eğitimi Sempozyumu (ss. 547-557). Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.
- Digance, J. (2003). Pilgrimage at Contested Sites. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 43-159.
- Dilthey, W. (1976). *Dilthey Selected Writings*. H.P. Rickman (Ed.), Cambridge: Cambridge University Press.
- Drule, A. M., Chiş, A., Bacila, M. F. ve Ciornea, R. (2012). A New Perspective of Non-Religious Motivations of Visitors to Sacred Sites: Evidence from Romania. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 62, 431-435.
- Eykay, İ. (2013). İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Antakya'nın Değerlendirilmesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Fernandes, C., Pimenta, E., Gonçaves, F. ve Rachão, S. (2012). A New Research Approach for Religious Tourism: The Case Study of the Portuguese Route to Santiago. *International Journal of Tourism Policy*, 4(2), 83-94.

**İnanç Turizmi Kapsamında Kadınların Beklentisi ve Deneyimlerinin
Analizi: Birgivi Türbesi Örneği**

- Harunoğulları, M. (2016). Kilisin İnanç Turizmi Potansiyeli ve Kutsal Mekânları, *International Periodical for the Languages. Literature and History of Turkish or Turkic*, 11(21), 177-210.
- Heelas, P. (1998). *Religion, Modernity and Postmodernity*. London: Wiley Blackwell.
- Honarpisheh, D. (2013). Women in Pilgrimage: Senses, Places, Embodiment, and Agency Experiencing Ziyarat in Shiraz. *Journal of Shi'a Islamic Studies*, 6(4), 383-410.
- Hughes, K., Bond, N. 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.
- Gerring, J. (2007). *Case Study Research, Principles and Practices*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Iheanacho, N. N. (2015). Nigerian Praxis of Religious Tourism and Pilgrimage Motivations in the Globalizing World. *Ciências da Religião: História e Sociedade*, São Paulo, 13(1), 259-284.
- İmam-ı Birgivi Türbesi (t.y.). İmam-ı Birgivi Türbesi. <https://www.neredekal.com/imam-i-birgivi-turbesi/> (26.05.2017).
- Jansen, W. ve Kühl, M. (2008). Shared Symbols Muslims, Marian Pilgrimages and Gender. *European Journal of Women's Studies*, 15(3), 295-311.
- Kasim, A. (2011). Balancing Tourism and Religious Experience: Understanding Devotees' Perspectives on Thaipusam in Batu Caves, Selangor, Malaysia. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20(3-4), 441-456.
- Levi, D. ve Kocher, S. (2012). Perception of Sacredness at Heritage Religious Sites. *Environment and Behavior*, 45(7), 912- 930.
- Lin, C. ve Kua, B. Z. (2015). The Behavioral Consequences of Tourist Experience. *Tourism Management Perspectives*, 18, 84-91.
- Liutikas, D. (2015). In Search of Miracles: Pilgrimage to the Miraculous Places. *Tourism Review*, 70(3), 197-213.
- Lo, A. S. ve Lee, C. Y. S. (2008). Motivations and Perceived Value of Volunteer Tourists from Hong Kong. *Tourism Management*, 32, 326-334.
- Maslow, A. H. (1996). *Dinler Değerler, Doruk Deneyimler*. (Çev. H. Soray Sönmez). İstanbul: Kuraldışı Yayınları.

Havva GÖZGEÇ, Ebru Günlü KÜÇÜKALTAN

- Mazumdar, S. ve Mazumdar, S. (2004). Religion and Place Attachment: A Study of Sacred Places. *Journal of Environmental Psychology*, 24(3), 385-397.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Özgen, N. (2012). Siirt'in İnanç Turizmi Mekânları: Ziyaret (Veysel Karani) ve Tillo (Aydınlar) Örnekleri. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(27), 251-272.
- Pearce, P. L. ve Lee, U. (2005). Developing the Travel Career Approach to Tourist Motivation. *Journal of Travel Research*, 43, 226-237.
- Pine, J. ve Gilmore, J. (1998). *The Experience Economy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Quan, S. ve Wang, N. (2004). Towards a Structural Model of the Tourist Experience: An Illustration from Food Experiences in Tourism. *Tourism Management*, 25, 297-305.
- Raj, R. (2012). Religious Tourist's Motivation for Visiting Religious Sites. *International Journal of Tourism Policy*, 4(2), 95-105.
- Rashid, T. (2012). Web-Based Customer-Centric Strategies: New Ways of Attracting Religious Tourist to Religious Sites. *International Journal of Tourism Policy*, 4(2), 146-156.
- Robbins, S. P. ve Judge, T. A. (2013). *Organizational Behavior*. New Jersey: Pearson.
- Sağlık, A., Kelkit, A. ve Sağlık, E. (2012). İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'nın İncelenmesi. 2. Ulusal Kırsal Turizm Sempozyumu Bildiriler (pp. 35-45), Aksaray.
- Sargın, S. (2006). Yalvaç'ta İnanç Turizmi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2): 1-18.
- Shackley, M. (2002). Space, Sanctity and Service: The English Cathedral as a Heteratopia. *International Journal of Tourism Research*, 4, 345-352.
- Snepenger, D., King, J., Marshall, E. ve Uysal, M. (2006). Modeling Iso-Ahola's Motivation Theory in the Tourism Context. *Journal of Travel Research*, 45, 140-149.
- Smith, V. L. (1992). Introduction. *The Quest in Guest*. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 1-17.
- Strauss, A., ve Corbin, J. (Eds.) (1997). *Grounded Theory in Practice*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Song, H. J., Lee, C., Park, J. A., Hwang, Y. H. ve Reisinger, Y. (2015). The Influence of Tourist Experience on Perceived Value and Satisfaction

**İnanç Turizmi Kapsamında Kadınların Beklenti ve Deneyimlerinin
Analizi: Birgivi Türbesi Örneği**

- with Temple Stays: The Experience Economy Theory. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(4), 401-415.
- Şaman, E. (2009). Mersin İli İnanç Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi: Mersin'de İnanç Turizmine Katılanların Profili Üzerine Bir Araştırma (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mersin: Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tekin, H. (2006). Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 3(13), 101-106.
- Terzidou, M. (2010). Religion as a Motivation to Travel: The Case of Tinos Island in Greece. *MİBES*, 338-349.
- Timothy, D. and Olsen, D. (Eds). (2006). *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. London: Routledge.
- Turner, V. ve Turner, E. (1978). *Image and Pilgrimage in Christian Culture: Anthropological Perspectives*. New York: Colombia University Press.
- Usta, K. M. (2005). İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından İznik'in Değerlendirilmesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Wang, W. Chen, J. S. ve Huang, K. (2015). Religious Tourist Motivation in Buddhist Mountain: The Case from China. *Asia Pacific Journal of Tourism*, 1-17.
- Woodward, S. C. (2004). Faith and Tourism: Planning Tourism in Relation to Places of Worship. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 1(2), 173-186.
- Yalçınkaya, E. (2011). Hac Psikolojisi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yeh, S., Ryan, C. ve Ge, M. (2009). Taoism, Temples and Tourists: The case of Mazu Pilgrimage Tourism. *Tourism Management*, 30, 581-588.
- Yıldırım, A. (1999). Nitel Araştırma Yöntemlerinin Temel Özellikleri ve Eğitim Araştırmalarındaki Yeri ve Önemi. *Eğitim ve Bilim*, 23(12), 7-17.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (6.Baskı). Ankara: Seçkin Kitapevi.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (8. Baskı). Ankara: Seçkin Yayınevi.