T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ BİLİM DALI

KOCAELİ İLİNDE İSLAMİ İNANÇ MERKEZLERİNİN TURİZM POTANSİYELİ: PAYDAŞ GÖRÜŞLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

YÜKSEK LİSANS TEZİ

KADİR AKGÜN

KOCAELİ- 2026

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ BİLİM DALI

KOCAELİ İLİNDE İSLAMİ İNANÇ MERKEZLERİNİN TURİZM POTANSİYELİ: PAYDAŞ GÖRÜŞLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

YÜKSEK LİSANS TEZİ

KADİR AKGÜN

Doç. Dr. ÖMÜR ALYAKUT

KOCAELİ 2026

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ BİLİM DALI

KOCAELİ İLİNDE İSLAMİ İNANÇ MERKEZLERİNİN TURİZM POTANSİYELİ: PAYDAŞ GÖRÜŞLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tezi Hazırlayan: Kadir AKGÜN

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Kararı ve No: 06.03.2026/11

Jüri Başkanı: Prof. Dr. Haluk TANRIVERDİ (İmza)

Jüri Üyesi: Doç. Dr. Ömür ALYAKUT (İmza)

Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Mehmet BOYRAZ (İmza)

KOCAELİ 2026

ÖNSÖZ

Bu tezin planlanmasından tamamlanmasına kadar geçen tüm süreçlerde; engin bilgi birikimi, akademik rehberliği ve yapıcı yönlendirmeleriyle çalışmamın her aşamasında desteğini esirgemeyen kıymetli danışmanım Doç. Dr. Ömür ALYAKUT'a en içten şükranlarımı sunarım. Çalışmanın olgunlaşma sürecindeki değerli katkıları, yerinde müdahaleleri ve sürekli desteğiyle ufkumu açan Doç. Dr. Tülay POLAT ÜZÜMCÜ'ye; araştırmanın her safhasında kıymetli görüşlerini, akademik teşviklerini ve yardımını gördüğüm Dr. Öğr. Üyesi Mehmet BOYRAZ'a teşekkürlerimi arz ederim. Tez savunma sınavı sürecinde, çalışmanın niteliğini artıran yapıcı eleştirileri, yol gösterici değerlendirmeleri ve akademik tecrübesiyle katkı sunan saygıdeğer hocam Prof. Dr. Haluk TANRIVERDİ'ye şükranlarımı sunmayı bir borç bilirim. Ayrıca, saha araştırması kapsamında görüşme talebimi geri çevirmeyerek değerli vakitlerini ve deneyimlerini benimle paylaşan tüm katılımcılara müteşekkirim.

Lisansüstü eğitimim ve tez hazırlık sürecim boyunca gösterdiği sonsuz sabır, anlayış ve güçlü desteğiyle her daim yanımda olan kıymetli eşim Zeynep AKGÜN'e; varlıklarıyla hayatıma anlam katan, en büyük motivasyon kaynağım sevgili evlatlarım Ahmet Musab, Yusuf Ali ve Salih Enes'e gönülden teşekkür ederim.

Bu çalışma; tüm bu değerli katkıların bir meyvesi ve aziz ecdadımıza duyulan derin bir vefa duygusunun tezahürü olarak ortaya çıkmıştır.

Kadir AKGÜN

Şubat 2026

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ ..... **I**
İÇİNDEKİLER ..... **II**
ÖZET ..... **IV**
ABSTRACT ..... **V**
SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ ..... **VI**
ŞEKİLLER LİSTESİ ..... **VII**
TABLOLAR LİSTESİ ..... **VIII**
RESİMLER LİSTESİ ..... **IX**
GİRİŞ **1**

BİRİNCİ BÖLÜM

1. İNANÇ VE TURİZM İLİŞKİSİ 3
1.1. İnanç Kavramı 3
1.1.1. Din Kavramı 5
1.1.1.1. Hak Din 8
1.1.1.2. Muharref Din 10
1.1.1.3. Batıl Din 11
1.2. TURİZM KAVRAMI 12
1.2.1. Turizmin Etkileri 13
1.2.2 Turizm Türleri ve Sınıflandırması 14
1.2.3. Turizm Destinasyon Yönetimi ve Turizm Paydaşları 21
1.3. İNANÇ VE TURİZM İLİŞKİSİ 28

İKİNCİ BÖLÜM

2. İNANÇ TURİZMİ 29
2.1. İNANÇ TURİZMİ KAVRAMI 29
2.1.1. İnanç Turizminin Gelişimi 31
2.1.2. İnanç Turizmi Çeşitleri 32
2.1.2.1. Aktif İnanç Turizmi 32
2.1.2.2. Pasif İnanç Turizmi 33
2.1.3. İnanç Turizmi Destinasyonları ve Çekicilik Özellikleri 34
2.1.4. İnanç Turizmi Pazarı 35
2.2. İSLAMİ İNANÇ TURİZMİ 37
2.2.1. Tarihsel Arka Planı 41
2.2.2. Dünya'da İslami İnanç Turizmi ve Etkileri 43
2.2.3. Türkiye'de İslami İnanç Turizmi ve Etkileri 45

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. KOCAELİ İLİ İSLAMİ İNANÇ MERKEZLERİNİN TURİZM POTANSİYELİ 47
3.1. KOCAELİ İLİNE GENEL BAKIŞ 47
3.1.1. Coğrafi Konumu 48
3.1.2. Tarihi Ve Kültürel Dokusu 49

3.1.3. Ekonomik Yapısı 50
3.1.3.1. Tarım ve Hayvancılık 50
3.1.3.2. Sanayi ve Ticaret 51
3.1.3.3. TurizmKapasitesi ve Turistik Hizmetler 53
3.2. KOCAELİ İNANÇ TURİZMİ: TARİHSEL GELİŞİMİ VE MEVCUT DURUMU 56
3.3. KOCAELİ İSLAMİ İNANÇ MERKEZLERİ 58
3.3.1. Camiler ve Mescitler 59
3.3.1.1. Orhan Gazi Camii (İzmit) 60
3.3.1.2. Yeni Cuma Camii (İzmit) 62
3.3.1.3. Çoban Mustafa Paşa Camii Ve Külliyesi (Gebze) 63
3.3.1.4. Fevziye Camii (İzmit) 65
3.3.1.5. Baç Çınarlı Camii (İzmit) 67
3.3.1.6. Hikmetiye Camii (Kartepe) 68
3.3.1.7. Karabâli Mehmet Bey Camii (Karamürsel) 69
3.3.1.8. Orhan Camii (Kandıra) 71
3.3.2. Şehitlik ve Şehit Kabirleri 71
3.3.2.1. İzmit Şehitliği 73
3.3.2.2. Servetiye Karşı Köyü Taş Camii ve Şehitliği (Başiskele) 74
3.3.3. Türbeler ve Yatırlar 75
3.3.3.1. Sultan Baba Türbesi (Gölcük) 77
3.3.3.2. Akçakoca Bey Türbesi (Kandıra) 79

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ 81
4.1. Araştırma Problemi 81
4.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi 82
4.3. Araştırma Yöntemi 83
4.4. Evren ve Örneklem 85
4.5. Veri Toplama Süreci 86
4.6. Veri Toplama Araçları 88
4.7. Verilerin Analizi 89
4.8. Verilerin Geçerlik ve Güvenirliği 93
4.9. Varsayım ve Sınırlılıklar 94
4.10. Araştırmanın Bulguları ve Tartışma 95
4.10.1. Paydaşların Tanımlayıcı Bulguları 96
4.10.2. Kocaeli İslami İnanç Merkezlerinin Turizm Potansiyeline İlişkin Tematik Analiz Bulguları 98
4.10.2.1. Kocaeli İslami İnanç Merkezlerinin Turizm Potansiyeline İlişkin Kod–Alt Kod Modeli 99
4.10.2.1.1. İnanç ve Turizm Etkileşimine Yönelik Bulgular 101
4.10.2.1.2. İnanç Turizmi Algılarına Yönelik Bulgular 104
4.10.2.1.3. Ziyaret Motivasyonlarına Yönelik Bulgular 106
4.10.2.1.4. Bölgesel Potansiyele Yönelik Bulgular 110
4.10.2.1.5. Çok Boyutlu Etkilerine Yönelik Bulgular 115
4.10.2.1.6. Kutsal Mekanın Koruma – Kullanma Dengesine Yönelik Bulgular 119
4.10.2.1.7. Hizmet Yapılanmasına Yönelik Bulgular 122

4.10.2.1.8. Sürdürülebirlik İle İlgili Bulgular 127
4.10.3. Kocaeli İslami Turizm Potansiyeline İlişkin SWOT Analizi Bulguları 133
4.10.3.1. Güçlü Yönler 134
4.10.3.2. Zayıf Yönler 135
4.10.3.3. Fırsatlar 135
4.10.3.4. Tehditler 136
SONUÇ VE ÖNERİLER 136
KAYNAKÇA 142
EKLER 157
ÖZ GEÇMİŞ 171

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, Kocaeli ilinde yer alan İslami inanç merkezlerinin turizm potansiyelini, destinasyon paydaşlarının perspektifinden kapsamlı bir biçimde değerlendirmektir. Bu doğrultuda, kentin İslami inanç turizmi merkezlerinin görünürlüğünü artırmak ve sürdürülebilir bir turizm arzı oluşturmak için gerekli stratejik adımların belirlenmesi hedeflenmektedir. Araştırma nitel araştırma yaklaşımıyla, durum deseni kapsamında kurgulanmıştır. Çalışma grubunu, amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örneklemesi ile belirlenen Kocaeli ilinin turizm paydaşları oluşturmaktadır. Veriler, yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla toplanmış; elde edilen veriler MAXQDA 2020 programı kullanılarak tematik analiz yöntemiyle çözümlenmiş ve SWOT analizi ile desteklenmiştir.

Araştırma bulguları, Kocaeli'nin zengin İslami miras varlığı, erişilebilir konumu ve çok yönlü turizm olanakları ile önemli bir inanç turizmi potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, tanıtım eksikliği, kurumsal eşgüdüm yetersizliği, rota planlamasının bulunmaması ve hizmet altyapısındaki eksiklikler, bu potansiyelin etkin biçimde değerlendirilmesini sınırlandırmaktadır. Ayrıca inanç turizminin yalnızca ibadet odaklı bir faaliyet olmadığı; manevi deneyim, kültürel aktarım ve toplumsal etkileşim boyutlarıyla çok katmanlı bir yapı sergilediği belirlenmiştir.

Sonuç olarak, Kocaeli ilinde İslami inanç turizmi potansiyelinin bütüncül bir destinasyon yapısına dönüşmediği ortaya koyulmuştur. Bu durum, mekânsal varlıklar ile turizm sistemini oluşturan hizmet, yönetim ve tanıtım bileşenleri arasındaki uyumsuzluğa işaret etmektedir. Bu bağlamda, destinasyonun rekabetçi ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşabilmesi için, mevcut kaynakların planlı biçimde bütünleştirilmesi, deneyim odaklı turizm ürünlerinin geliştirilmesi ve paydaşlar arasında iş birliğine dayalı bir yönetim modelinin benimsenmesi gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: İslami İnanç Merkezleri, İnanç Turizmi, Destinasyon Yönetimi, Turizm Paydaşları, Kocaeli

ABSTRACT

The aim of this study is to comprehensively evaluate the tourism potential of Islamic faith centers in Kocaeli province from the perspective of destination stakeholders. Accordingly, this study aims to identify the strategic steps required to enhance the visibility of the city's Islamic faith tourism centers and to establish a sustainable tourism supply. The research was designed within the framework of a qualitative research approach, employing a case study design. The study group consists of tourism stakeholders in Kocaeli province, selected through maximum variation sampling, one of the purposive sampling methods. Data were collected through a semi-structured interview form; the obtained data were analyzed using thematic analysis with the support of MAXQDA 2020 software and further strengthened through SWOT analysis.

The findings reveal that Kocaeli possesses a significant potential for faith tourism, supported by its rich Islamic heritage, accessible location, and diverse tourism opportunities. However, the effective utilization of this potential is constrained by insufficient promotion, lack of institutional coordination, absence of route planning, and deficiencies in service infrastructure. In addition, it was determined that faith tourism is not solely a worship-oriented activity; rather, it exhibits a multi-layered structure encompassing spiritual experience, cultural transmission, and social interaction.

In conclusion, the findings indicate that the Islamic faith tourism potential in Kocaeli has not yet been transformed into an integrated destination structure. This situation points to a misalignment between spatial assets and the service, management, and promotion components that constitute the tourism system. In this regard, in order for the destination to achieve a competitive and sustainable structure, it is necessary to systematically integrate existing resources, develop experience-oriented tourism products, and adopt a collaborative governance model among stakeholders.

Keywords: Islamic Faith Centers, Faith Tourism, Destination Management, Tourism Stakeholders, Kocaeli

SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ

ABD: Amerika Birleşik Devletleri
Ar-Ge: Araştırma Geliştirme
EBRD: European Bank for Reconstruction and Development (Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası)
GMTI: Global Muslim Travel Indeks (Küresel Müslüman Seyahat Endeksi)
GSYH: Gayrı Safi Milli Hasıla
Hz.: Hazreti
KBB: Kocaeli Büyükşehir Belediyesi
KTB: Kültür ve Turizm Bakanlığı
MARKA: Doğu Marmara Kalkınma Ajansı
M.Ö.: Milattan Önce
M.S.: Milattan Sonra
OSB: Organize Sanayi Bölgesi
S.A.V: Sallallahu Aleyhi Vesellem
STK: Sivil Toplum Kuruluşu
SWOT: Strength (Güçlü Yönler), Weakness (Zayıf Yönler), Opportunities (Fırsatlar), Threats (Tehditler)
TDV: Türkiye Diyanet Vakfı
UNESCO: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu)
UNWTE: UN World Tourism Organization (BM Dünya Turizm Örgütü)

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Turizm Destinasyon Yönetim Modeli 27
Şekil 2: Müslüman Dostu Turizm Kavramsal Çerçevesi 38
Şekil 3: Kocaeli İli Haritası..... 48
Şekil 4: Veri Toplama Süreci..... 87
Şekil 5: Analiz Aşamaları 91
Şekil 6: İslami İnanç Turizmi Ana Teması Kod-Alt Kod Bölümler Modeli 99
Şekil 7: İnanç ve Turizm Etkileşimi Teması Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli..... 101
Şekil 8: İnanç Turizmi Algısı Teması Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli 104
Şekil 9: Ziyaret MotivasyonlarıTeması Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli..... 107
Şekil 10: Bölgesel Potansiyel Teması Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli 110
Şekil 11: Çok Boyutlu Etkiler Teması Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli 115
Şekil 12: Kutsal Mekanı Koruma- Kullanma Dengesi Teması Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli 119
Şekil 13: Hizmet Yapılanması Teması Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli..... 123
Şekil 14: Sürdürebilirlik Temasına İlişkin Kodların Frekans Dağılımı..... 127

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Yerel Paydaşların İnanç Turizmindeki Rol ve Katkıları 25
Tablo 2: Küresel İnanç Temelli Turizm Endüstrisi Analizi 36
Tablo 3: Kocaeli'de Mevcut Turizm Türleri 53
Tablo 4: Kocaeli Turizm Tesis ve Yatak Kapasitesi 54
Tablo 5: Kocaeli İli 2024 Yılı Yerli ve Yabancı Turistlerin Tesise Giriş ve Geceleme Sayıları..... 55
Tablo 6: Paydaşların Tanımlayıcı Özellikleri..... 96
Tablo 7: Kocaeli İlinin İslami İnanç Turizmi Potansiyeline Yönelik SWOT Analizi 133

RESİMLER LİSTESİ

Resim 1: Orhan Camii 61
Resim 2: Yeni Cuma Camii 62
Resim 3: Çoban Mustafa Paşa Külliyesi 64
Resim 4: Fevziye Camii 65
Resim 5: Baç Çınarlı Camii 67
Resim 6: Hikmetiye Camii 69
Resim 7: Karamürsel Kara Bali Bey Camii 70
Resim 8: Kandıra Orhan Camii 71
Resim 9: İzmit Şehitliği 73
Resim 10: Servetiye Karşı Köyü Taş Camii 75
Resim 11: Servetiye Şehitliği 75
Resim 12: Sultan Baba Türbesi 78
Resim 13: Akçakoca Bey Türbesi 79

GİRİŞ

İnsan, sosyal bir varlık olmasının doğal bir sonucu olarak sürekli hareket hâlindedir. Bu hareketlilik, bireylerin yaşadıkları mekânların dışına çıkmalarını ve farklı amaçlarla seyahat etmelerini beraberinde getirmekte; söz konusu seyahatlerin önemli bir bölümü turizm olgusu içerisinde değerlendirilmektedir. Turizm, ekonomik boyutunun ötesinde, kültürel etkileşim, kimlik inşası ve toplumsal hafızanın aktarımı gibi çok katmanlı işlevlere sahip bir faaliyet alanıdır. Bu bağlamda turizm türlerinden biri olan inanç turizmi, bireylerin manevi motivasyonlarla gerçekleştirdikleri seyahatleri kapsayan özgün bir alan olarak öne çıkmaktadır.

Bingöl'e (2007) göre, insanların sürekli ikamet ettikleri yerler ile gündelik yaşamlarını sürdürdükleri, çalıştıkları ve temel ihtiyaçlarını karşıladıkları mekânların dışına; dinî inançları doğrultusunda ibadet yükümlülüklerini yerine getirmek, kutsal kabul edilen mekânları ziyaret etmek ve inanç dünyaları açısından anlam taşıyan çekim merkezlerini görmek amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatler, turizm literatüründe "inanç turizmi" başlığı altında değerlendirilmektedir. Bu turizm türü; ibadet, ziyaret, adak, hac ve kutsal mekân deneyimi gibi pratikleri içeren seyahat davranışlarını kapsamakta, aynı zamanda kültürel etkileşim, toplumsal kimlik inşası ve dinî mirasın korunması gibi sosyo-kültürel boyutlarıyla çok katmanlı bir olgu niteliği taşımaktadır.

Akademik literatürde inanç turizmi, yalnızca ibadet amaçlı yolculuklarla sınırlı görülmemekte; kutsal mekânların tarihsel, kültürel ve sembolik anlamlarını deneyimleme, dinî topluluklarla etkileşime girme ve manevi tatmin arayışı gibi unsurları da içeren geniş bir çerçevede ele alınmaktadır. Bu yönüyle inanç turizmi; din sosyolojisi, kültürel miras çalışmaları ve turizm bilimleri arasında disiplinlerarası bir inceleme alanı oluşturmakta, yerel değerlerin küresel ölçekte görünürlük kazanmasına katkı sağlamaktadır.

İnanç turizminin bu çok boyutlu yapısının somut bir destinasyon üzerinden ele alınması, kuramsal tartışmaların alan verileriyle desteklenmesi açısından önem taşımakta; sahip olduğu tarihî ve kültürel miras unsurlarıyla önemli bir potansiyel barındıran Kocaeli ili, bu inceleme için uygun bir örnek alan oluşturmaktadır.

Bu doğrultuda çalışma, Kocaeli ilinin İslami turizm potansiyelini, İslami inanç merkezleri özelinde yerel turizm paydaşlarının görüşlerine dayalı olarak çok boyutlu bir bakış açısıyla değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, inanç, din ve turizm kavramları ele alınarak bu kavramlar arasındaki ilişkiler teorik bir çerçevede incelenmiştir. Bu kapsamda inanç ve din kavramlarının tanımları, din türleri, turizm kavramı, turizm destinasyon yönetimi ve turizm paydaşları ile turizm türleri açıklanmış; inanç ve turizm arasındaki etkileşim ortaya koyulmuştur.

İkinci bölümde, inanç turizmi kavramsal ve kuramsal boyutlarıyla ele alınmış; tanımı, gelişimi ve türleri incelenerek inanç turizmi pazarı hakkında bilgi verilmiştir. Tezin konusunu oluşturan ve günümüzde hızla büyüyen İslami turizmin kavramsal çerçevesi ele alınarak hem dünya hem de Türkiye bağlamında mevcut durumu ortaya koyulmuştur.

Üçüncü bölümde, Kocaeli ilinin İslami inanç turizmi potansiyeli değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda ilin coğrafi, tarihsel, kültürel ve ekonomik yapısı ele alınmış; mevcut turizm türleri açıklanmıştır. Ayrıca İslami turizm potansiyeli incelenerek, bölgede yer alan camiler, türbeler ve şehitlikler gibi İslami inanç merkezleri hakkında bilgi verilmiştir.

Dördüncü bölümde ise araştırmanın yöntemi, veri toplama süreci ve analiz teknikleri açıklanmış; elde edilen bulgular tematik analiz kapsamında değerlendirilerek tartışılmıştır. Bu bölümde ayrıca paydaş görüşleri doğrultusunda Kocaeli'nin İslami inanç turizm potansiyeline ilişkin güçlü ve zayıf yönleri ile fırsatları ve tehditleri SWOT analizi çerçevesinde değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlar temel alınarak farklı paydaş gruplarına yönelik akademik ve uygulamaya dönük öneriler sunulmuştur

BİRİNCİ BÖLÜM

1. İNANÇ VE TURİZM İLİŞKİSİ

Bu bölümde, inanç ve turizm kavramlarına ilişkin temel kuramsal çerçeve sunulmaktadır. Bu kapsamda öncelikle inanç ve din kavramları açıklanmakta; devamında turizm kavramı, turizmin etkileri ile turizm türleri ve sınıflandırması ele alınmaktadır. Ayrıca destinasyon yönetimi ve turizm paydaşlarına ilişkin kavramsal açıklamalara yer verilmektedir. Bölümün son kısmında ise inanç ve turizm ilişkisine dair genel bir çerçeve ortaya konulmaktadır.

1.1. İNANÇ KAVRAMI

İnanç, yalnızca bireyin iç dünyasını değil, aynı zamanda toplumsal yapıyı ve kültürel değer sistemlerini de etkileyen çok boyutlu bir kavramdır. İnanç, güven, bağlılık ve sadakat gibi unsurları içererek bireylerin yaşamına yön veren güçlü bir motivasyon kaynağı olarak değerlendirilir. Bu yönüyle inanç; dini varlıklara, ideolojilere ya da kişisel ilişkilere yöneltilen zihinsel ve duygusal bir bağlılık biçimidir. Filozoflar ve ilahiyatçılar, uzun yıllardır inancın doğasını, özellikle rasyonaliteyle ilişkisini ve psikolojik temelini tartışmışlardır. Bu tartışmalar, inancın temel yapı taşlarını ve bireysel-toplumsal etkilerini anlamaya yönelik önemli katkılar sunmuştur. İnanç, genellikle insan bilgisi ve eylemi açısından büyük önem taşıyan, doğrudan gözlenemeyen veya kanıtlanamayan gerçeklerin kabulü olarak tanımlanır (Dulles, 2023).

Bu kabul, bireyin yaşamını anlamlandırmasında ve yönlendirmesinde belirleyici bir rol oynar. Psikolojik açıdan bakıldığında ise inanç, özellikle belirsizlik ve kriz dönemlerinde bireye direnç kazandıran, moral motivasyonu sağlayan bir tutum olarak öne çıkar (Malcolm & Scott, 2022). Bu yönüyle inanç, yalnızca bilişsel bir yönelim değil, aynı zamanda bireysel dayanıklılığı destekleyen duygusal bir duruş olarak değerlendirilmektedir.

İnanç başka bir ifadeyle, bireyin bilişsel, duygusal ve davranışsal süreçlerinin bütüncül bir şekilde katıldığı, yaşam deneyimlerinden beslenen güçlü bir yönelimdir. Bu yönüyle inanç, bireyin anlam arayışı ve varoluşsal sınırlarını aşma çabasının bir ifadesi olarak değerlendirilebilir. İnancın birey üzerinde derin etkiler oluşturması, güçlü duygular ve davranışlar üretmesi ve kişiliğe nüfuz eden bir yapı göstermesi, onun temel özellikleri arasında yer almaktadır (Kartal, 2019). Ancak bu tür bir inanç yalnızca içsel bir kabulle sınırlı kalmamalı; bireyin eylem ve davranışlarına da yansımalıdır. Gerçek anlamda inanç, bireyin bu inancı doğrultusunda bir yaşam pratiği geliştirmesiyle anlam kazanır; aksi halde inanç, yalnızca teorik bir iddia olarak kalır (Trigg, 2024).

Temren'e (1998) göre; en yalın anlamıyla inanç, bireyin düşünsel süreçleri neticesinde ulaştığı bir kanaati ya da sonucu ifade etmektedir. Bu bağlamda inanç, yalnızca belirli bir düşünceye sahip olmayı değil, aynı zamanda söz konusu düşünceye güven duymayı ve onu doğru kabul etmeyi de içermektedir. Çalışmada inanç kavramı, bu temel ve yalın anlam çerçevesinde ele alınmaktadır. Bu yaklaşım benimsendiğinde, "inançsız insan" kavramından söz etmenin mümkün olmadığı görülmektedir. Zira hiçbir şeye inanmadığını ileri süren birey dahi, bu sonuca düşünsel bir süreç sonucunda ulaşmaktadır. Başka bir ifadeyle, birey herhangi bir inancı reddettiğini ifade ettiğinde, en azından "hiçbir şeye inanmadığı" düşüncesine inanmakta ve bu tutumunu zihinsel bir değerlendirme sonucunda benimsemektedir. Dolayısıyla inanç, insanın düşünsel faaliyetlerinin kaçınılmaz bir ürünü olarak ortaya çıkmakta ve insan varoluşunun temel bileşenlerinden biri olarak değerlendirilmektedir.

Bununla birlikte, inanç yalnızca bireysel bir deneyim değil, aynı zamanda toplumsal ve kamusal alanla da ilişkilidir. Trigg'e (2024) göre, inanç kamusal tartışmalara ve eleştiriye açık olmalıdır; bu, demokratik bir toplumda düşünce çeşitliliği ve birlikte yaşama kültürü açısından önemlidir. İnanç sistemleri, sadece bireysel değerleri değil, toplumsal normları, yasal çerçeveleri ve ahlaki tutumları da şekillendirebilir. Bu nedenle, inançlar hem bireyin kimliğini hem de kolektif davranış biçimlerini derinden etkileyen sosyokültürel bir işleve sahiptir.

Dinî inançların seyahat davranışı üzerindeki etkisi, yalnızca ibadet zorunluluklarıyla sınırlı değildir. Kutsal mekânların tarihsel ve sembolik anlamları, ortak hafızadaki yerleri ve toplumsal kimliğin inşasındaki rolleri, bireyleri bu

mekânlarla doğrudan temas kurmaya teşvik etmektedir. Ziyaret pratikleri; türbe, cami, şehitlik ve kutsal kabul edilen diğer mekânlarda dua etme, adak adama, şükür ve tefekkür gibi ritüeller aracılığıyla somutlaşmaktadır. Bu ritüeller, bireyin manevi dünyasını güçlendirirken aynı zamanda topluluk aidiyetini pekiştiren sosyal deneyimleri meydana getirmektedir.

1.1.1. Din Kavramı

Din, insanın yaratılış gayesine uygun biçimde yaşamasını düzenleyen, ilahi kaynağa dayalı çok boyutlu bir sistemdir. İslam düşüncesine göre din, insanlık tarihi kadar eski olup ilk insan ve peygamber olan Hz. Âdem ile başlamış, son peygamber Hz. Muhammed s.a.v ile tamamlanan bir vahiy zinciridir (Yazır, 1979).

Kur'an-ı Kerim'de, "Şüphesiz Allah katında din, İslam'dır." (Âl-i İmrân, 3/19) ayetiyle bu ilahi sistemin temelinin tevhid olduğuna ve tüm peygamberlerin bu mesajı taşıdığına işaret edilmiştir. İslami gelenekte din; iman, ibadet ve ahlak olmak üzere üç temel eksende değerlendirilir. Bu yapısıyla din, bireyin Allah ile olan ilişkisini (ubudiyet), kendi iç dünyasıyla ilişkisini (nefs terbiyesi) ve toplumla olan ilişkisini (adalet, merhamet, yardımlaşma) düzenleyen bir yapıdır. Böylece din, bireyin içsel anlam arayışına yanıt verirken aynı zamanda toplumsal yapıların değerlerini, kültürel kimliğini ve davranış normlarını da belirler. Bu yönüyle din, sosyo-kültürel sürekliliğin taşıyıcısıdır (Topbaş, 2015).

İslâm düşüncesinde dinlerin sınıflandırılması, temelde Kur'ân-ı Kerîm'e dayanmaktadır. Kur'ân'da İslâm, "Allah katında geçerli olan din" (Âl-i İmrân 19), "dosdoğru din" (Rûm 30) ve "hak din" (Tevbe 33; Fetih 28; Saff 9) olarak nitelendirilmektedir. Ayrıca İslâm'ın, diğer bütün dinlere üstün kılınmak üzere gönderildiği açıkça ifade edilmektedir. Bu çerçevede, İslâm'dan başka bir dini benimsemenin ilahî açıdan kabul edilmeyeceği de Kur'ân'da vurgulanmaktadır (Âl-i İmrân 85). Bununla birlikte söz konusu ayetlerin ifadelerinden hareketle, İslâm dışındaki inanç sistemlerinin de kavramsal olarak "din" başlığı altında değerlendirildiği anlaşılmaktadır.

Ancak İslâm'ın hak din olarak kabul edilmesi, diğer dinlerin konumunu niteliksel bir ayrım çerçevesinde ele almayı gerekli kılmaktadır. Buna göre, ilahî

vahye dayanmayan inanç sistemleri bâtıl olarak değerlendirilmiştir. İlâhî kökenli olmakla birlikte tarihsel süreç içerisinde asli yapısını koruyamayan Yahudilik ve Hristiyanlık ise, vahyin tahrife uğraması nedeniyle "muharref dinler" olarak nitelendirilmiştir. Kur'ân-ı Kerîm, bu dinlerin mensuplarını "Ehl-i Kitap" kavramı ile ifade etmektedir. İslâm düşünce geleneğinde, hak dine dayanan inanç sistemlerinin "milel", bâtıl dinlerin ise "nihal" kavramlarıyla adlandırılması yaygınlık kazanmıştır. Bu anlayış doğrultusunda dinler, genel olarak ilahî vahye dayananlar ve dayanmayanlar şeklinde iki ana gruba ayrılmış; ilahî vahye dayanan dinler ise, tahrife uğramış olanlar ve ilahî koruma altında bulunduğu kabul edilen İslâm olarak tasnif edilmiştir. Kur'ân'da, ilahî mesajın korunacağına dair verilen teminat (Hicr 9) ve dinin kemale erdirildiğini bildiren ayetler (Mâide 3), İslâm'ın değişime uğramayacak, tamamlanmış ve geçerliliği devam eden tek hak din olarak kabul edilmesinin temel dayanakları arasında yer almıştır (Tümer,1986: 213).

Yerli İslam düşünürlerinden Elmalılı Hamdi Yazır'a göre din, hem akla hem kalbe hitap eden, insan fıtratıyla uyumlu bir nizamdır. Ona göre din, yalnızca bir inanç değil; bilgi, tefekkür ve hayat sistemi olarak insanı hem dünya hem de ahiret saadetine ulaştıran ilahi bir rehberdir (Yazır,1979). Osmanlı ilim adamı Taşköprülüzâde ise dini; akıl ve irade sahibi insanlara dünya ve ahiret mutluluğunu sağlamak için Allah tarafından gönderilen bir sistem olarak tanımlar (Taşköprülüzâde,1985). Çağdaş düşünürlerden Uludağ (1993), dinin bireyin anlam arayışına cevap verdiğini, manevi boyutu beslediğini ve toplumları birleştirici bir unsur olduğunu belirtir. Dinî değerlerin vahye dayanması, onu beşerî sistemlerden ayıran temel özelliktir.

Sosyolojik bakış açısıyla din; bireyin kutsal olanla ilişkisini düzenlemenin ötesinde, aynı zamanda sosyal yapıyı şekillendiren, kültürel kimliği inşa eden bir mekanizma olarak görülmektedir. Fransız sosyolog Émile Durkheim, dini "kutsal olanla ilgili inanç ve pratiklerin oluşturduğu bütünsel bir sistem" olarak tanımlamış ve bu sistemin bireyleri topluluk içinde birleştirerek kolektif bilinç oluşturduğunu vurgulamıştır (Durkheim, 2005: 45).

Çağdaş batılı ilim adamları tarafından dinin birbirinden farklı tarifleri yapılmıştır. Bu tarifler büyük ölçüde ferdî tecrübe ile zihnî, hissî, taabbüdî ve içtimaî elemanlardan ibaret beş unsurun birini ya da birkaçını öne çıkararak yapılmıştır. Ferdî tecrübe dışında kalan mevcut bu dört unsuru şu şekilde açıklamak

mümkündür:

a) Zihnî unsur: İnsanın kendisinden üstün bir güç ve kudretin mevcudiyetini zihnen kabulü. Tanrı kavramı veya çok genel ifadesiyle kutsal kavramı, bütün dinlerin özündeki temel unsurdur.

b) Hissî unsur: Zihnen varlığı kabul edilen bu üstün güç ve kudrete karşı kalben duyulan bağlılık duygusu.

c) Taabbüdî unsur: Zihnen varlığı kabul edilen, kalben kendisine bağlanılan yüce kudrete karşı bazı davranışları yapma yükümlülüğü. Buna davranış faktörü de denilmektedir ki çok genel olarak ibadeti veya kulluk gereklerini ifade etmektedir.

d) İçtimaî unsur: Aynı zihnî, hissî, taabbüdî unsurları paylaşan insanların oluşturduğu sosyal grup (Diyanet İşleri Başkanlığı, 2013: 3-4).

Dinler tarihi araştırmacısı Eliade (2003) ise dini, "kutsalın deneyimlenmesi" olarak tanımlamaktadır. Bu kapsamda kutsal, profan (sıradan) hayattan ayrılan, bireyin ruhsal derinliğini besleyen özgün bir deneyimdir. Antropolog Geertz de (1973), dine daha sembolik ve kültürel bir yaklaşım getirerek, onu "yaşantılara anlam kazandıran ve bu anlamları gerçeklik algısı hâline getiren semboller sistemi" olarak açıklamaktadır.

Bu yaklaşımlar doğrultusunda dinin yalnızca ibadet ve inanç düzeyinde değil; aynı zamanda sanat, hukuk, eğitim, mimari ve kültürel hafıza gibi alanlarda da belirleyici olduğu görülmektedir. Camiler, kiliseler, türbeler gibi yapılar, sadece ibadet mekânları değil, aynı zamanda dinin kültürel ve tarihsel izlerini taşıyan somut örneklerdir. Tüm bu değerlendirmeler göz önünde bulundurulduğunda din; hem bireyin metafizik anlam arayışına yanıt veren ilahi bir sistemdir hem de toplumsal ve kültürel yaşamı şekillendiren köklü bir kurumdur. İslamî ve yerli kaynaklarda da vurgulandığı gibi din, yalnızca bireysel bir inanç yapısı değil, aynı zamanda bir hayat tarzı, bir medeniyet inşa sistemidir. Bu yönüyle din, geçmişten günümüze tüm medeniyetlerin şekillenmesinde merkezi rol üstlenmiş, birey ve toplum düzeyinde yönlendirici bir etki göstermiştir.

Din, tek bir tanıma indirgenmesi güç, çok katmanlı ve farklı biçimlerde ortaya çıkan bir olgudur. Bu nedenle din olgusuna ilişkin bilimsel çalışmalar, zaman içerisinde farklı yaklaşımlar çerçevesinde gelişim göstermiştir. İnanç sistemleri; tanrı anlayışı, vahiy kavramı, kutsal metinlere sahip olma durumu, ölüm

sonrası yaşama bakış ve tarihsel kökenleri bakımından birbirinden ayrılmaktadır. Bu bağlamda dinler; tek tanrılı ya da çok tanrılı yapılar sergileyebildiği gibi, düalist veya panteist özellikler de taşıyabilmektedir. Ayrıca bazı dinler ilahi vahye dayanırken, bazıları beşerî tecrübelerden beslenmekte; kimi geleneklerde ahiret inancı merkezi bir yer tutarken, kimilerinde böyle bir anlayış bulunmamaktadır. Benzer şekilde kutsal kitabı olan dinler ile yazılı bir metne dayanmayan inanç sistemleri ve belirli bir kurucu şahsiyeti bulunan ya da bulunmayan dinî gelenekler de mevcuttur. Bu çeşitlilik göz önünde bulundurulduğunda, bütün dinleri kapsayan genel bir tanım yapılabilmesi, öncelikle din kavramının kapsam ve sınırlarının açık biçimde ortaya konulmasını zorunlu kılmaktadır. Bu sürecin sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesi için tarih ve felsefe disiplinlerinden yararlanmak mümkün olmakla birlikte, özellikle Dinler Tarihi alanının sunduğu veriler belirleyici bir rol oynamaktadır. Dinin özünü ve yapısını anlamaya yönelik bu verilerin, fenomenolojik bir yaklaşım çerçevesinde değerlendirilmesi, din olgusunun daha tutarlı ve bütüncül biçimde kavranmasına imkân sağlamaktadır (Tümer, 1986: 213).

1.1.1.1. Hak Din

"Hak din" kavramının belirlenmesinde temel referans noktası, saf imanın insanın yaratılışına yerleştirilen doğal yapıyla, yani fıtratla uyumlu olduğunu ifade eden Kur'ân-ı Kerîm ayetleridir. Kur'ân'a göre fıtrat, Allah tarafından insana bahşedilmiş olup insanın doğru inanç ve hakikati idrak edebilme yeteneğinin kaynağını oluşturmaktadır. Bu çerçevede doğru bir kulun en temel dayanağı, kendi fıtrî yapısıdır. Zira insan, yaratıcısı olan Allah'ın, kendisine İlah (tapınılmaya layık varlık) hakkında doğru bilgiye ulaşabilecek bir istidat verdiğinin bilincindedir. Bu ilahî bilginin insanın doğal yapısına yerleştirildiğini ve temel dinî yükümlülüklerin bu bilgi üzerine bina edildiğini inkâr eden yaklaşımlar, İslâm düşüncesinde sapkınlık olarak değerlendirilmiştir.

Gerçekte fıtrat, zamanın değişmesiyle değişmeyen ve bütün peygamberlerin üzerinde ittifak ettiği din anlayışını ifade etmektedir. Bu bağlamda peygamberler arasında, ibadet ve yardım talebinde yalnızca Allah'a yönelmek, O'na hiçbir şekilde ortak koşmamak hususunda tam bir görüş birliği bulunmaktadır. Aynı şekilde ilahî takdirin varlığı, ahirette dirilişin gerçekleşeceği, cennet ve cehennemin sembolik

değil gerçek mekânlar olduğu inancı da peygamberlerin ortak öğretileri arasında yer almaktadır. Bunun yanı sıra ibadet çeşitleri, aile hayatına ilişkin düzenlemeler, toplumsal adaletin tesisi, ilahî değerlere düşmanlık eden unsurlarla mücadele ve tebliğ faaliyetlerinin sürekliliği konusunda da ilahî mesajlar arasında temel bir bütünlük ve süreklilik söz konusudur. Bu yönüyle fıtrat, hak dinin evrensel ve değişmez özünü temsil etmektedir (Baljon & Çalışkan, 1999:1).

Ehl-i Sünnet kelâm geleneğinin önemli temsilcilerinden biri olan Ebû'l-Hasen el-Eş'arî (ö. 324/936), din anlayışını Kur'ân, Sünnet ve erken dönem İslâm otoritelerine bağlılık çerçevesinde temellendirmiştir. Eş'arî'ye göre müslümanların benimsediği din, yüce Allah'ın kitabına, Hz. peygamber'in sünnetine ve sahabe, tâbiîn ile hadis âlimlerinden nakledilen rivayetlere sıkı bir şekilde bağlı kalmayı esas almaktadır. Bu yaklaşım, dinin temel kaynaklarının vahiy ve sahih rivayetler olduğunu vurgulayan gelenekçi bir anlayışı yansıtmaktadır. Ebû Mansûr el-Mâturîdî (ö. 333/944) ise dini daha kapsayıcı bir çerçevede ele almış ve onu öncelikle Allah'ın birliğini ve ulûhiyetini bilmek, O'nun eşi ve benzerinin bulunmadığını idrak etmek, ilahî nimetlerin farkına vararak şükür bilinci geliştirmek ve Allah'a itaat etmek şeklinde tanımlamıştır. Mâturîdî, bu temel ilkeleri, bütün peygamberlere emredilen ortak din olarak değerlendirmiş; nihayetinde dinin özünü Allah'ı tek kabul etmek ve yalnızca O'na ibadet etmek şeklinde ifade ederek bu anlayışı İslâm diniyle özdeşleştirmiştir.

Dinler tarihi ve mezhepler alanında önemli bir yere sahip olan Şehristânî (ö. 548/1153) ise din kavramını ağırlıklı olarak itaat ve teslimiyet anlamı üzerinden ele almaktadır. Ona göre yalnızca ilahî vahye dayanan inanç sistemleri "din" olarak nitelendirilebilir. Bu bakış açısı doğrultusunda "din" denildiğinde esasen İslâm kastedilmektedir. Seyyid Şerif el-Cürcânî (ö. 816/1413) de din kavramını normatif bir sistem olarak ele almış ve dini, akıl sahibi bireyleri Hz. peygamber'in getirdiği esasları kabul etmeye yönelten, Allah Teâlâ tarafından vazedilmiş bir düzen olarak tanımlamıştır. Bu tanım, dinin hem ilahî kaynaklı hem de insanı sorumluluk bilinciyle yönlendiren bir yapı taşıdığını ortaya koymaktadır (Kayhan, 2006: 92).

Kur'ân-ı Kerîm'de İslâm, "Allah katındaki din", "dosdoğru din" ve "hak din" gibi nitelendirmelerle tanımlanmaktadır. Bu ifadeler, İslâm'ın ilahî kaynaklı oluşunu ve Allah katında geçerli tek din olarak kabul edildiğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte Kur'ân'da, İslâm dışındaki inanç sistemleri için de kavramsal

olarak “din” ifadesinin kullanıldığı görülmektedir. Ancak bu kullanım, söz konusu dinlerin doğruluk ve geçerlilik bakımından İslâm ile aynı konumda olduğu anlamına gelmemektedir (Diyanet İşleri Başkanlığı, 2013: 9).

1.1.1.2. Muharref Din

İslâm düşüncesinde Yahudi ve Hristiyanlara yönelik eleştirel yaklaşımın temelleri Kur’ân-ı Kerîm’e dayanmaktadır. Bu bağlamda Kur’ân, Yahudilere yönelik olarak inkâr, kibir, bozgunculuk, peygamberlere karşı düşmanca tutum sergileme, müslümanlara ve Hz. peygamber’e muhalefet etme ve Allah hakkında yakışıksız ifadeler kullanma gibi çeşitli eleştiriler yöneltmektedir. Hristiyanlar ise özellikle Allah’a çocuk isnat etmeleri, teslis inancını benimsemeleri ve Hz. Îsâ’yı ilâhî bir konuma yükselten söylemleri sebebiyle eleştirilmiştir. Bunun yanı sıra, cennetin yalnızca Hristiyanlara mahsus olduğu iddiasında bulunmaları, ilahî uyarılara karşı duyarsız kalmaları ve kendilerini Allah’ın seçkin kulları olarak görmeleri de Kur’ân’da eleştiri konusu edilmiştir.

Kur’ân-ı Kerîm’in Yahudi ve Hristiyanlara kutsal metinleri bağlamında yönelttiği eleştiriler, erken dönemlerden itibaren İslâm düşüncesinde geniş kapsamlı bir “tahrîf” tartışmasının doğmasına zemin hazırlamıştır. Bu çerçevede Müslüman âlimler arasında tahrîfin mahiyeti konusunda farklı görüşler ortaya çıkmıştır. Bazı âlimler Tevrat ve İncil metinlerinin lafzen tahrîf edildiğini savunurken, bazıları tahrîfin daha çok yorum ve anlam düzeyinde gerçekleştiğini ileri sürmüştür. Kısmi tahrîfi kabul eden yaklaşımların yanı sıra, bu kutsal kitapların bütünüyle tahrîfe uğradığını iddia eden görüşler de islâmî literatürde yer almıştır. Bu durum, tahrîf meselesinin tek yönlü veya homojen bir anlayıştan ziyade, farklı yorum ve yaklaşımlar içeren çok boyutlu bir tartışma alanı olduğunu göstermektedir (Tarakçı, 2004:33-34).

Din adamlarının, ilâhî kitap ve resullerinin bildirdiklerine göre değil, nefsanî arzularına göre hareket etmeleri neticesinde ilâhî din, artık hak olma özelliğini yitirmiş, muharref hale gelmiştir. Din adamları, dinlerini tahrif etmeleri sebebiyle Kur’an’da ciddi şekilde eleştirilmişlerdir: “Hakkı batılla karıştırıp da bile bile hakkı gizlemeyin” (Bakara 2/42). “Allah, kendilerine kitap verilenlerden, onu mutlaka insanlara açıklayacaksınız, onu gizlemeyeceksiniz diyerek söz almıştı.

Onlar ise bunu kulak ardı ettiler, onu az bir dünyalığa değiştiler. Yaptıkları alış-veriş ne kadar kötü!" (Bakara 2/42) (Dündar, 2020:507).

Kur'ân'da, Tevrat ve İncil'in beşer eliyle tahrife maruz kaldığına ilişkin açıklamalar yer almaktadır. Bu açıklamalarda tahrifin kimler tarafından yapıldığına dair bilgi de bulunmaktadır. Dolayısıyla ilahi kitapları tahrif eden dini toplulukların Ehl-i kitap olduğu görülmektedir. Diğer yandan, Kur'ân'da ilahi kitaplara karşı tahrif eylemine girişen bu çevrelerin öne sürdüğü gerekçelere dikkat çekilmektedir. Bunun yanı sıra ilahi kitaplara yönelik sözü edilen eylemlerin dünyevi ve uhrevi açıdan değerlendirildiği, konuyla ilgili hükümlerin açıklandığı da görülmektedir (Tütüncüler, 2024:84).

1.1.1.3. Batıl Din

İslâm bilginlerinin din tasnifi "hak din-bâtıl din" şeklindedir ve bu ayırım Kur'ân-ı Kerîm'e dayanmaktadır. Buna göre kaynağının ilâhî olması ve orijinal şeklini koruması sebebiyle İslâm hak dindir. İlâhî vahye dayanmakla birlikte aslî şeklini koruyamamış dinlere de (Yahudilik, Hristiyanlık) değiştirilmiş, tahrif edilmiş anlamında muharref dinler denilmektedir. İlâhî vahye dayanmayan dinler ise bâtıl dinlerdir (Diyanet İşleri Başkanlığı, 2013:8–9).

Mâtürîdî'ye göre, millet kavramı da din anlamına gelmektedir. Bu çerçevede o, İslâm'ın Hak din olarak tek bir milleti temsil ettiğine, onun dışındaki dinlerin de Batıl din olarak tek bir milleti oluşturduğuna dikkat çeker. Çünkü ona göre, her ne kadar bu dinler arasında birtakım farklılıklar olsa da küfür noktasında tek bir milleti, yani dini temsil etmektedir. Bu nedenle Allah Teâlâ, "O, Allah'a ortak koşanlar hoşlanmasalar bile dinini, bütün dinlere üstün kılmak için, peygamberini hidâyetle ve hak dinle gönderendir" âyetinde işaret edildiği üzere batıl olan dinlerin hepsine tekil olarak bu din ismini vermiştir (Önal, 2015:61-78).

"Boşa gitmek, temelsiz ve devamsız olmak" anlamındaki butlân kökünden türeyen bâtıl, türevleriyle birlikte Kur'ân-ı Kerîm'de otuz altı defa geçmektedir. Söz konusu yerlerde "yalan" (el-Mü'min 40/78; Fussılet 41/42), "boşa çıkan amel" (el-Bakara 2/264), "çirkin, faydasız ve gayesiz iş" (Âl-i İmrân 3/191), "Allah'ın dışında ilâh diye tapınılan put" (Lokmân 31/30), "hakkı örten perde" (Âl-i İmrân 3/71), "hakkın zıddı" (eş-Şûrâ 42/24), "gerçek bilgiye dayanmayan delil" (el-

Mü'min 40/5) gibi birbirinden farklı anlamlarda kullanılmıştır. Batıl İslami literatürde yanlış, asılsız ve ilahi kaynaklı olmayan din ve mezhepler için kullanıldığı gibi farklı mezhepleri benimseyen hak din mensuplarınca çeşitli grupları kötülemek maksadıyla da sık sık başvurulan bir terim olmuştur (Olguner, t.y.). Bu kavramsal çerçeve doğrultusunda, bireylerin inanç sistemleriyle şekillenen düşünce ve davranış kalıplarının, turizm faaliyetleriyle kurduğu ilişkinin anlaşılabilmesi için turizm kavramının ele alınması gerekmektedir.

1.2. TURİZM KAVRAMI

Birleşmiş Milletler tarafından 1963 yılında kabul edilen ve Uluslararası Resmi Turist Organizasyonları Birliği tarafından üye ülkelere önerilen turizm tanımı, günümüzde de geniş kabul gören bir çerçeve sunmaktadır. Bu tanıma göre turizm; "*24 saatten az olmamak, sürekli ikamete dönüşmemek ve gelir elde etmeye yönelik herhangi bir faaliyette bulunmamak koşuluyla bireyin yaptığı yolculuk ve/veya konaklamalardan doğan tüm olay ve ilişkiler*" olarak ifade edilmektedir (Sarı, 2007:4).

Turizmin tarihi sürecini ve devinimini ele almak isteyen bir kişinin Eski Mısır'a, Fenikelilere ve hatta Sümerlere kadar gitmesi gerekir. İnsanlar çeşitli nedenlerle seyahat etmiştir. Kimi zaman bir ticaret kimi zaman bir ziyaret ve kimi zamanda sağlık yada inançla ilgili yolculuklar yapmışlardır. Önceleri bireysel olarak yapılan bu seyahatler daha sonraları kitlesel bir hareket halini almıştır. Zaman içerisinde bu seyahatlerin toplumdaki gücünü fark eden yöneticiler siyasal, kültürel ve eğitimle ilgili birçok seyahat düzenlemişlerdir. Marco Polo'nun ve Evliya Çelebi'nin seyahatnamelerine baktığımızda turizmin ilerlemesi için ciddi derecede alt yapı çalışmaları yapıldığı, yol emniyeti, yemek ve konaklama gibi ihtiyaçların belirli bir sistemde yöneticiler tarafından üstlenildiği gözlemlenebilmektedir. Sanat, bilim, kültür gibi toplum içim önemli etkenler zaman içinde turizmle çok yakından etkileşime girmiş turizm faaliyetleriyle desteklenir olmuştur. Kısacası, endüstri devrimiyle (19. y.y.) birlikte toplumsal yaşamda çok büyük değişiklikler olmuş, insanlar büyük şehirlere yönelmiş, belirli çalışma saatleri ve boş zaman kavramı ortaya çıkmıştır. Bu şekilde çağdaş turizm doğmuş ve turizmin gelişim süreci son derece hızlanmıştır.

Turizm, bireylerin ikamet ettikleri yer dışında bir bölgeye, ekonomik kazanç elde etme amacı taşımaksızın, çeşitli gerekçelerle gerçekleştirdikleri ve süresi 24 saatten fazla, bir yıldan kısa olan seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Medlik, 2003).

TDK, (2023), turizmi iki yönlü olarak ele almaktadır. Buna göre, turizm hem "dinlenme, eğlenme, görme, tanıma vb. amaçlarla yapılan gezi" şeklinde bireysel bir etkinlik olarak tanımlanmakta, hem de "bir ülkeye veya bir bölgeye turist çekmek için alınan ekonomik, kültürel, teknik önlemlerin ve yapılan çalışmaların tümü" biçiminde daha yapısal ve sektörel bir olgu olarak ifade edilmektedir.

Turizm en genel tanımıyla; "Devamlı olarak yaşanan yer dışında tüketici olarak tatil, dinlenme, eğlence, kültür vb. ihtiyaçların giderilmesi amacıyla yapılan seyahat ve geçici konaklama hareketleridir" (Sezgin, 1995).

Bu genel tanım çerçevesinde turizmin yalnızca bir seyahat ve konaklama faaliyeti olmadığı; aynı zamanda ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel boyutlarda çeşitli etkiler ortaya koyan çok yönlü bir olgu olduğu görülmektedir.

1.2.1. Turizmin Etkileri

Turizm, ekonomik olduğu kadar sosyal ve kültürel boyutları da içeren çok yönlü bir yapıya sahiptir. Bu kapsamda turizmin, farklı toplumların bir araya gelmesini sağlayarak kültürler arası etkileşimi artırdığı ve sosyal ilişkiler üzerinde dönüştürücü etkiler oluşturduğu ifade edilmektedir (Zengin, 2010). Nitekim bireylerin farklı kültürleri doğrudan deneyimleme isteği, turizm faaliyetlerine katılımda temel motivasyon unsurlarından biri olarak değerlendirilmektedir (Kozak vd., 2010). Ayrıca turizm, kültürel etkileşimi artıran önemli bir araç olarak görülmektedir.

Turizmin ekonomik etkileri, yalnızca doğrudan gelirlerle sınırlı kalmayıp çarpan etkisi aracılığıyla ekonominin farklı alanlarına yayılmakta; turist harcamalarının yeniden dolaşıma girmesiyle dolaylı ve uyarılmış etkiler ortaya çıkmaktadır (Çakır, 1999). Bu süreç aynı zamanda doğrudan, dolaylı ve uyarılmış istihdam olanakları oluşturarak iş gücü piyasasına katkı sağlamaktadır (Çeken, 2003). Ayrıca turizm, farklı sektörleri harekete geçirerek ekonomik canlılığı artırmakta ve bölgesel kalkınmayı desteklemektedir (Avcıkurt, 2023:30).

Çevresel açıdan turizm, hem olumlu hem de olumsuz etkiler üretebilmektedir. Turizm faaliyetlerinin yoğunlaştığı alanlarda doğal kaynaklar üzerinde baskı artmakta ve çevresel bozulmalar meydana gelebilmektedir (Han vd., 2022). Bununla birlikte turizm, tarihî ve doğal değerlerin korunmasına yönelik restorasyon ve iyileştirme çalışmalarını teşvik ederek çevre üzerinde olumlu etkiler de oluşturabilmektedir (Oktayer vd., 2007).

Turizmin sosyal ve kültürel etkileri, farklı toplumların bir araya gelmesi ve etkileşim kurmasıyla şekillenmektedir. Bu süreç, kültürler arası anlayışı artırırken aynı zamanda yaşam biçimleri, değerler ve sosyal yapılar üzerinde değişimlere yol açabilmektedir (Zengin, 2010). Farklı kültürlerin doğrudan deneyimlenmesi, bireylerin turizm faaliyetlerine katılmalarında önemli bir motivasyon unsuru olarak görülmektedir (Kozak vd., 2010). Kısacası turizm, gelişmiş toplumların kültürel değerlerini diğer toplumlara taşıyarak kültürel etkileşime ve dönüşüme katkı sağlamaktadır.

Turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda ortaya çıkardığı etkiler, bu faaliyetlerin farklı biçimlerde gerçekleştiğini göstermektedir. Bu çeşitlilik, turizmin türlerine ve sınıflandırılmasına olan ihtiyacı ortaya koymakta; turizm faaliyetlerinin kapsamını ve özelliklerini daha sistematik biçimde ele almayı gerekli kılmaktadır.

1.2.2. Turizm Türleri ve Sınıflandırılması

Turizm faaliyetleri, bireylerin farklı ihtiyaç ve beklentilerine bağlı olarak oldukça çeşitli amaçlarla gerçekleştirilebilmektedir. Bu doğrultuda, turizm farklı ölçütlere göre sınıflandırılmıştır.

Katılımcı sayısına göre turizm; bireysel turizm, kitle turizmi ve grup turizmi olarak üç ana başlık altında toplanmaktadır (Gümüş & Kulakoğlu Dilek, 2018:21–29). Turistlerin turizm faaliyetine katılımları bireysel, grup yada kitle şeklinde olabilmektedir. Bu sebeple her turist çeşidi için ayrı bir konsept ve hizmet üretmek gerekmekte olup tüm bu farklılıklar turistlerin sayılarına göre sınıflandırılabilmeleri imkanını var etmiştir. Kişinin turizm faaliyetine tek başına katılması bireysel, ortak bir grupta katılması grup, birbiriyle herhangi bir bağı olmayan büyük grupların gerçekleştirdiği turizme ise, kitle turizmi adı verilmektedir (Şahiner, 2012:13).

Ziyaret edilen yere göre; iç turizm ve dış turizm olmak üzere iki kategori öne çıkmaktadır (Gümüş & Kulakoğlu Dilek, 2018:21–29). Turizm, ziyaret edilen yerlerin coğrafi konumuna göre iç turizm ve dış turizm olmak üzere iki temel kategoriye ayrılmaktadır. İç turizm, bireylerin kendi ülkeleri sınırları içerisinde gerçekleştirdikleri seyahatleri ifade ederken; dış turizm, ülke sınırları dışına yapılan seyahatleri kapsamaktadır. Dış turizm kendi içinde ikiye ayrılmaktadır: dış aktif turizm, bir ülkeye başka ülkelerden gelen ziyaretçileri; dış pasif turizm ise bir ülkeden başka ülkelere yapılan ziyaretleri ifade etmektedir (Köroğlu, 2015:113). Turistin geldiği yer ve ziyaret edeceği yer ile ilgili bir turizm çeşididir. Turistin ziyareti kendi ülkesi sınırları içinde olursa buna 'İç Turizm', ülke sınırları dışına ise buna 'Dış Turizm' denilmektedir. Dış turizmin ülkeye olan etkilerini iki alt başlıkta incelemek mümkündür. Aktif dış turizm, bir ülke için döviz girdisi sağlaması, ödemeler dengesi üzerinde olumlu etki oluşturması ve dış ticaret açığının kapatılmasına katkıda bulunması bakımından kritik bir rol üstlenmektedir. Bu bağlamda, aktif dış turizmin ekonomik yapıya ihracat benzeri bir katkı sunduğu ifade edilebilir. Söz konusu turizm türü, aynı zamanda ülkede turizm sektörünün gelişmesine bağlı olarak yeni iş alanlarının oluşmasına, dolayısıyla istihdamın artmasına ve ticari faaliyetlerin canlanmasına zemin hazırlamaktadır. Turizm, bu yönüyle görünmeyen ithalat ve ihracat kalemi olarak değerlendirilmekte; döviz girdilerinin artırılması, ekonomik kalkınmanın desteklenmesi ve ülke ekonomisinin büyümesi açısından stratejik öneme sahip bir sektör olarak öne çıkmaktadır. Bu çerçevede aktif dış turizm, tüm bu faydaları bir arada sunan bütünleşik bir ekonomik potansiyel olarak değerlendirilmektedir (Acar, 2019). Bir ülkede ikamet eden bireylerin, turizm amacıyla başka bir ülkeye gerçekleştirdikleri seyahatler pasif dış turizm olarak tanımlanmaktadır. Bu turizm türünde ülkeye döviz girişi sağlanmamakta; aksine, döviz çıkışı gerçekleşmektedir. Bu yönüyle, pasif dış turizme katılan bireyler, ekonomik açıdan ithalat faaliyeti gerçekleştiren aktörler olarak değerlendirilmektedir. Dövizin ülke dışına çıkmasına neden olması dolayısıyla, bu turizm biçimi ödemeler dengesi üzerinde olumlu bir etkisi görülmemektedir (Acar, 2019).

Katılımcıların yaş gruplarına göre; gençlik turizmi, orta yaş turizmi ve üçüncü yaş turizmi şeklinde bir ayrım yapılmaktadır (Gümüş & Kulakoğlu Dilek, 2018:21–29). Turizm faaliyetleri, katılımcıların yaş gruplarına göre

sınıflandırıldığında üç temel başlık altında incelenmektedir: Gençlik Turizmi, Yetişkin Turizmi ve Üçüncü Yaş Turizmi. Bu sınıflandırmada özellikle Gençlik Turizmi, 15– 24 yaş aralığında bulunan bireylerin, ailelerinden bağımsız olarak katıldıkları turizm faaliyetlerini ifade etmektedir. Küresel ölçekte değerlendirildiğinde, toplam turist hareketlerinin yaklaşık %20'si gençlik turizmi kapsamında gerçekleşmektedir. Türkiye'de ise bu turizm türünün teşvik edilmesi amacıyla okul gezileri, gençlik kampları ve benzeri etkinlikler düzenlenerek genç bireylerin seyahat kültürüne kazandırılması hedeflenmektedir. Bu yaş grubunda sorumluluğun az olması, heyecan-macera arayışı, konaklama noktası seçiminde titiz olmamaları, fazla konfor aramamaları gibi sebepler turistik faaliyetlere katılım oranlarının yüksek olmasına sebep olmaktadır. Yetişkin turizmi, literatürde sıklıkla orta yaş turizmi olarak da adlandırılmaktadır. Bu turizm türü, ağırlıklı olarak 25–60 yaş aralığındaki bireylerin katılım gösterdiği seyahat faaliyetlerini kapsamaktadır. Katılımcı profili çoğunlukla evli bireylerden oluşmakta olup, bu grup bireylerin turizm tercihlerinde dinlenme, kültürel keşif ve rahatlama gibi amaçlar ön plana çıkmaktadır. Bu tür turizme katılan bireyler yoğun çalışma temposunda çalıştıkları için genellikle yaz aylarında seyahat etmeyi tercih ederler. Aynı zamanda yetişkin turizmden faydalananlar, süre bakımından uzun bir tatil yapmak istemektedir. Üçüncü Yaş Turizmi, 60 yaş ve üzeri bireylerin katılım sağladığı bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır. Bu yaş grubuna yönelik turizm faaliyetleri, genellikle emeklilik sonrası dönemde bireylerin fiziksel ve zihinsel iyilik hâllerini desteklemek, sosyal etkileşimlerini artırmak ve yaşam kalitelerini yükseltmek amacı taşımaktadır. Günümüzde sağlık koşullarının iyileştirilmesi ve ortalama yaşam süresinin artmasıyla birlikte, özellikle gelişmiş ülkelerde Üçüncü Yaş Turizmi daha yaygın ve sistematik bir yapıya kavuşmuştur (Kozak, 2012:23-24).

Turistlerin sosyo-ekonomik durumlarına göre katılımcılar, sosyal turizm ve lüks turizm türlerine yönelmektedir (Gümüş & Kulakoğlu Dilek, 2018:21–29). Turizm, katılımcıların sosyo-ekonomik durumlarına göre değerlendirildiğinde, iki temel kategoriye ayrılmaktadır: sosyal turizm ve lüks turizm. Sosyal turizm, ekonomik imkânları sınırlı bireylerin de seyahat ve tatil gibi turistik faaliyetlere katılımını mümkün kılan bir turizm türüdür. Türkiye'de sosyal turizmin gelişimi, 1960 yılında "ücretli yıllık izin hakkının" yürürlüğe girmesiyle birlikte ivme kazanmıştır (Kozak vd., 2010:30). Sosyal turizm, ekonomik ve sosyal açıdan sınırlı

imkânlara sahip bireylerin—örneğin esnaf, işçi, öğrenci gibi grupların—devlet veya kurumlar tarafından sağlanan teşvikler aracılığıyla turizm faaliyetlerine katılımını mümkün kılan bir turizm türüdür. Bu yaklaşımın temel amacı, her bireyin sosyal ve kültürel bir hak olarak seyahat etme hakkından yararlanabilmesini sağlamaktır (Moufakkir & Kelly, 2010:38). Lüks turizm, yüksek gelir grubuna mensup bireylerin, üst düzey konfor ve hizmet kalitesi sunan otellerde konaklamaları veya donanımlı seyahat gemileriyle gerçekleştirdikleri seyahatleri kapsayan bir turizm türüdür. Bu türde, geleneksel kitle turizmine hizmet veren konaklama tesisleri, lüks turist grubunun beklentilerini karşılamada yetersiz kalabilmektedir. Bu nedenle, turizm hizmetlerinin planlanmasında hedef kitlenin sosyo-ekonomik yapısı dikkate alınmalı; konaklama, yiyecek ve içecek gibi hizmet unsurları, hitap edilen sosyal sınıfın ihtiyaç ve taleplerine uygun şekilde tasarlanmalıdır (Kozak vd., 2010:30).

Seyahat amaçlarına göre ise; oldukça geniş bir yelpaze söz konusudur. Bu bağlamda; kültürel miras turizmi, gastronomi turizmi, kırsal turizm, kış turizmi, deniz turizmi, agro turizm, yayla turizmi, sağlık turizmi ve inanç turizmi gibi farklı alt türler bulunmaktadır (Gümüş & Kulakoğlu Dilek, 2018:29).

Bu başlık altında özellikle inanç turizmi ile ilişkili olabilecek kültür ve doğa temelli turizm türlerinden bazılarına yer verilmiştir.

Kültürel Miras Turizmi: Turizm faaliyetlerinin temel kaynaklarından biri kültür diğeri mirastır. Bilimsel anlamda kültür, toplumun üyesi olarak insanın, yaşayarak, yaparak öğrendiği ve aktarıp öğrettiği maddi manevi her şeyden oluşan karmaşık bir bütündür ve eğitim ile öğrenilir, dil ve iletişim ile aktarılır (Güvenç, 2018). Miras ise; bir kuşağın kendisinden sonrakilere bıraktığı değerler bütünüdür (TDK, 2018). Kültürel miras ise bu aktarım sürecinde ortaya çıkan, sanatsal ve sembolik anlam taşıyan, tüm insanlığa ait maddi ve manevi unsurları kapsamaktadır (Öztemiz, 2017: 19). Bu çerçevede kültürel miras turizmi, farklı kültürleri ve bu kültürlere ait eserleri deneyimlemek amacıyla gerçekleştirilen seyahatleri ifade eder. Aynı zamanda kültür, sanat ve tarih unsurlarının ziyaretçiler için çekim oluşturduğu bir turizm biçimidir. McNutty ve Koff (2014), bu turizmi tarihî alanların ziyaret edilmesiyle birlikte gelenekler ve kültürel değerlerle kurulan bireysel etkileşim olarak tanımlamaktadır. Bu süreçte ziyaretçiler, özgün ve yerel deneyimler elde etmeye yönelmekte; müzeler, savaş alanları, bahçeler, limanlar ve benzeri tarihî mekânlar bu deneyimin önemli parçalarını oluşturmaktadır (Şen Şahin, 2019: 309). Pedersen (2002) ise kültürel

miras turizminin yalnızca ziyaret odaklı olmadığını, aynı zamanda koruma anlayışını içeren ve kültürel ile doğal turizmi birlikte kapsayan bir yapı sunduğunu vurgulamaktadır (Gharamaleki vd., 2018: 218). Dolayısıyla toplumların kimliğini şekillendiren, geçmiş ile gelecek arasında bağ kuran somut ve soyut tüm değerler kültürel miras kapsamında değerlendirilmektedir. Bu miras; somut ve somut olmayan olmak üzere iki temel grupta ele alınmaktadır. Somut miras; anıtlar, yapılar, heykeller ve resimler gibi fiziksel varlıkları içerirken, somut olmayan miras; müzik, dans, törenler ve geleneksel uygulamalar gibi kültürel ifadeleri kapsamaktadır. Somut miras ayrıca taşınabilir ve taşınmaz unsurlar olarak da sınıflandırılmaktadır (Akmeşe vd., 2018, s.3600). Kültürel miras turizmi yalnızca tarihî yapılarla sınırlı bir alan değildir; günümüzde toplumsal kabul görmüş tüm maddi ve manevi değerleri içine alan geniş bir çerçeve sunmaktadır. Bu yönüyle kültürel turizm, yalnızca mekânların ziyaret edilmesiyle sınırlı kalmayıp, o mekânda var olan yaşam biçiminin anlaşılmasını da içermektedir. Böylece ziyaretçiler bilgi edinmenin yanı sıra deneyim kazanmakta; bu durum kültürel turizmi diğer turizm türlerinden ayıran temel özellik olarak öne çıkmaktadır (Aliağaoğlu, 2004, s.51).

Gastronomi Turizmi: Yerel yemeklerin hazırlanması, sunulması ve deneyimlenmesi, gastronomiyi turizmin önemli bir bileşeni hâline getirmiştir. Bu süreçte yeme-içme, temel bir ihtiyaç olmanın ötesine geçerek deneyimsel bir faaliyete dönüşmüştür (Aydoğdu ve Duman, 2017: 12). Destinasyonların mutfak kültürünün turistlere sunulması, gastronomi turizmi açısından belirleyici bir unsurdur (Keskin, 2019: 172). Gastronomi turizmi; yiyecek ve içeceğe dayalı deneyimlerin merkezde olduğu seyahatleri kapsamaktadır. Festival, pazar, üretim alanı ziyaretleri, yemek etkinlikleri ve yerel ürünlerin deneyimlenmesi bu kapsamda değerlendirilmektedir (Güzel Şahin ve Ünver, 2015: 64). Ayrıca belirli yemekleri tatmak, üretim süreçlerini gözlemlemek veya ünlü şeflerin hazırladığı yemekleri deneyimlemek de bu turizm türüne dâhildir (Cömert ve Özkaya Durlu, 2014: 64). Bu deneyimler fiziksel, kültürel, sosyal ve prestij temelli motivasyonlarla şekillenmektedir. Gastronomi turizmi yıl boyunca gerçekleştirilebilmekte; destinasyonların tanıtımında ve farklılaşmasında önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Yerel ekonomiye katkı sağlamakta, kültürel mirasın korunmasına ve gelecek kuşaklara aktarılmasına destek olmaktadır (Güzel Şahin ve Ünver, 2015: 66). Turistlerin seyahat bütçelerinin önemli bir kısmını yiyecek-içecek harcamalarına ayırması, gastronominin destinasyon

deneyimindeki rolünü göstermektedir (Şimşek ve Selçuk, 2018: 29). Gastronomiyi temel motivasyon olarak benimseyen "gastro turistler", özgün yemekleri deneyimlemek amacıyla seyahat eden özel ilgi turistleridir (Küçükkömürler vd., 2018: 80). Bu kapsamda düzenlenen gurme turları, genellikle küçük ve özel gruplara yönelik olup, yalnızca turistleri değil, aynı zamanda gastronomi alanındaki profesyonelleri de kapsayan deneyim odaklı seyahatler olarak öne çıkmaktadır (Aksoy ve Sezgi, 2015: 82).

Etkinlik Turizmi*:* TDK'ya (2020) göre etkinlik, belirli bir alanda gerçekleştirilen faaliyetleri ifade etmektedir. Etkinlik turizmi ise, turist çekmek amacıyla etkinliklerin planlanması, geliştirilmesi ve pazarlanmasını kapsayan bir turizm türüdür (Timur vd., 2014: 58). Aynı zamanda özel günler, kutlamalar ve çeşitli amaçlarla düzenlenen organizasyonlar aracılığıyla sosyal, kültürel ve ekonomik hedeflere ulaşmayı amaçlayan faaliyetlerdir (Baysal vd., 2016: 101). Festival, fuar, kongre ve şölen gibi etkinlikler turizm talebi oluşturan önemli unsurlar arasında yer almakta ve turizm ürünü olarak değerlendirilmektedir (Baysal vd., 2016: 101; Yolal, 2017: 36). Etkinlik turizmi, 1987 yılında Yeni Zelanda'da dikkat çekmiş ve kısa sürede uluslararası literatürde gelişen bir alan hâline gelmiştir (Yıldırım, 2017: 44). Bu turizm türü; turizmin çeşitlendirilmesine katkı sağlamakta, faaliyetlerin yıl geneline yayılmasına imkân tanımakta ve destinasyonlarda sürekli hareketlilik oluşturmaktadır. Ayrıca etkinlikler, kültürel mirasın tanıtılması ve aktarılmasında önemli bir rol üstlenmektedir (Getz, 2008: 403; Yolal, 2017: 37). Etkinlikler destinasyonlar için imaj oluşturma, tanıtım sağlama, turist çekme ve ekonomik fayda üretme gibi katkılar sunmaktadır (Yıldırım, 2017: 44). Aynı zamanda turistlerin kalış süresini ve harcamalarını artırarak turizm sezonunun uzamasına katkı sağlamaktadır (Can, 2015: 9; Getz, 2008). Bu yönüyle etkinlik turizmi, destinasyon pazarlamasında stratejik bir araç olarak değerlendirilmektedir (Eroğlu ve Erbay Aslıtürk, 2017: 134). Etkinlikler ölçeklerine göre mega (Olimpiyatlar), büyük (uluslararası festivaller) ve bölgesel (yerel festivaller) olarak sınıflandırılmaktadır (Kızılırmak, 2006: 183). Bu çeşitlilik, farklı turist gruplarını destinasyonlara çekerek turizm hareketliliğini artırmaktadır.

Deniz (kıyı) turizmi: En yaygın turizm türlerinden biridir ve genellikle tatil ve dinlenme amacıyla tercih edilmektedir. Özellikle yaz aylarında sahil bölgelerine yönelik yoğun turist hareketleri, bu turizm türünün popülerliğini artırmaktadır. Bu turizm türü içerisinde yer alan başlıca faaliyetler arasında; tüplü ve şnorkelli dalış,

rüzgâr sörfü, amatör balıkçılık, deniz canlıları ve kuş gözlemi, kruvaziyer turizmi, feribot taşımacılığı, yelkencilik, yat turizmi, kutup bölgelerine yapılan seyahatler, deniz temalı müze ziyaretleri ve kumsal aktiviteleri gibi pek çok farklı etkinlik bulunmaktadır (Orams, 2002).

Kış turizmi; başta kış sporları olmak üzere seyahat, konaklama ve çeşitli turizm hizmetlerini kapsayan ve karla kaplı alanlarda gerçekleştirilen bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır (Özdoğan, 2009: 6). Bu turizm türü, kar örtüsünün süreklilik gösterdiği ve karlı gün sayısının yüksek olduğu, genellikle yüksek rakımlı dağlık bölgelerde yoğunlaşmaktadır. Kış turizmi, kayak ve snowboard gibi spor aktivitelerinin merkezde yer aldığı bir turizm hareketidir (Aksu, 2003).

Kırsal turizm: Kırsal turizm, doğal kaynaklar, kültürel miras, kırsal yaşam tarzı ve yerel ekonomik etkinliklerle bütünleştirilmiş bir turizm türüdür. Bu anlamda kırsal alanlar sahip oldukları kültürel peyzaj özelliklerinin yanı sıra doğal peyzaj özellikleriyle çeşitli rekreasyonel faaliyetler için uygun ortamlardır (Kiper vd., 2011: 22). Kırsal turizmde turistlerin amacı, şehir hayatından uzaklaşarak, şehrin gürültülü ve stresli ortamından kurtulurken, kırsal yöredeki otantik el sanatlarını görmek, yiyecekleri tatmak, yöreye özgü festivallere katılmak, yani yörenin zaman içerisinde geliştirdiği kendine ait kültür ögelerini görmektir (Morgül, 2006). Bu nedenle otantik özelliklere sahip, yöreye özgü ürünlerin sunulduğu ve bu değerlerin korunmasını destekleyen kırsal turizm, itici bir güç olarak öne çıkmaktadır. Kırsal turizmi diğer turizm türlerinden ayıran temel unsur, konaklama süresinden çok destinasyonun uzaklığıdır. 75 kilometreden daha yakın mesafedeki ziyaretler kırsal turizm kapsamında değerlendirilmemektedir (Greffe, 1994). Kırsal turizm, kırsal yörelerin kalkınmasına yardımcı olarak ülke ekonomisine katkıda bulunur. Tarımsal ve turistik etkinlikler bir arada ve birbirinin tamamlayıcısı olarak yer alırsa, hem o yöre hem de ülke ekonomisine önemli olumlu etkilerde bulunmaktadır (Çeken vd. 2007: 12).

Çalışma konusuyla bağlantılı olan *Müslüman Dostu Turizm* (*Helal Turizm)* ayrıntılı olarak ikinci bölümde ele alındığından, bu başlık altında açıklanmamaktadır.

Turizm türlerinin çeşitlenmesiyle birlikte destinasyonların yalnızca çekicilik unsurlarıyla değil, bu çeşitliliği nasıl yönettiği ve paydaşlar arasında nasıl bir iş birliği kurduğu da önem kazanmaktadır. Bu bağlamda, turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir ve etkili biçimde yürütülebilmesi için destinasyon yönetimi ve paydaşların rolü ön plana çıkmaktadır.

1.2.3. Turizm Destinasyon Yönetim ve Turizm Paydaşları

Fransızca kökenli olan “destinasyon” kavramı en genel anlamıyla “ulaşılması hedeflenen yer ya da varılacak yer” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2025).

Turizm destinasyonu ise, ziyaretçilerin belirli bir amaç doğrultusunda seyahat ettikleri; doğal, kültürel, tarihî ve turistik çekicilik unsurlarını bünyesinde barındıran coğrafi alanı ifade etmektedir. Bu alan yalnızca fiziksel bir mekânı değil; aynı zamanda altyapı olanaklarını, hizmet sunumunu, yerel toplumu, kültürel değerleri ve ziyaretçi deneyimini şekillendiren tüm unsurların bütünleşik yapısını kapsamaktadır (Pike & Page, 2014). Dolayısıyla destinasyon, turistik ürünlerin tek tek sunulduğu bir yer olmanın ötesinde, ziyaretçinin algısında bütüncül bir deneyim alanı olarak anlam kazanmaktadır. Bu bağlamda turizm destinasyonu; turistik çekicilikler ile destekleyici hizmetlerin (konaklama, ulaşım, yeme-içme, rehberlik, tanıtım vb.) bir araya gelerek ziyaretçilere kapsamlı bir deneyim sunduğu, rekabet edebilir ve yönetilebilir bir sistem olarak tanımlanmaktadır (Buhalis, 2000). Bugün modern turizm literatüründe destinasyonlar, ziyaretçi deneyimi ve memnuniyeti üzerinden değerlendirilen, çok paydaşlı ve dinamik sistemler olarak ele alınmaktadır (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü - UNWTO, 2019).

Destinasyon yönetimi, bir destinasyonun rekabet gücünü artırmak, sürdürülebilirliğini sağlamak ve ziyaretçi deneyimini geliştirmek amacıyla kamu, özel sektör ve sivil toplum aktörlerinin koordineli biçimde yürüttüğü planlama, örgütleme ve uygulama süreçlerini ifade etmektedir (Bornhorst vd., 2010). Bu süreç; stratejik planlama, pazarlama, kaynakların korunması, altyapı geliştirme ve paydaşlar arası iş birliği gibi çok boyutlu faaliyetleri kapsamaktadır. Etkin destinasyon yönetimi, yalnızca turistik talebi artırmayı değil; aynı zamanda kültürel mirasın korunmasını, çevresel sürdürülebilirliği ve yerel halkın refahını gözeten bütüncül bir yaklaşımı gerektirmektedir (Presenza vd., 2005).

Destinasyon yönetiminde paydaşlar, destinasyonun gelişiminde doğrudan veya dolaylı etkisi bulunan tüm aktörleri kapsamaktadır. Kamu kurumları, yerel yönetimler, turizm işletmeleri, sivil toplum kuruluşları, yerel halk ve ziyaretçiler bu paydaşlar arasında yer almaktadır (Freeman, 1984; Timur & Getz, 2008). Paydaş

yaklaşımı, sürdürülebilir destinasyon yönetimi için farklı çıkar gruplarının beklenti ve ihtiyaçlarının dengelenmesini gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda yerel yönetimler altyapı ve düzenleyici rol üstlenirken; özel sektör hizmet kalitesini ve rekabet gücünü artırmakta, sivil toplum kuruluşları kültürel ve çevresel değerlerin korunmasına katkı sağlamakta, yerel halk ise destinasyonun otantik kimliğini ve sosyal sürdürülebilirliğini temsil etmektedir (Aas vd., 2005).

Turizm, yalnızca ekonomik bir faaliyet değil; aynı zamanda sosyal, kültürel ve çevresel etkileri olan çok boyutlu bir sistemdir. Bu nedenle turizmin planlanması ve sürdürülebilir kılınması, farklı düzeylerdeki çok sayıda paydaşın iş birliğini gerektirmektedir. Bu çerçevede paydaş yaklaşımı, tüm ilgili tarafların karar alma süreçlerine dâhil edildiği katılımcı bir yönetişim modeli olarak ele alınmaktadır (Bramwell & Lane, 2000). Yerel yönetimler fiziksel planlama ve düzenleyici roller üstlenirken; merkezi yönetimler yasal çerçeveyi belirlemekte, sivil toplum kuruluşları çevresel ve kültürel koruma işlevi görmekte, özel sektör yatırım ve pazarlama süreçlerinde rol almakta, yerel halk ise sürdürülebilirliğin temel aktörü olarak öne çıkmaktadır (Timothy, 2007).

Paydaşlar arasında güçlü bir kurumsal koordinasyon sağlanmadığı durumlarda, turizm faaliyetlerinde kısa vadeli çözümler ön plana çıkmakta ve sürdürülebilirlik hedefleri göz ardı edilebilmektedir. Bu nedenle turizm planlamasında çok aktörlü yapının etkinliği, politika uyumu ve güçlü yönetişim mekanizmalarının varlığına bağlıdır (Hall, 2008).

Turizmin sürdürülebilirliği yalnızca çevresel etkilerin azaltılmasıyla değil, aynı zamanda sosyal adaletin sağlanmasıyla da ilişkilidir. Bu noktada yerel halkın sürece katılımı hem bir hak hem de bir gereklilik olarak değerlendirilmektedir. Yerel halkın dışlandığı turizm uygulamaları, sosyal gerginliklere, kültürel yabancılaşmaya ve ekonomik eşitsizliklere yol açabilmektedir (Choi & Sirakaya, 2005; Sharpley, 2009). Bu nedenle yerel halkın karar alma süreçlerine katılımı ve turizmden elde edilen faydaların adil dağılımı sağlanmalıdır.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 2019), kültürel sinerjilerin ancak yerel paydaşlarla iş birliği içinde geliştirilen projelerle mümkün olabileceğini vurgulamaktadır. Bu durum, özellikle inanç turizmi gibi maneviyat ve kimlik unsurlarıyla doğrudan ilişkili turizm türlerinde daha da önem kazanmaktadır.

Sonuç olarak, turizm destinasyonlarının sürdürülebilir gelişimi, çok paydaşlı bir yapı içerisinde geliştirilen katılımcı planlama, kurumsal koordinasyon ve yerel sahiplenme mekanizmalarına bağlıdır. Bu bağlamda inanç turizmi, ancak yerel iş birlikleri, stratejik planlama ve sosyal katılım süreçleri ile sürdürülebilir hale getirilebilir (Hall, 2008; Timothy & Boyd, 2003).

Her bir paydaş bu sürecin farklı bir boyutunu üstlenmektedir: Aşağıda yerel turizm paydaşları ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

***İdari Yerel Yönetimler*:** Doğrudan uygulayıcı ve altyapı sağlayıcı olarak özellikle fiziksel düzenlemeler ve tanıtım faaliyetlerinde rol alan yerel yönetimlerin, daha stratejik ve kültür temelli çalışmalara yönelmesi beklenmektedir (Richards, 2007). Turizmin ekonomik açıdan temel itici güç olduğu destinasyonlarda yerel yönetimler, turizm yönetişiminin merkezî aktörlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Yerel yönetim birimleri; yerel halkın planlama ve karar alma süreçlerine katılımını sağlayan mekanizmalar geliştirmekte, katılımcı yönetişim anlayışını güçlendirmekte ve böylece turizmin toplumsal kabulünü artırmaktadır (Badurina & Frleta, 2021). Ayrıca turizm köylerinin yönetimi, paydaşlar arası koordinasyonun sağlanması ve destinasyonun tanıtım faaliyetlerinin yürütülmesi gibi işlevler de yerel yönetimlerin sorumluluk alanı içinde değerlendirilmektedir (Purwanto, 2022). Bu bağlamda yerel yönetimler; destinasyonun planlı gelişimi, yerel kalkınmanın desteklenmesi, kültürel ve sosyal etkinliklerin organize edilmesi ve sürdürülebilir turizm uygulamalarının hayata geçirilmesinde kritik bir rol üstlenmektedir. Turizm politikalarının yerel ölçekte uygulanabilirliğini artıran bu birimler, aynı zamanda paydaşlar arasında eşgüdüm sağlayarak destinasyon yönetiminin etkinliğini güçlendirmektedir (Dredge, 2006; McKercher & Ritchie, 1997). Yerel yönetimler, katılımcı yönetişim mekanizmaları, koordinasyon kapasitesi ve sürdürülebilirlik odaklı uygulamalarıyla turizm destinasyonlarının rekabet gücünü artıran ve yerel kalkınmayı destekleyen temel kurumsal aktörler arasında yer almaktadır.

Merkezi Yerel Yönetimler: Düzenleyici ve planlayıcı rolüyle bütçe, mevzuat ve strateji açısından belirleyici olsa da çoğu zaman yerel dinamikleri gözetmeyen merkeziyetçi kararlarla süreci zayıflatabilmektedir (Düzgün, 2020). Turizm sektöründe hedeflerin belirlenmesi, stratejik planların hazırlanması, turizm faaliyetlerinin uygulanması ve geliştirilmesi süreçlerinde yerel yönetimler önemli sorumluluklar üstlenmektedir. Bu birimler, yalnızca karar alma mekanizmalarının

merkezinde yer almakla kalmayıp, alınan kararların sahada uygulanmasını sağlayan aktif bir turizm paydaşı olarak da işlev görmektedir (Özcan & İbiş, 2022). Bu bağlamda denilebilir ki, yerel yönetimlerin bu çift yönlü rolü, destinasyon yönetiminde politika üretimi ile uygulama arasındaki bütünlüğü güçlendirmekte; planlama, altyapı geliştirme, tanıtım faaliyetleri ve paydaş koordinasyonu gibi alanlarda etkinliği artırmaktadır. Böylece yerel yönetimler, turizmin sürdürülebilir biçimde geliştirilmesi ve yerel kalkınma hedefleriyle uyumlu şekilde yönetilmesinde stratejik bir konuma sahip olmaktadır. Yerel yönetimler, turizm politikalarının belirlenmesi ve uygulanması süreçlerinde üstlendikleri karar verici ve uygulayıcı roller sayesinde destinasyon yönetiminin etkinliğini artıran temel kurumsal aktörler arasında yer almaktadır.

***Sivil Toplum Kuruluşları (STK) Ve Dinî Liderler*:** Mekânların anlamını taşıyan en önemli sosyal aktörlerdir. Ancak bu grupların görünürlüğü dijital çağın gerekleriyle henüz tam entegre olmamıştır. Yerel yönetimlerle birlikte yürütülecek tanıtım, rehberlik ve etkinlik süreçleri bu açıdan hayati önemdedir (McKercher & Du Cros, 2002). STK'lar, kâr amacı gütmeyen, toplumun ortak ihtiyaç ve çıkarlarına hizmet etmeyi amaçlayan ve kamu otoritesinden bağımsız bir yapıda faaliyet gösteren örgütlenmeler olarak tanımlanmaktadır (Şahin, 2007). Gönüllülük esasına dayanan bu kuruluşlar; sosyal, kültürel, çevresel ve ekonomik alanlarda faaliyet göstererek toplumsal katılımı güçlendirmekte ve kamu ile toplum arasında köprü görevi üstlenmektedir. Turizm bağlamında değerlendirildiğinde STK'lar, yerel değerlerin korunması, kültürel mirasın yaşatılması, çevresel sürdürülebilirliğin desteklenmesi ve yerel halkın turizm süreçlerine katılımının teşvik edilmesi gibi işlevler üstlenmektedir. Bu yönüyle sivil toplum kuruluşları, destinasyon yönetiminde katılımcı yönetişimi destekleyen ve turizmin toplumsal fayda üretme kapasitesini artıran önemli paydaşlar arasında yer almaktadır.

Özel Sektör (Turizm İşletmeleri): Yiyecek ve içecek işletmeleri, turizm sisteminin tamamlayıcı unsurlarından biri olarak otel işletmeleriyle benzer biçimde destinasyon deneyiminin kalitesine ve sürdürülebilirliğine önemli katkılar sunmaktadır. Özellikle menülerinde yöresel yiyecek ve içeceklere yer veren işletmeler, gastronomi turizmi bağlamında kültürel mirasın korunması, tanıtılması ve turistlere aktarılması açısından stratejik bir rol üstlenmektedir. Bu tür uygulamalar, ziyaretçilerin destinasyonla kurduğu kültürel bağı güçlendirirken, otantik deneyim

arayışını da karşılayarak destinasyonun rekabet gücünü artırmaktadır (Bulgan & Ergençiçeği, 2021; Özgen, 2020). Bununla birlikte eğlence hizmetleri de diğer turizm işletmeleri gibi hem yerel halk hem de turistler üzerinde çift yönlü etkiler oluşturabilmektedir. Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde eğlence işletmeleri; istihdam oluşturma, yerel girişimciliği teşvik etme ve destinasyonun gece ekonomisini canlandırma gibi olumlu katkılar sağlamaktadır. Ancak özellikle kıyı destinasyonlarında yoğunlaşan gece eğlenceleri, gürültü kirliliği, çevresel bozulma ve toplumsal huzursuzluk gibi olumsuz dışsallıklara yol açabilmektedir (Aktaş, 2020).

Yerel halk: Sadece "tüketici" değil, turistik deneyimin anlamını şekillendiren bir "ortak üretici"dir. Onların sürece katılması, mekânların sürdürülebilirliğini sağladığı gibi kültürel aktarımı da canlı tutar (Aksoy, 2021; Sharpley & Jepson, 2011). Yerel halkın turizme katılımı ve turizm bilincinin yüksek olması, destinasyon imajının oluşumu ve sürdürülebilir turizm gelişimi açısından literatürde kritik bir belirleyici olarak kabul edilmektedir. Tosun (2002) tarafından vurgulandığı üzere, yerel toplulukların turizm süreçlerine aktif katılımı yalnızca ekonomik fayda üretmekle kalmamakta; aynı zamanda sosyal kabulü güçlendirerek turist deneyiminin niteliğini doğrudan etkilemektedir. Tablo 1'de yerel paydaşların inanç turizmindeki rol ve katkıları verilmiştir.

Tablo 1: Yerel Paydaşların İnanç Turizmindeki Rol ve Katkıları

Paydaş	**İşlevsel Rolü**	**Güçlü Yönler/ Katkılar**	**Zorluklar/ Eksiklikler**	**Önerilen Stratejiler**	**Kaynaklar**
İdari Yerel Yönetim (Belediyeler)	Hizmet sunumu ve uygulama birimi	- Sosyal etkinlik organizasyonu - Tanıtım ve ulaşım desteği - Yerel düzeyde hızlı uygulama	- Finansal yetersizlik - Stratejik vizyon eksikliği - Kurumlar arası uyum eksikliği	- Yerel eylem planları hazırlanmalı - Dijital tanıtım ve yönlendirme sistemleri kurulmalı	Şahin, 2015; Getz, 2008; Richards, 2007
Merkezi Yerel Yönetim (Valilik, İl Kültür Müd., MEB)	Strateji geliştirme ve yasal çerçeve oluşturma	- Eğitim ve finansman gücü - Yasal düzenleme kapasitesi - Resmi kurumsal yapı	- Kurumsal kopukluk - Yerel ihtiyaçlara duyarsızlık	- Eğitimi inanç turizmine entegre etmeli - Katılımcı planlamaya açık yapılar kurulmalı	Hall, 2008; Düzgün, 2020; Timothy & Boyd, 2003

Dinî STK'lar ve Dini Liderler	Manevi ve kültürel anlam taşıyıcı	- Toplumda güvenilirlik - Etkinlik üretme potansiyeli - Kültürel değer aktarımı	-Tanıtım araçlarına erişim kısıtlılığı - Kurumsallaşma eksikliği	- Anlatı temelli tanıtım projelerine dahil edilmeli -Belediyelerle iş birlikleri artırılmalı	McKercher & du Cros, 2002; Gümüş, 2016
Yerel Halk	Kültürel taşıyıcı ve sahiplenen topluluk	- Yaşayan miras aktarımı - Otantik deneyim sunabilme - Geleneksel bilgiyi koruma	- Yetersiz bilgilendirme - Karar süreçlerine dahil edilmeme	- Gönüllü rehberlik teşvik edilmeli - Kültürel üretim ve eğitim programları geliştirilmeli	Sharpley & Jepson, 2011; Aksoy, 2021; UNWTO, 2019

Tabloda görüldüğü üzere, her paydaşın belirli katkı alanları ve sınırlılıkları bulunmaktadır. Sürdürülebilir bir inanç turizmi politikası için bu dört temel paydaş arasında eşgüdüm, iletişim, eğitim ve katılım temelli bir yönetişim modeli kurulması gereklidir. Bu model yalnızca ziyaretçi sayısını değil, kültürel değerlerin içselleştirilmesini ve toplumsal sahiplenmeyi de artıracaktır (UNWTO, 2019).

Paydaşlara ilişkin kuramsal sınıflandırmalar, farklı araştırmacılar tarafından çeşitli alt kategorilere ayrılmış olsa da, öz itibarıyla benzer kavramsal çerçeveleri yansıtmaktadır. Paydaş grupları; farklı çıkar, beklenti ve etki düzeylerine sahip aktörlerden oluşmakta ve çoğu zaman birden fazla rolü eşzamanlı ya da dönemsel olarak üstlenebilmektedir. Nitekim bireylerin farklı bağlamlarda farklı roller üstlenmesi, paydaşların sabit kimlikler yerine durumsal ve çok katmanlı kimliklere sahip olduğunu göstermektedir (Winn, 2001). Bu çoklu rol yapısı, paydaş teorisinin temel varsayımlarından biri olan çıkar temelli sorumluluk üstlenme yaklaşımını desteklemekte; bireylerin ve grupların, içinde bulundukları konuma ve elde etmeyi hedefledikleri faydaya bağlı olarak farklı sorumluluk ve tutumlar geliştirdiğini ortaya koymaktadır (Fassin, 2012).

Çıracı ve arkadaşları (2008), turizmde paydaş yapısını destinasyon yönetimi modeli çerçevesinde ele alarak çok katmanlı bir yönetişim sistemi içinde değerlendirmektedir. Bu yaklaşıma göre turizm destinasyonlarının etkin biçimde yönetilebilmesi, farklı idari düzeylerde ve sektörel alanlarda faaliyet gösteren paydaşların eşgüdümüne bağlıdır. Söz konusu modelde paydaşlar; merkezi yönetim

aktörleri, merkezi–yerel düzeyde görev yapan kurumlar, sivil toplum kuruluşları ve meslek odaları, yerel yönetimle bağlantılı merkezi birimler, doğrudan yerel düzeyde faaliyet gösteren paydaşlar ile girişimciler, özel sektör temsilcileri ve yatırımcılardan oluşan altı temel kategori altında sınıflandırılmaktadır (Çıracı vd., 2008). Şekil 1'de bu sınıflandırma verilmiştir.



Şekil 1: Turizm Destinasyon Yönetim Modeli (Çıracı vd., 2008).

Bu bağlamda paydaş kavramı, statik bir aktör tanımından ziyade; değişken, ilişkisel ve bağlamsal bir yapı olarak ele alınmalı, paydaşların rollerinin zaman, mekân ve kurumsal ihtiyaçlara göre yeniden şekillendiği dikkate alınmalıdır. Böylece paydaş analizi, yalnızca aktörlerin kim olduğunu belirlemekle sınırlı kalmayıp, onların hangi koşullarda hangi rol ve sorumlulukları üstlendiklerini de açıklayan dinamik bir değerlendirme çerçevesi sunmaktadır.

Turizm literatüründe paydaş kavramı, turizm faaliyetlerinden doğrudan ya da dolaylı biçimde etkilenen veya bu faaliyetleri etkileyebilme kapasitesine sahip tüm aktörleri kapsayan geniş bir çerçevede ele alınmaktadır. Bu kapsamda yerel topluluklar, kamu kurumları, turizm işletmeleri, sivil toplum kuruluşları, tur operatörleri, konaklama işletmecileri, bölge sakinleri, ziyaretçiler ve turizmle ilişkili diğer kurum ve kuruluşlar turizm paydaşları arasında değerlendirilmektedir (Byrd, 2007). Turizmin çok boyutlu yapısı, farklı toplumsal ve kültürel unsurlarla kurduğu ilişkiler üzerinden şekillenmektedir. Bu çerçevede, turizm ile inanç arasındaki etkileşim, hem ziyaret motivasyonları hem de destinasyonların anlamlandırılması açısından önemli bir boyut oluşturmaktadır.

1.3. İNANÇ VE TURİZM İLİŞKİSİ

Günümüzde gerek İslam gerekse diğer dinlerde gerçekleştirilen dinî amaçlı seyahatler ulaşım, konaklama, yeme-içme ve alışveriş gibi hizmetlerle entegre bir yapı içerisinde gerçekleştirilmektedir. Bu durum, inanç ile turizm arasında güçlü bir ilişki ortaya çıkarmaktadır. Hac ibadeti başta olmak üzere kutsal mekânlara yapılan dini ziyaretler; mimari, sanatsal, tarihsel ve kültürel değerleriyle öne çıkmakta ve yalnızca dini bir faaliyet olmanın ötesinde kültürel turizm kapsamında değerlendirilmesine olanak tanımaktadır (Hughes vd., 2013; Shackley, 2001).

İnanç ve turizm arasındaki ilişki, bireylerin manevi motivasyonları ile mekânsal hareketlilikleri arasındaki etkileşim temelinde şekillenen çok boyutlu bir olgudur. Dinî inançlar, bireylerin kutsal kabul ettikleri mekânları ziyaret etme, ibadet yükümlülüklerini yerine getirme ve manevi tatmin arayışıyla seyahat etmelerine yön vererek turizm faaliyetleri için önemli bir motivasyon kaynağı oluşturmaktadır (Türker vd., 2019).

İnanç ve turizm birlikteliğinin anlaşılabilmesi için inanç ve din kavramları arasındaki ayrımın da dikkate alınması gerekmektedir. Din, bireyin dışında var olan, belirli kurallar ve kurumsal yapılarla şekillenen nesnel (objektif) bir olgu iken; inanç, bireyin iç dünyasına ait olup öznel (sübjektif) bir nitelik taşımaktadır. Bu nedenle bireylerin aynı dini yapıya mensup olmalarına rağmen inançlarını algılama, yorumlama ve eyleme dökme biçimlerinde farklılıklar ortaya çıkabilmektedir (Alaeddinoğlu & İzi, 2024). Dolayısıyla, inancın bu öznel yapısı, turizm davranışlarına da yansımakta; bireylerin kutsal mekânları deneyimleme biçimleri, yükledikleri anlamlar ve seyahat motivasyonları farklılaşabilmektedir.

Sonuç olarak inanç ve turizm ilişkisi, bireysel manevi deneyimler ile kültürel ve ekonomik dinamiklerin kesişim noktasında yer almakta; hem destinasyonların sürdürülebilir gelişimine katkı sağlamakta hem de dinî mirasın korunarak gelecek kuşaklara aktarılmasına zemin hazırlamaktadır (Alyakut &Akpulat, 2020). Bu bağlamda turizmin yalnızca bireysel bir hareketlilikten ibaret olmadığı; aynı zamanda belirli bir destinasyonun planlanması, yönetilmesi ve farklı paydaşların katılımıyla şekillenen çok boyutlu bir yapı olduğu görülmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. İNANÇ TURİZMİ

İkinci bölümde öncelikle inanç turizminin gelişimi, türleri (aktif ve pasif), destinasyonlar ve çekicilik özellikleri ile inanç turizmi pazarı sistematik bir çerçevede ele alınmaktadır. Ardından İslami inanç turizmi hakkında detaylı bilgi verilmektedir. Bu kapsamda İslami inanç turizminin kavramsal çerçevesi ve tarihsel arka planı ortaya konulmakta, dünyada ve Türkiye'deki durumu ile etkileri değerlendirilmektedir.

2.1. İNANÇ TURİZMİ KAVRAMI

Tarihsel süreç boyunca insanlar, manevi yükümlülüklerini yerine getirmek ya da ruhsal bir deneyim yaşamak amacıyla kutsal sayılan mekânlara yönelmişlerdir. Nehirler, dağlar, ormanlık alanlar ve mağaralar gibi doğal unsurlar, anlam ve hakikat arayışındaki bireyler için sembolik ve kutsal duraklar hâline gelmiştir. Bu bağlamda turizm hareketleri yalnızca rekreasyon ve dinlenme odaklı bir faaliyet olarak değerlendirilmemelidir. Günümüzde özellikle manevi motivasyonlarla gerçekleştirilen seyahatlerin artış göstermesi, inanç temelli turizmin küresel turizm içindeki konumunu daha görünür ve önemli kılmıştır.

İnanç turizmi, bireylerin dinî inançlarını yerine getirmek, kutsal mekânları ziyaret etmek veya manevi bir deneyim yaşamak amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatleri ifade eden bir turizm türüdür. Başka bir ifadeyle, herhangi bir din tarafından kutsal kabul edilen alanların ziyaret edilmesi, dinî tören ve organizasyonlara katılım sağlanması ya da bu etkinliklerin gözlemlenmesi ve hac gibi ibadetler için yapılan yolculuklar ve konaklamalar turizm faaliyeti çerçevesinde değerlendirilmektedir (Ulutürk ve Güripek, 2025).

İnanç Turizmi en genel tanımlamayla; "*insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına, dini inançlarını gerçekleştirmek, inanç çekim merkezlerini görmek amacıyla yaptıkları turistik amaçlı gezilerin turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi olarak"*tanımlanmıştır (İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2025).

Cohen(1992),inanç turizmini motive eden unsurlar arasında hac vazifesi, günahlardan arınma, kutsalla temas kurma ve manevî huzur arayışını vurgulamaktadır. Bu bağlamda inanç turizmi, sadece fiziksel bir seyahatten ibaret değil; aynı zamanda derin manevi ve psikolojik bir tecrübe olarak öne çıkmaktadır.

Raj ve Morpeth'e (2007) göre inanç turizmi; dinî motivasyonlarla yapılan ve kutsal alanlar, türbeler, hac yolları gibi mekânların ziyaretini kapsayan bir seyahat biçimidir. Bu tanım, inanç turizmini yalnızca belirli bir dine özgü ibadetlerle sınırlandırmayıp, çok dinli ve evrensel bir çerçevede ele almaktadır.

Al-Amin'e göre inanç turizmi iki temel boyut üzerinden ele alınmalıdır. İlk boyut, bireylerin bağlı oldukları dinin gereklerini yerine getirmek amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatleri kapsamaktadır. İkinci boyut ise ziyaretçilerin kutsal mekânlara yaptıkları ziyaretler aracılığıyla dini bilgi ve deneyimler edinmeleri, bu bilgileri korumaları ve başkalarına aktarmalarına imkân tanıyan turizm faaliyetlerini ifade etmektedir (akt. Özleyen, 2017).

İnanç turizmi kültürel mirasın keşfi, tarihsel birikimin deneyimlenmesi ve estetik değerlerin gözlemlenmesi gibi çok boyutlu unsurları da içermektedir. Dini yapıların mimarisi, sanatı, ritüelleri ve gelenekleri ziyaretçilere hem manevi hem de kültürel bir öğrenme alanı sunmaktadır (Timothy & Olsen, 2006). Henderson (2002) dini mimari yapılar, ritüeller ve festivallerin inanç turizminin temel çekim unsurları olduğunu vurgularken; Stausberg (2014) dinin turizm açısından her zaman zengin bir kaynak oluşturduğunu belirtmektedir. Bu bağlamda inanç turizmi, bireylerin sürekli ikamet ettikleri yerlerden ayrılarak kutsal mekânlara yaptıkları ziyaretleri ve bu süreçte turizm sistemiyle kurdukları ilişkileri kapsamaktadır (Oktayer vd., 2007).

Belirli dinî inançlara bağlı bireylerin gerçekleştirdiği seyahatler, turizm literatüründe özel ilgi turizmi kapsamında değerlendirildiği gibi çoğu zaman da kültür turizmi kapsamında ele alınmakta ve turizm hareketlerinde görülen mevsimsellikten daha az etkilenmesiyle dikkat çekmektedir. Bu turizm türü; dinî motivasyonlar, kültürel deneyim arayışı ve manevi huzur elde etme isteği etrafında şekillenmektedir. Bu bağlamda dinî inançlar ve zihinsel rahatlama isteği turistleri seyahate yönelten itici faktörler, kültürel deneyim ve keşif arzusu ise çekici faktörler olarak değerlendirilmektedir (Ayaz ve Eren, 2020).

2.1.1. İnanç Turizminin Gelişimi

İnanç temelli seyahatler, insanlık tarihi kadar eskidir. Dinin bireysel ve toplumsal hayat üzerindeki belirleyici rolü, zamanla kutsal mekânlara yönelen seyahatleri sistematik ve süreklilik arz eden bir boyuta taşımıştır. Bu yönüyle inanç turizmi, yalnızca modern turizmin bir dalı değil; kökleri antik dönemlere kadar uzanan kadim bir olgudur.

İnanç turizminin temelleri, antik dünyada şifa bulma inancıyla yapılan kutsal ziyaretlere dayanmıştır. Bizans ve öncesinde, rüya yoluyla tedavi (inkubasyon) uygulamaları için tapınaklara yapılan ziyaretler, inanç turizminin ilk örnekleri kabul edilmektedir (Uygun Yazıcı, 2023).

M.Ö. 3000'li yıllarda Mısır'da, tanrıların yattığına inanılan mezar ve piramitler, hac şeklinde ziyaret edilmiştir (Rejman et al., 2016). Yunan ve Roma dönemlerinde ise tanrılara adanmış tapınaklara yapılan ziyaretler yaygındı. Bu seyahatler yalnızca dini değil, aynı zamanda kültürel ve toplumsal ritüellerin bir parçasıydı. Örneğin, Antik Mısır'da Abydos ve Heliopolis gibi kutsal kentlere yapılan dini yolculuklar, inanç temelli seyahatlerin binlerce yıllık bir geleneğe sahip olduğunu göstermektedir (Tilson, 2005).

Orta Çağ boyunca inanç turizmi, semavi dinlerin yayılmasıyla birlikte "hac" kavramıyla özdeşleşmiştir. Kudüs, Mekke, Roma gibi merkezler, inançları uğruna uzun ve tehlikeli yolculukları göze alan hacıların uğrak yeri olmuştur. Bu dönemde hac, bireysel arınma ve dini yükümlülüklerin yerine getirilmesinin yanı sıra; mezhepsel bir aidiyetin de ifadesi halini almıştır (Vukonić, 1996).

Günümüzde ise inanç turizmi, sadece dini vecibeleri değil, aynı zamanda tarihi ve kültürel mirası (kiliseler, camiler, ören yerleri) görme isteğini de içeren daha geniş bir turizm türüne dönüşmüştür (Gümüş, 2025). Bu doğrultuda inanç turizmi, tarihsel süreç boyunca farklı dinler ve kültürler çerçevesinde şekillenmiş; kutsal mekânlara yönelik ziyaretlerin ibadet, kültürel deneyim ve manevi arayış gibi çok yönlü motivasyonlarla gerçekleştirildiği, geçmişten günümüze süreklilik gösteren önemli bir turizm hareketi olarak varlığını sürdürmektedir.

2.1.2. İnanç Turizmi Çeşitleri

İnanç turizmi, turistik hareketin yönüne göre aktif ve pasif olmak üzere iki temel biçimde ele alınmaktadır. Bu sınıflandırma, ziyaretçinin motivasyonundan ziyade turizm akışının yönünü esas almakta; ülkelerin inanç turizmi açısından turist çeken (arz eden) ya da turist gönderen (talep eden) konumunu ortaya koymaktadır.

2.1.2.1. Aktif İnanç Turizmi

Aktif inanç turizmi, yabancı ziyaretçilerin dini amaçlarla bir ülkeye gerçekleştirdiği seyahatleri ve bu süreçte oluşan turizm faaliyetlerini ifade etmektedir. Bu tür turizm, ziyaret edilen ülke açısından ekonomik, sosyo-kültürel ve mekânsal ilişkiler bütünü olarak değerlendirilmektedir (Kaya, 1999: 10). Dini ve tarihî değerlerin çekiciliği sayesinde ülkeye gelen turistler, ibadet ve ziyaretlerinin yanı sıra konaklama, ulaşım ve yeme-içme gibi hizmetlerden yararlanarak ekonomik katkı sağlamaktadır (Oktayer vd., 2007).

Bu yönüyle aktif inanç turizmi, yalnızca ibadet odaklı bir hareketlilik değil; aynı zamanda kültürel etkileşimi artıran ve yerel kalkınmayı destekleyen bir turizm alanıdır (Raj & Morpeth, 2007). Camiler, türbeler, kiliseler, manastırlar ve kutsal alanlar bu kapsamda önemli çekim merkezleri oluştururken; Göbeklitepe, Mevlana Türbesi, Meryem Ana Evi ve Sümela Manastırı gibi örnekler dikkat çekmektedir. Ayrıca bu tür turizm, kültürel etkileşim ve hoşgörüyü teşvik eden bir "yumuşak güç" unsuru olarak da değerlendirilmektedir (Henderson, 2011). Ancak etkin yönetim için kamu kurumları, dini yapılar ve turizm aktörleri arasında koordinasyon gereklidir.

2.1.2.2. Pasif İnanç Turizmi

Pasif inanç turizmi, bir ülkede yaşayan bireylerin dini amaçlarla başka bir ülkeye seyahat etmeleri ve bu süreçte çeşitli turizm hizmetlerinden yararlanmaları neticesinde ortaya çıkan ilişkiler bütünüdür. Bu tür turizm faaliyeti, seyahati gerçekleştiren ülke açısından döviz çıkışı anlamına gelir ve ekonomik açıdan "giden turist" pozisyonunu ifade etmektedir (Kaya,1999:10). Pasif inanç turizmi, bireylerin dini inançlarının bir gereği olarak kutsal mekânları ziyaret etmelerini kapsamaktadır. Bu ziyaretler, hac ve umre gibi farz veya nafile ibadet amaçlı olabileceği gibi; aziz türbeleri, kutsal sayılan dağlar, nehirler, tapınaklar veya mabetlerin ziyaret edilmesi şeklinde de gerçekleşebilmektedir (Oktayer vd., 2007). Türkiye'den Suudi Arabistan'a Hac veya Umre ibadeti için yapılan seyahatler, Türkiye açısından pasif inanç turizmi kapsamında değerlendirilmektedir.

Pasif inanç turizminin en temel özelliği, dini motivasyonla gerçekleşmesine rağmen, gidilen ülke ekonomisine katkı sağlamasıdır. Bu bağlamda, pasif inanç turizmi hem döviz çıkışına neden olmakta, hem de ziyaret edilen ülkenin turizm gelirlerini artırmaktadır (Acar,2019). Bu nedenle özellikle gelişmekte olan ülkelerde, pasif değil aktif inanç turizmini teşvik eden politikaların geliştirilmesi önerilmektedir. Akademik literatürde, pasif inanç turizmi sadece bir ibadet etkinliği olarak değil, aynı zamanda inanç kültürlerinin uluslararası düzeyde taşınması, dini kimliğin korunması ve küresel dini merkezlerle bağ kurulması açısından da önemli bir rol üstlenmektedir (Raj & Morpeth, 2007). Ayrıca bu tür seyahatler bireyler açısından manevi tatmin, aidiyet duygusu ve dini bilincin pekişmesi gibi sosyal ve psikolojik katkılar da sağlamaktadır. Ancak pasif inanç turizminin sürdürülebilirliği için kültürel hassasiyetler, seyahat güvenliği, dini kurumlarla iş birliği, ekonomik planlama gibi faktörlerin dikkate alınması gerekmektedir. Özellikle hac ve umre organizasyonlarında devlet kurumlarının (Ör. Türkiye'de Diyanet İşleri Başkanlığı) aktif rol üstlenmesi, bu sürecin güvenli ve sistematik şekilde yürütülmesini sağlar(Geçgin&Korucuk,2017).

2.1.3. İnanç Turizmi Destinasyonları ve Çekicilik Özellikleri

İnanç turizmi destinasyonu, kutsal veya manevi değeri nedeniyle ziyaretçi çeken yerleşim yerleri ve mekânlarıdır. Bu destinasyonlar genellikle cami, kilise, sinagog, tapınak, türbe, kutsal mezar alanları ve dini törenlerin gerçekleştirildiği mekânlardan oluşmaktadır. Bu kapsamda bireyler, kendi inançlarına ya da farklı inançlara ait dinî ortamları ziyaret edebilmektedir. Din ile turizm arasındaki güçlü etkileşim, hem mekânlar hem de ziyaretçiler açısından çeşitli sosyal ve kültürel sonuçlar doğurmakta; bu durum din temelli seyahatleri hızla gelişen bir niş pazar hâline getirmektedir (Ulutürk ve Güripek, 2025). İnanç destinasyonlarını öne çıkaran temel unsurlar şu şekilde sıralanabilir:

- *Dinî ritüel ve etkinlikler*: Hac, ibadet ve çeşitli dinî törenlerin düzenli olarak gerçekleştirilmesi.
- *Manevi değer ve kutsallık*: Mekânın inananlar tarafından manevî açıdan özel ve dokunulmaz kabul edilmesi.
- *Tarihsel ve kültürel birikim*: Güçlü bir tarihsel geçmişe ve kültürel mirasa sahip olması.
- *Ziyaretçi sürekliliği*: Yılın belirli dönemlerinde yoğunlaşan ya da yıl boyunca devam eden ziyaretçi hareketliliği.
- *Koruma ve sürdürülebilirlik politikaları*: Dinî ve kültürel mirasın gelecek kuşaklara aktarılmasına yönelik koruma uygulamalarının varlığı.

Bu bağlamda İnanç Turizmi destinasyon türleri de şöyle sıralanmaktadır.

- *Hac Merkezleri:* Dinî yükümlülüklerin yerine getirildiği ve belirli dönemlerde yoğun ziyaretçi akışı yaşanan kutsal alanlardır. Mekke, Santiago de Compostela ve Varanasi bu tür destinasyonlara örnek gösterilmektedir.
- *Ziyaret ve Adak Alanları*: Bireysel ya da küçük gruplar hâlinde dua etme, niyazda bulunma veya adak adama amacıyla gidilen manevi mekânlardır. Lourdes, Meryem Ana Evi ve Lumbini bu kapsamda değerlendirilmektedir.
- *Dinî Festival ve Tören Mekânları*: Kutsal günler, ayinler ve büyük dinî organizasyonlar nedeniyle belirli zamanlarda öne çıkan destinasyonlardır. Kumbh Mela, Holy Week ve Şeb-i Arus bu gruba örnek verilebilir.
- *Tarihî ve Dinî Miras Alanları*: Manevi önemlerinin yanında tarihsel ve mimari değerleriyle de dikkat çeken yerlerdir. Vatikan, Kudüs ve Sümela

Manastırı bu tür destinasyonlar arasında yer almaktadır (Ulutürk ve Güripek, 2025).

İnanç turizmi destinasyonlarının sahip olduğu çekicilik unsurları, bu alanın yalnızca kültürel ve manevi bir faaliyet olmadığını, aynı zamanda önemli bir talep ve hareketlilik yarattığını göstermektedir. Bu durum, inanç turizminin küresel ölçekte giderek büyüyen bir pazar hâline gelmesine zemin hazırlamaktadır.

2.1.4. İnanç Turizmi Pazarı

Küresel ölçekte inanç turizmi, dinî motivasyonlarla gerçekleştirilen seyahatlerin artmasıyla hızla büyüyen bir sektör hâline gelmiştir. Her yıl yaklaşık 300 milyon kişi bu kapsamda seyahat etmekte ve yaklaşık 20 milyar dolarlık bir ekonomik hacim oluşmaktadır (Çetinkaya, 2019). Uluslararası turistlerin üçte birinden fazlasının dinî nedenlerle seyahat ettiği ve bunun yaklaşık 450 milyon ziyaret anlamına geldiği belirtilmektedir. UNESCO verilerine göre dünya nüfusunun %60'ının bir dine mensup olması, inanç turizminin geniş bir potansiyel tabana dayandığını göstermektedir. Ayrıca gezginlerin yaklaşık %25'inin bu turizm türüne ilgi göstermesi; yaşlanan nüfus, büyüyen orta sınıf ve artan küresel hareketlilik gibi faktörlerle desteklenmektedir (Future Market Insights, 2024).

Demografik açıdan değerlendirildiğinde, 40–60 yaş grubu inanç turizmi pazarında yaklaşık %35 ile en büyük paya sahiptir. Bu grubun talebi, manevi tatmin, kişisel sorgulama ve kültürel keşif isteğiyle şekillenmekte; aynı zamanda daha yüksek gelir düzeyi, daha uzun ve sık seyahat imkânı sağlamaktadır. Buna karşılık 20–40 yaş grubunda 2024–2030 döneminde %16,5 oranında büyüme beklenmektedir. Bu artışta, deneyim odaklı seyahat eğilimleri ile sosyal medya ve dijital platformların etkisi önemli rol oynamaktadır (Grand View Research, 2024).

İnanç turizmi pazarı; konaklama, ulaşım ve yeme-içme gibi hizmetler üzerinden hem turizm sektörüne hem de yerel ekonomilere katkı sağlamaktadır. Özellikle hac organizasyonları gibi büyük ölçekli hareketlilikler, önemli ekonomik gelirler üretmektedir. Bu nedenle inanç turizmi, ekonomik büyümeyi destekleyen ve destinasyonlar için stratejik bir turizm alanı olarak değerlendirilmektedir. Tablo 2'deküresel inanç temelli turizm endüstrisi analizine ait verilere yer verilmiştir.

Tablo2:Küresel İnanç Temelli Turizm Endüstrisi Analizi

Nitelikler	Tanım
Tahmini Küresel İnanç Temelli Turizm Pazarı Boyutu (2024E)	16.066,1 milyon ABD doları
Tahmini Küresel İnanç Temelli Turizm Piyasa Değeri (2034F)	38.384,8 milyon ABD doları
Değer bazlı bileşik yıllık büyüme oranı (2024-2034)	%9,1

Kaynak: Future Market Insights, 2024

Küresel ölçekte inanç turizmi pazarı istikrarlı bir büyüme eğilimi göstermektedir. 2024 yılında yaklaşık 16.066,1 milyon ABD doları olan pazar büyüklüğünün, 2034 yılında 38.384,8 milyon ABD dolarına ulaşması beklenmekte; bu durum %9,1 oranında bileşik yıllık büyümeye işaret etmektedir. Bu kapsamda 2019 yılında 10,5 milyar dolar olan pazarın 2023'te 14,8 milyar dolara yükselmesi ve bu dönemde %8,9'luk büyüme kaydedilmesi, sektörün sürdürülebilir ve güçlü bir gelişim sürecinde olduğunu göstermektedir. Ayrıca 2023–2033 döneminde büyümenin %9 ve %8,7 bandında seyredeceği; 2024–2034 döneminde ise %8,6–%9,5 aralığına ulaşacağı öngörülmektedir. Bu büyüme, inanç temelli seyahatlerin yalnızca ibadetle sınırlı kalmayıp deneyim odaklı bir yapıya dönüşmesiyle ilişkilidir. Temalı hac turları, manevi inzivalar ve kültürel etkileşim içeren programlar yaygınlaşmakta; özellikle genç ve orta yaş gruplarında kişiselleştirilmiş ve otantik deneyimlere yönelik talep artmaktadır. COVID-19 pandemisi sürecinde yaşanan daralmaya rağmen sektör, sonrasında hızlı bir uyum sürecine girmiş; yurt içi turizm, çevrim içi manevi etkinlikler ve alternatif deneyimler öne çıkmıştır (Future Market Insights, 2024).

Bölgesel düzeyde bakıldığında, Avrupa inanç turizmi pazarı güçlü altyapısı ve köklü dini mirasıyla öne çıkmakta ve 2024–2030 döneminde %13,7 oranında büyümesi beklenmektedir. Vatikan, Santiago de Compostela ve Lourdes gibi destinasyonlar bu büyümenin temel çekim merkezleridir. Asya-Pasifik bölgesi ise 2023 yılında yaklaşık %20'lik gelir payı ile dikkat çekmekte; Kumbh Mela, Budist ve Şinto tapınakları gibi merkezler hem yerli hem uluslararası ziyaretçi çekmektedir (Grand View Research, 2024). ABD'de ise inanç turizmi pazarı, geniş dini çeşitlilik

ve yüksek talep potansiyeli ile önemli bir konumda bulunmaktadır (Future Market Insights, 2024).

İnanç türlerine göre değerlendirildiğinde, Hristiyanlık kutsal mekanlarına yapılan seyahatler %31 ile en büyük pazar payına sahiptir. Vatikan, Kudüs ve Lourdes gibi destinasyonlar milyonlarca ziyaretçiyi çekmekte; Paskalya ve Noel gibi dönemler talebi artırmaktadır. Buna karşılık Müslüman dostu turizminin 2024–2030 döneminde %16,8 ile en yüksek büyüme oranına ulaşması beklenmektedir. Bu artışta, Hac ve Umre ziyaretlerinin sürekliliği ile Müslüman nüfusun ve gelir düzeyinin artması belirleyici olmaktadır (Grand View Research, 2024).

Türkiye özelinde değerlendirildiğinde ise ülke, sahip olduğu zengin dini ve kültürel mirasa rağmen inanç turizmi pazarından istenilen düzeyde yararlanamamaktadır. Bu durum, stratejik planlama ve tanıtım faaliyetlerinin önemini artırmakta ve inanç turizminin ekonomik potansiyelinin daha etkin değerlendirilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır (Olcay ve Albuz, 2016).

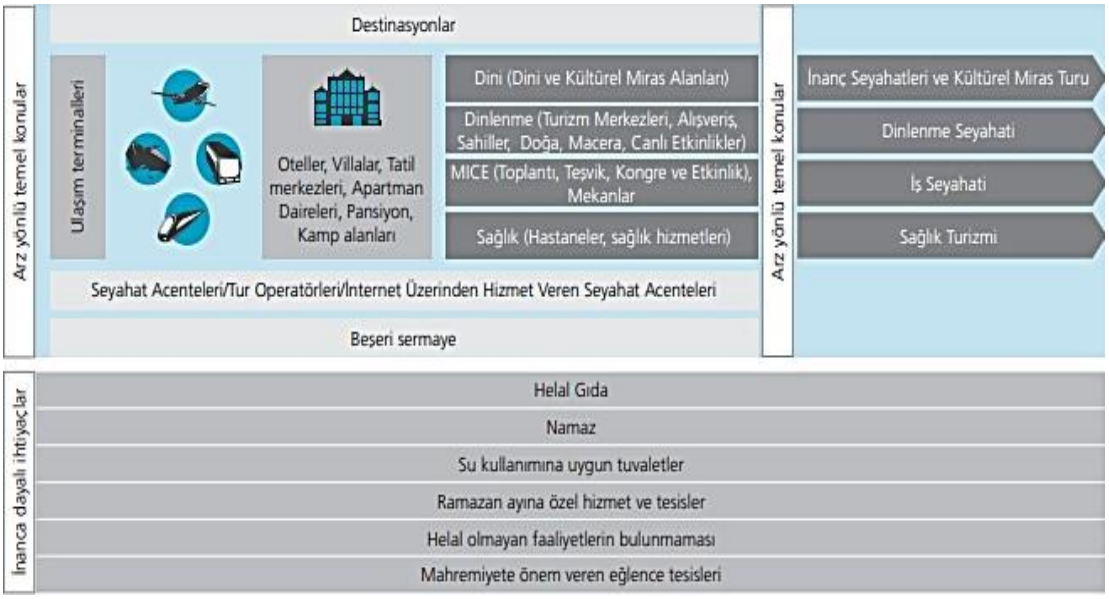
Bu küresel pazar yapısı içerisinde inanç temelli turizm faaliyetlerinin, farklı dinlere göre çeşitlendiği ve her birinin kendine özgü dinamikler geliştirdiği görülmektedir. Bu bağlamda, özellikle hızlı büyüme potansiyeli ve yüksek talep düzeyi ile öne çıkan İslami turizmin incelenmesi önem kazanmaktadır.

2.2. İSLAMİ İNANÇ TURİZMİ

Literatürde İslami açıdan ele alınan inanç turizmi; "*İslami turizm, helal turizm, şeriata uygun turizm, müslüman dostu turizm, muhafazakâr turizm ve mütedeyyin turizm*" gibi farklı kavramlarla ifade edilmektedir (Baysal, 2016: 91; Jafari & Scott, 2014: 8; İslam İşbirliği Teşkilatı- İSEDAK, 2018). Ancak bu kavramların hiçbiri üzerinde evrensel kabul görmüş ortak bir tanım bulunmamakta ve literatürde kavramsal bir bütünlükten söz etmek güçleşmektedir (İSEDAK, 2018). Bu bağlamda, araştırmanın konusunu oluşturan İslami inanç merkezlerinin turizm potansiyeli dikkate alındığında, kapsam ve amaçla daha doğrudan örtüşen ve Gürbüz ve Tekin (2018: 579) tarafından kullanılan "*İslami İnanç Turizmi*" kavramının kullanılması daha uygun görülmüştür.

Bu çerçevede, öncelikle İslam hukukuna dayalı normatif çerçeve açıklanmakta ve Müslüman dostu turizm kavramı kısaca ele alınmaktadır. Ardından

İslami inanç turizmi kavramı açıklanmaktadır. Bu bağlamda "Helal" kavramı, İslam dininde insani eylemlerin ahlaki açıdan sınıflandırılmasında kullanılan temel terimlerden biri olup; "farz" (yapılması zorunlu), "müstehap" (tavsiye edilen), "mekruh" (hoş karşılanmayan) ve "haram" (yasaklanan) gibi kategorilerle birlikte değerlendirilmektedir (Battour & Ismail, 2015:151). Batman (2016:30), helal kavramını, İslam'a göre yapılması serbest olan fiiller olarak tanımlarken; Şahiner ve arkadaşları (2017:464) kavramın "izin verilebilir" ve "yasal" anlamlarına karşılık geldiğini ve Müslüman bireyler açısından bağlayıcı bir nitelik taşıdığını belirtmektedir. Bu nedenle Müslüman dostu turizm, temel olarak İslam inancına sahip bireyleri hedef almaktadır. Ancak uygun fiyatlandırma, güvenli ve huzurlu ortam, aile dostu yapı ve hijyen gibi çeşitli nedenlerle Müslüman olmayan bireyler için de çekici olabilmektedir (İSEDAK, 2018). Bu kapsamda yapılan ve helal turizm faaliyetleri olarak adlandırılan; helal seyahat, helal transfer, helal finans ve helal eğlence gibi hizmetler öne çıkmaktadır (İSEDAK, 2018). Bu faaliyetlerin her biri, İslami esaslara dayalı hizmet anlayışı çerçevesinde yapılandırılmaktadır. Özellikle helal konaklama işletmeleri, yalnızca geceleme imkânı sunmanın ötesinde, yeme-içme, eğlence ve sosyal etkileşim gibi hizmetlerin de İslami kurallar doğrultusunda organize edildiği işletmeler olarak tanımlanmaktadır (Pamukçu & Arpacı, 2016: 150). Bu durum, inanç turizminin yalnızca ziyaret edilen mekânlarla değil, sunulan hizmet modeliyle de ilişkili olduğunu göstermektedir. Şekil 2'de Müslüman dostu turizme yönelik kavramsal çerçeve sunulmuştur.



Şekil 2: Müslüman Dostu Turizm Kavramsal Çerçevesi (İSEDAK, 2018)

Şekilde görüldüğü üzere; Müslüman dostu turizm; inanca dayalı ihtiyaçlar (Müslüman turistlerin inanca dayalı ihtiyaçları), talebe dayalı konular (Seyahat sebepleri ve motivasyonlar) ve arza dayalı konular (Seyahat ile konaklama hizmetleri ve tesisleri) olmak üzere üç başlık altında toplanmaktadır (İSEDAK, 2018). Buna göre arz yönlü temel konularda yer alan destinasyonlar; ulaşım imkânları, konaklama türleri (otel, villa, tatil köyü vb.), dini ve kültürel miras alanları, dinlenme ve eğlence alanları, MICE (toplantı, kongre, etkinlik) faaliyetleri, sağlık hizmetleri ve seyahat acenteleri gibi unsurlardan oluşmaktadır.

Müslüman tüketicilerin dini ürün ve hizmet tüketimine yönelik hassasiyetlerinin artması (Jafari & Scott, 2014: 8) ve helal nitelikli ürün-hizmet tercihine ilişkin farkındalıklarının güçlenmesi (Battour vd., 2017: 52), Müslüman dostu turizmi yalnızca dini bir pratik olmaktan çıkararak küresel turizm ekonomisinin önemli bir segmenti hâline getirmiştir. Müslüman dostu turizm kapsamında Müslüman turistlerin beklentilerini anlamlandırabilmek için, seyahat sürecinde önem atfettikleri inanç temelli gereksinimlerin de ortaya konulması gerekmektedir. Bu bağlamda Müslüman turist pazarına özgü ihtiyaçlar altı temel başlık altında sınıflandırılmaktadır. Söz konusu gereksinimlerin bağlayıcılık düzeyi ve önem sırası bireylerin dini pratiği, kültürel arka planı ve geldikleri coğrafyaya göre değişebilmekle birlikte, genel çerçevede aşağıdaki unsurlar öne çıkmaktadır (MasterCard–CrescentRating, 2016).

Helâl Gıda Güvencesi; Müslüman turistlerin seyahatlerinde en öncelikli konulardan biri helâl gıda teminidir. Helâl sertifikasyonu, tedarik zinciri güvenilirliği ve hazırlama süreçlerine ilişkin şeffaflık, destinasyon tercihinde belirleyici olabilmektedir. Ancak helâl gıdaya ilişkin beklenti düzeyi ve kabul edilebilirlik sınırları, ziyaretçinin geldiği bölgeye ve dini pratiğinin yoğunluğuna bağlı olarak değişkenlik gösterebilmektedir.

İbadet İmkânlarının Sağlanması; namaz, İslam'ın temel ibadetlerinden biri olup günlük yaşamın vazgeçilmez bir parçasıdır. Pew Research Center (2014) verilerine göre Müslümanların %63'ü günde beş vakit namaz kılmaktadır. Bu durum, konaklama tesisleri ve turistik güzergâhlarda namaz kılmaya uygun alanların bulunmasını, her odada Kur'an, seccade ve kıble yönünü gösteren işaretlerin yer almasını, yatak ve tuvaletlerin kıble yönüne bakmayacak şekilde

konumlandırılmasını, personelin muhafazakâr giyinmesini önemli hâle getirmektedir. Bununla birlikte abdest alma gerekliliği, ibadet alanlarının tasarımında suya erişim ve hijyen düzenlemelerinin dikkate alınmasını zorunlu kılmaktadır (İSEDAK, 2018).

Hijyen ve Su Kullanımına Uygun Tuvalet Donanımı; İslam'da fiziksel temizlik ibadetin ve günlük yaşamın ayrılmaz bir unsurudur. Bu nedenle su kullanımına imkân tanıyan tuvalet altyapısı, Müslüman turistler açısından önemli bir kriterdir. Su donanımı bulunmayan veya hijyen koşulları yeterli olmayan tuvaletler, destinasyon algısını olumsuz etkileyebilmektedir.

Ramazan Dönemine Özgü Hizmetler; Ramazan ayı, Müslümanlar için özel dini uygulamaların yoğunlaştığı bir dönemdir. Her ne kadar birçok kişi bu ayı ev ortamında geçirmeyi tercih etse de, tatil dönemleriyle çakışması durumunda seyahat eden Müslüman turistler de bulunmaktadır. Bu süreçte destinasyonların sahur ve iftar saatlerine uygun helâl yemek hizmeti sunması ve ibadet düzenine uygun planlama yapması önem kazanmaktadır.

Haram Olarak Değerlendirilen Faaliyetlerden Kaçınma; bazı Müslüman turistler, alkol sunulan işletmeler, gece kulüpleri veya kumar faaliyetlerinin bulunduğu alanlardan uzak durmayı tercih etmektedir. Bu nedenle destinasyonun sunduğu eğlence ve sosyal ortamın dini hassasiyetlerle uyumlu olması, özellikle muhafazakâr segment için belirleyici bir unsurdur.

Mahremiyete Duyarlı Rekreasyon Alanları; Müslüman turist pazarının belirli alt segmentlerinde, cinsiyete göre ayrıştırılmış rekreasyonel alanlara yönelik talep bulunmaktadır. Kadınlara ve erkeklere özel yüzme havuzları, plaj alanları, spor salonları ve eğlence mekânları bu kapsamda değerlendirilmektedir. Bu tür hizmetler, özellikle yüksek mahremiyet hassasiyetine sahip ziyaretçiler açısından destinasyon tercihinde etkili olabilmektedir (MasterCard–CrescentRating, 2016).

Özetle Müslüman dostu turizm, İslami öğretiler doğrultusunda şekillenen davranış, giyim ve beslenme standartlarını esas alan bütüncül bir hizmet anlayışı gerektirmektedir. Bu çerçevede Müslüman dostu turizm segmentinde konumlanmayı hedefleyen bir destinasyonun başarılı biçimde geliştirilmesi ve pazarlanabilmesi, turizm faaliyetlerinin tüm aşamalarında İslami ilke ve normların gözetilmesine bağlıdır (Hacıoğlu & Göral, 2017).

İslami inanç turizmi ise; Müslüman bireylerin dini vecibelerini yerine getirmek, kutsal mekânları ziyaret etmek ve manevi deneyim yaşamak amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatleri kapsamaktadır (Haq & Jackson, 2009). Bu turizm türü, yalnızca ibadetle sınırlı kalmamakta; aynı zamanda dini eğitim, kültürel mirasın keşfi ve toplumsal aidiyetin güçlendirilmesi gibi çeşitli işlevler de üstlenmektedir. Dolayısıyla Müslüman topluluklar arasında kimlik inşası, kültürel aktarım ve dayanışma gibi işlevlerle de öne çıkmaktadır (Stephenson, 2014).

Bu iki kavram arasındaki temel fark, Müslüman dostu turizmin Müslümanların inançlarına uygun şekilde seyahat etmelerini sağlaması, İslami inanç turizminin ise doğrudan dinî amaçlarla yapılan seyahatleri kapsaması olarak ifade edilebilir.

İslami inanç turizmi kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için tarihsel gelişimi aşağıda ele alınmaktadır.

2.2.1. Tarihsel Arka Planı

İslami açıdan değerlendirildiğinde inanç turizmi günümüzde giderek daha görünür hâle gelen bir turizm türü olsa da kökenleri oldukça eski dönemlere dayanmaktadır. Literatürde yer alan bilgiler, İslam dünyasında gerçekleştirilen inanç temelli seyahatlerin Hz. Muhammed s.a.v dönemine kadar uzandığını göstermektedir. Hatta bazı değerlendirmelerde bu tarihsel süreç daha da geriye götürülerek Hz. İbrahim'in ilahi bir yönlendirme ile Mekke'ye gelmesi ve Kâbe'yi inşa etmesi, İslami inanç seyahatlerinin tarihsel temellerini açıklayan önemli bir gelişme olarak ele alınmaktadır. Bu bağlamda Kâbe'nin inşası ve çevresinde oluşan ziyaret geleneği, İslam dünyasında kutsal mekânlara yönelik seyahatlerin erken örnekleri arasında değerlendirilmektedir.

Kur'an-ı Kerim'de doğrudan "turizm" kavramı kullanılmasa da seyahat ve hareketlilikle ilişkili çeşitli kavramlara yer verilmektedir. Bu bağlamda seyahat, sefer veya yeryüzünde dolaşma anlamlarına gelen ifadeler, insanların farklı coğrafyalara giderek dünyayı tanımalarını ve ibret almalarını teşvik eden bir içerik taşımaktadır. Tarih boyunca yaşamış toplumların bir kısmının dünyevi arzular ve yanlış davranışlar nedeniyle yok oluşa sürüklendiği anlatılmakta ve insanların bu

örneklerden ders çıkarması için yeryüzünde gezip görmelerinin önemine vurgu yapılmaktadır (Gürbüz ve Aydın, 2018).

Bu çerçevede Kur'an'da yer alan birçok ayette insanlara yeryüzünde dolaşmaları, geçmiş toplumların izlerini incelemeleri ve yaşanan olaylardan ibret almaları tavsiye edilmektedir. İnsanların yalnızca doğdukları çevre ile sınırlı kalmaları durumunda bilgi ve deneyim açısından eksik kalabilecekleri; buna karşılık farklı coğrafyalara yapılan yolculukların öğrenme ve farkındalık açısından önemli katkılar sağlayabileceği ifade edilmektedir. Seyahat yoluyla bireyler, geçmiş medeniyetlerin yaşam biçimlerini, yükseliş ve çöküş süreçlerini gözlemleyebilmekte ve aynı zamanda Allah'ın evreni ve insanı nasıl yarattığına dair düşünme fırsatı bulabilmektedir. Bu yönüyle seyahat, İslam düşüncesinde yalnızca fiziksel bir hareketlilik değil, aynı zamanda bilgi edinme, tefekkür ve ibret alma süreci olarak değerlendirilmektedir (Gürbüz ve Aydın, 2018).

İslami inanç turizminin en yaygın ve tarihsel olarak köklü biçimi hac ve umre seyahatleridir. İslamiyet'in ilk dönemlerinden beri Müslümanlar tarafından Suudi Arabistan'da Mekke ve Medine kentlerine yapılan bu seyahatler, İslam dünyasında en yoğun hacı hareketliliğine sahne olan destinasyonlardır. Özellikle Abbasi döneminde hac organizasyonları devlet tarafından desteklenmiş, hac güzergâhlarının güvenliği sağlanmış ve hacıların konaklama ile temel ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri için çeşitli imkânlar oluşturulmuştur (Gümüş, 2025). Bu bağlamda her yıl milyonlarca Müslümanın katılımıyla gerçekleşen hac organizasyonu, aynı zamanda dünya çapında en büyük dini turizm etkinliklerinden biridir (Battour,Battor&Ismail, 2012). Umre ziyaretleri ise yılın her döneminde yapılabilen, daha bireysel ve esnek yapıda seyahatlerdir.

İslam coğrafyasında hac organizasyonlarının daha sistemli bir yapı kazanması 15. ve 18. yüzyılda olmuştur. Osmanlı İmparatorluğu döneminde Mekke ve Medine'ye düzenlenen hac yolculukları devlet tarafından organize edilmiş, bu amaçla kervan sistemleri oluşturulmuş ve hacıların güvenli bir şekilde seyahat edebilmeleri için çeşitli idari düzenlemeler yapılmıştır. Ayrıca kutsal şehirlerle ilişkili dini kurumlar, türbeler ve tekkeler de inanç merkezli ziyaret hareketliliğinin gelişmesine katkı sağlamıştır.

Günümüzde ise hac ziyaretleri modern ulaşım olanakları, gelişmiş turizm altyapısı ve artan uluslararası hareketlilik sayesinde çok daha geniş bir katılımla

gerçekleştirilmektedir. Bu yönüyle İslami inanç turizmi, hem dini ibadetlerin yerine getirildiği bir seyahat biçimi hem de kültürel ve manevi deneyimlerin yaşandığı önemli bir turizm hareketi olarak değerlendirilmektedir (Gümüş, 2025).

İslami inanç turizmi tarihsel gelişim sürecinin ortaya konulmasının ardından, bu turizm türünün günümüzdeki yansımalarını daha kapsamlı değerlendirebilmek amacıyla, öncelikle küresel ölçekteki durumu ve etkileri, ardından Türkiye özelindeki gelişimi ve etkileri ele alınarak aşağıda sunulmuştur.

2.2.2. Dünyada İslami İnanç Turizmi ve Etkileri

Ülkeler, sınırları içerisinde yer alan farklı inançlara ait kutsal mekânları yalnızca kültürel miras unsuru olarak değil, aynı zamanda turizm potansiyeli yüksek alanlar olarak değerlendirerek, bu merkezleri koruma politikaları kapsamına almaktadır. İnanç merkezleri, her yıl milyonlarca ziyaretçiyi kendine çekmekte ve ekonomi üzerinde önemli bir etki oluşturmaktadır. Bu durum, dini mekânların korunmasının yalnızca kültürel süreklilik açısından değil, ekonomik sürdürülebilirlik bakımından da stratejik bir önem taşıdığını göstermektedir.

Küresel ölçekte Mekke ve Medine şehirleri hac ve ziyaret hareketliliği açısından müslümanlar için öne çıkmaktadır (Şenel & Çevik, 2023). Hac, İslam'ın beş temel ibadetinden biri olup maddi ve fiziksel imkâna sahip her müslümanın yaşamı boyunca en az bir kez Mekke'yi ziyaret etmesi dinî bir yükümlülük olarak kabul edilmektedir. Medine ise Hz. Muhammed s.a.v'in kabrinin bulunduğu Mescidi Nebevî ile İslam dünyasında önemli bir kutsal merkez olarak öne çıkmakta ve çoğu zaman hac yolculuğunun manevi açıdan tamamlayıcı bir durağı olarak değerlendirilmektedir. 2000'li yıllar itibariyle Suudi Arabistan yönetimi, Mekke ve Medine'de artan ziyaretçi talebini karşılamak amacıyla ulaşım, konaklama, güvenlik ve sağlık hizmetleri gibi alanlarda kapsamlı altyapı yatırımları gerçekleştirmiştir (Henderson, 2011). Bununla birlikte kutsal alanların çevresinde hızla artan modern yapılaşma ve mekânsal dönüşüm, kültürel mirasın korunması açısından bazı eleştirilere de konu olmaktadır (Gümüş, 2025). Eleştirilere rağmen bu düzenlemeler, Suudi Arabistan'ı İslami açıdan inanç turizminin küresel merkezi konumuna yerleştirmektedir. Ayrıca, İslam coğrafyasının farklı bölgelerinde yer alan türbeler, camiler, medreseler ve tarihi dini yapılar da inanç turizmi kapsamında önemli cazibe

merkezleri olarak ön plana çıkmaktadır. Örneğin Türkiye'de Eyüp Sultan Camii, Konya'daki Mevlana Türbesi ve Bosna-Hersek'teki Blagaj Tekkesi gibi mekânlar da hem yerli hem de uluslararası Müslüman ziyaretçiler tarafından yoğun şekilde ziyaret edilmektedir (Timothy & Olsen, 2006).

Bu durum, İslami inanç turizminin tek merkezli değil, çok merkezli ve yılın on iki ayına yayılabilen bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Söz konusu dini merkezler, yoğun ziyaretçi akışı sayesinde konaklama, ulaşım, yeme-içme ve hizmet sektörleri üzerinden ülke ekonomilerine ciddi katkılar sağlamaktadır. Bu örnekler, inanç turizminin yalnızca manevi motivasyonlarla şekillenen bir seyahat türü olmadığını; aynı zamanda ulusal ekonomiler açısından önemli bir gelir ve istihdam kaynağı olduğunu ortaya koymaktadır.

Müslüman seyahat pazarı ve bu pazara bağlı gelişen alt sektörler, küresel Müslüman tüketici ekonomisi içerisinde en hızlı büyüyen ve hacim bakımından öne çıkan alanlardan biri hâline gelmiştir. Bu pazarın dinamik yapısı, genç, eğitim düzeyi yüksek ve seyahate daha fazla bütçe ayırabilen Müslüman tüketici profili tarafından desteklenmektedir. Artan gelir düzeyi ve uluslararası hareketliliğin yaygınlaşması, İslami inanç turizminin küresel turizm ekonomisi içerisindeki ağırlığını giderek artırmaktadır (Hacıoğlu & Göral, 2017). Bu nedenle İslami inanç turizmi, küresel turizmin en hızlı büyüyen segmentlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Global Muslim Travel Index (GMTI) verilerine göre Müslüman turist sayısının 2026 yılına kadar 230 milyona ulaşması ve yaklaşık 300 milyar dolarlık ekonomik hacim oluşturması beklenmektedir (Battour ve ark., 2016). İslami inanç turizminin yıllık büyüme oranının (%4.8), küresel turizm pazarının ortalama büyüme hızından (%3.8) daha yüksek olması bu segmentin stratejik önemini artırmaktadır (Arpacı vd., 2015).

İslami inanç turizmi pazarında son yıllarda Malezya'nın İslami turizm politikaları ve uygulamaları, bu sektörde en büyük paya sahip olan ülke olmasını sağlamıştır. Bu nedenle Malezya pazarda, birinci sırada yer alırken, Türkiye ikinci, Birleşik Arap Emirlikleri üçüncü, Singapur dördüncü ve Rusya beşinci sıradadır". İlave olarak Bahreyn, Ürdün, Kuveyt, Umman, Katar da öne çıkan destinasyonlar arasında yer almaktadır (Çalık & Adam, 2020; Hacıoğlu & Göral, 2017).

2.2.3. Türkiye'de İslami İnanç Turizmi ve Etkileri

Türkiye, sahip olduğu zengin tarihî ve kültürel mirası nedeniyle İslami inanç turizmi açısından önemli bir destinasyon konumundadır (Duman, 2011). Bu konumun temelinde, Anadolu'nun İslamiyet'i kabul süreciyle birlikte geçirdiği dini ve kültürel dönüşüm yer almaktadır. Türklerin yaklaşık on bir asır önce İslam dinini benimseyerek Anadolu'ya yerleşmeleriyle birlikte coğrafyada çok sayıda dini mimari eser inşa edilmiş; Osmanlı ve Selçuklu dönemlerinden günümüze ulaşan camiler, medreseler, türbeler, kümbetler, külliyeler ve evliya ziyaretgâhları oluşmuştur (Okuyucu & Somuncu, 2013). Söz konusu yapılar, günümüzde hem yerli hem de yabancı Müslüman ziyaretçiler için önemli inanç merkezleri ve çekim unsurları niteliğindedir.

Bu genel çerçeve içerisinde bazı mekânlar, sembolik ve temsil gücü yüksek merkezler olarak öne çıkmaktadır. Konya'daki Mevlana Müzesi ve Türbesi, Türkiye'de İslami inanç turizminin en belirgin odak noktalarından biridir. Her yıl 17 Aralık tarihinde düzenlenen Şeb-i Arus törenleri, dini anlamının yanı sıra kültürel boyutuyla da geniş çaplı ziyaretçi çekmekte ve uluslararası düzeyde ilgi görmektedir (Timothy & Olsen, 2006). Şeb-i Arus törenleri sırasında Konya'daki otel doluluk oranlarının % 100'e çıktığı belirtilmektir (Gümüş, 2025). Bunun yanında Eyüp Sultan Camii ve Türbesi (İstanbul), Hacı Bektaş-ı Veli Türbesi (Nevşehir), Yunus Emre Türbesi (Eskişehir) ve Somuncu Baba Türbesi (Aksaray) gibi kutsal kabul edilen mekânlar da ibadet, dua ve manevi arayış motivasyonlarıyla ziyaret edilen önemli duraklar arasında yer almaktadır (Doğan & Efe, 2019). Bu bağlamda Şanlıurfa gibi inanç turizmi açısından önemli potansiyele sahip kentlerde turizm faaliyetleri nedeniyle özellikle genç nüfus için istihdam olanaklarını artırabileceği belirtilirken, Konya ve Nevşehir gibi şehirlerde de dini ziyaret merkezlerinin çevresinde gelişen küçük ölçekli işletmeler ve girişimlerin sayısında belirgin artışlar gözlemlendiği ortaya koyulmaktadır. Ayrıca bu bölgelerde ulaşım ve konaklama altyapısının modernizasyonunun hızlandığı gibi çeşitli kültürel etkinliklerin düzenlenmesinin de teşvik edildiği görülmektedir (Gümüş, 2025).

Mekânsal ve sembolik zenginliğin yanı sıra Türkiye'nin coğrafi konumu da İslami inanç turizmi açısından belirleyici bir avantaj sunmaktadır. Orta Doğu, Balkanlar, Kafkaslar ve Orta Asya'ya olan yakınlığı, ülkeyi bölgesel ve uluslararası

ölçekte stratejik bir inanç turizmi destinasyonu hâline getirmektedir (Battour et al., 2018). Ayrıca küresel İslami inanç turizmi pazarında üst sıralarda (2. sırada) yer alması (Çalık & Adam, 2020), Türkiye'nin yalnızca tarihî ve dini mirasıyla değil, aynı zamanda hizmet altyapısı, ulaşılabilirlik ve turizm deneyimi kapasitesiyle de rekabet avantajına sahip olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda Türkiye, hac ve umre merkezli küresel yapının dışında, yıl geneline yayılan alternatif bir İslami inanç turizmi destinasyonu olarak konumlanma potansiyeli taşımaktadır.

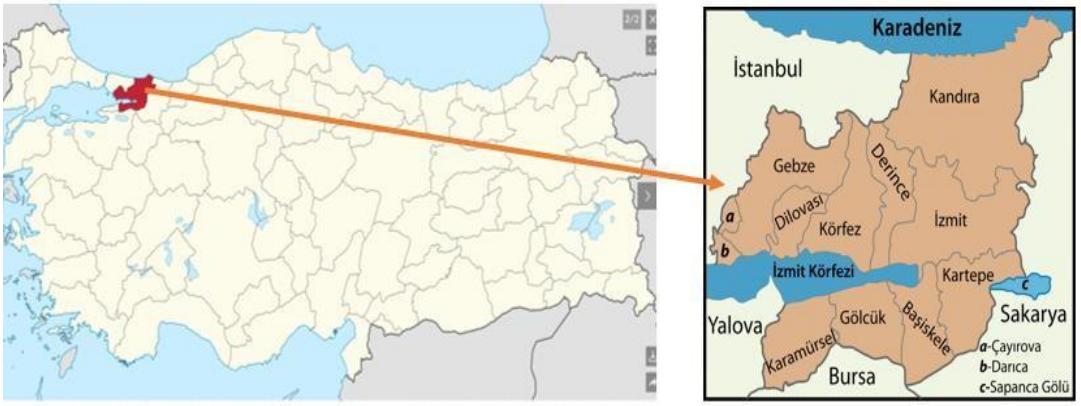
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. KOCAELİ İLİ İSLAMİ İNANÇ MERKEZLERİNİN TURİZM POTANSİYELİ

Üçüncü bölümde Kocaeli ili İslami inanç merkezlerinin turizm potansiyeli değerlendirilmektedir. Bu kapsamda öncelikle potansiyeli ortaya koymak amacıyla Kocaeli'nin tarihi, coğrafi, ekonomik, kültürel özellikleri ile turizm kapasitesi ve turistik hizmetleri hakkında bilgi verilmektedir. Ardından Kocaeli ilinin inanç turizmi bağlamında tarihsel gelişimi ortaya koyulmakta ve Kocaeli İslami İnanç Merkezleri incelenmektedir.

3.1. KOCAELİ İLİNE GENEL BAKIŞ

Kocaeli ili, Türkiye'nin Marmara Bölgesi'nde yer almakta olup, coğrafi konumu, ekonomik yapısı ve tarihsel birikimi ile öne çıkan önemli merkezlerden biridir. İstanbul'a komşu olması ve ulaşım ağlarının kesişim noktasında bulunması, ilin stratejik önemini artırmaktadır. Sanayi ve ticaret faaliyetleri bakımından ülke ekonomisinde önemli bir yere sahip olan Kocaeli, aynı zamanda tarih boyunca farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış köklü bir yerleşim alanıdır. Bu çok katmanlı yapı, ilin yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda kültürel ve turistik açıdan da zengin bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle farklı inanç sistemlerine ait izleri barındırması, Kocaeli'nin inanç turizmi açısından değerlendirilmesini mümkün kıldığı gibi İslam'a ait tarihi yapılar, türbeler ve manevi şahsiyetler aracılığıyla ilin İslami turizm potansiyelinin de dikkat çekici bir nitelik taşıdığı görülmektedir (Kocaeli Valiliği, 2025). Şekil 3'de Kocaeli ilinin Türkiye haritasındaki konumu ve il haritası verilmiştir.



Şekil 3: Kocaeli İli Haritası (Kocaeli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2025)

Bu genel çerçeve doğrultusunda, ilin sahip olduğu potansiyelin daha iyi anlaşılabilmesi için Kocaeli'nin coğrafi, tarihsel, kültürel ve turistik özelliklerinin ayrı ayrı ele alınması gerekmektedir.

3.1.1. Coğrafi Konumu

Kocaeli, Türkiye'nin kuzeybatısında 29°22′–30°21′ doğu boylamları ile 40°31′–41°13′ kuzey enlemleri arasında yer almakta olup, hem İzmit Körfezi'ne hem de Karadeniz'e kıyısı bulunan stratejik bir konuma sahiptir. İl; batıda İstanbul, doğuda Sakarya, güneyde Bursa ve güneybatıda Yalova ile çevrilidir. Toplam 3.505 km² yüzölçümüne sahip olan Kocaeli, Türkiye'nin yüzölçümü bakımından en küçük yedinci ili olup, Asya ile Avrupa kıtalarını birbirine bağlayan önemli kara ve deniz ulaşım hatlarının kesişim noktasında yer alması nedeniyle sosyo ekonomik ve lojistik açıdan büyük bir öneme sahiptir.

Kocaeli'nin coğrafi yapısı genel olarak hafif engebeli bir görünüm sergilemekte olup, il yüzeyinin büyük bölümü küçük akarsular tarafından parçalanmış platolardan oluşmaktadır. Farklı yükseltilerdeki tepelerle şekillenen bu platolar, ilin yaklaşık dörtte üçünü kaplamaktadır. Güney kesimde uzanan Samanlı Dağları, ilin en belirgin yükseltilerini oluşturmakta ve bu sıradağların en yüksek noktası 1606 metre ile Kartepe'dir. Kuzey Anadolu Dağları'nın bir uzantısı niteliğindeki bu alan, ilin güney jeomorfolojisine hâkimdir. Bunun yanı sıra Naldöken, Çenedağı, Dikmen ve Naz Dağı gibi yükseltiler de ilin önemli topoğrafik unsurları arasında yer almaktadır. Ova alanlarının sınırlı olduğu Kocaeli'nde, İzmit

Körfezi ile Sapanca Gölü arasında konumlanan İzmit Ovası, tarımsal faaliyetler ve yerleşim açısından öne çıkan başlıca düzlük alanı oluşturmaktadır (Uçkun vd., 2025: 48).

Genel anlamda Karadeniz ile Akdeniz ikliminin kesiştiği bir iklim tipi bölgede egemendir. Yazlar sıcak ve az yağışlı, kışlar yağışlı ve Türkiye'nin pek çok yöresine oranla ılık geçer. İlin kuzey kesimlerinde Karadeniz kıyılarında yaşanan yaz mevsimi, ilin güney bölümlerinde yaşanan yaza oranla daha serindir (Kocaeli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2025).

3.1.2. Tarihi ve Kültürel Dokusu

Kocaeli ilinin tarih öncesi dönemi, M.Ö. XII. yüzyıla kadar uzanan süreçte yeterince aydınlatılamamış olup, bölgenin başlangıç tarihi genel olarak bu döneme dayandırılmaktadır. İlk yerleşimlere dair somut bulgular ise M.Ö. VIII. yüzyıla tarihlenmektedir. Bu dönemde bilinen en eski yerleşim, Megaralılar tarafından kurulan Astakos'tur. İzmit kentinin çekirdeğini oluşturan bu yerleşim, M.Ö. 262 yılında Nikomedia adıyla anılmış ve Bitinya Krallığı'nın başkenti olmuştur. Roma İmparatorluğu döneminde önemli bir merkez hâline gelen şehir, imparatorluğun ikiye ayrılmasıyla Bizans topraklarına dâhil olmuş; ancak depremler ve siyasi gelişmeler nedeniyle zamanla önemini yitirmiştir. XI. yüzyılda Selçuklu hâkimiyetine giren bölge, Haçlı Seferleri sırasında yeniden Bizans kontrolüne geçmiş, nihai olarak ise 1337 yılında Orhan Gazi döneminde Osmanlı egemenliğine katılmıştır. I. Dünya Savaşı sonrasında işgale uğrayan İzmit, 28 Haziran 1921 tarihinde kurtarılmış ve 1924 yılında il statüsü kazanmıştır (Kocaeli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2025).

Kocaeli, tarih boyunca farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış çok katmanlı bir yerleşim alanı olup, bu durum ilin kültürel zenginliğini artırmaktadır. Antik çağlarda Bithynia bölgesi içerisinde yer alan kent; Astakos, Nicomedia, İznikmid ve İzmid gibi farklı adlarla anılmıştır. Roma İmparatoru Diocletianus'un 284 yılında kenti başkent ilan etmesiyle birlikte Nikomedia, Roma, Antakya ve İskenderiye'den sonra imparatorluğun en önemli şehirlerinden biri hâline gelmiştir. Ancak Konstantin'in İstanbul'u başkent yapması ve ulaşım ağlarının değişmesi, kentin öneminde azalmaya yol açmıştır. Osmanlı döneminde ise şehir ekonomik ve sosyal açıdan gelişimini sürdürmüş, özellikle Kanuni Sultan Süleyman döneminde

önemli bir merkez hâline gelmiştir (Kocaeli Büyükşehir Belediyesi, 2025).

Demiryolu hatlarının kurulması ve sanayi faaliyetlerinin başlamasıyla birlikte 19. Yüzyılda Kocaeli, ekonomik açıdan canlanmış; Cumhuriyet döneminde ise özellikle sanayileşme süreciyle Türkiye'nin önde gelen üretim merkezlerinden biri hâline gelmiştir. İstanbul'a yakınlığı ve ulaşım olanaklarının gelişmişliği, bu süreci destekleyen temel unsurlar arasında yer almıştır. Günümüzde Kocaeli; Gebze, İzmit, Gölcük, Kartepe, Başiskele ve diğer ilçeleriyle birlikte toplam on iki ilçeden oluşmakta ve Marmara Bölgesi'nin önemli sanayi merkezlerinden biri olarak öne çıkmaktadır.

Kocaeli, yaklaşık yedi asırdır İslam hâkimiyetinde olan bir coğrafya olup, Akçakoca Bey'in fetihleriyle birlikte İslamlaşma sürecine girmiştir. Bu süreçten günümüze kadar il genelinde çok sayıda cami, türbe ve manevi şahsiyet etrafında şekillenen İslami inanç merkezleri varlığını sürdürmektedir. Özellikle İzmit ilçesi, bu merkezlerin yoğunlaştığı alanlardan biri olarak dikkat çekmektedir. Bununla birlikte, söz konusu inanç merkezlerinin sahip olduğu potansiyelin turizm açısından yeterince değerlendirilemediği görülmektedir. Bölgede inanç turizmi faaliyetleri büyük ölçüde bireysel ziyaretler şeklinde gerçekleşmekte, kitlesel ve organize turizm hareketliliği sınırlı kalmaktadır. Ayrıca, Türkiye saat sisteminin ayarlandığı 30° doğu meridyeni, Kocaeli'nin Köseköy bölgesinde yer alan bir otoyol kavşağından geçtiği için, bu nokta zaman ayarları açısından da sembolik bir öneme sahiptir (Kocaeli Büyükşehir Belediyesi, 2025).

3.1.3. Ekonomik Yapısı

Bu başlık altında, Kocaeli ilinin ekonomik yapısına katkı sunan tarım-hayvancılık, sanayi ve ticaret faaliyetleri ile mevcut turizmi ele alınmaktadır. İlin ekonomik çeşitliliğini yansıtan bu sektörler, bölgesel kalkınma açısından önemli potansiyeller barındırmakta ve Kocaeli ekonomisine doğrudan ya da dolaylı gelir kaynakları sağlamaktadır.

3.1.3.1. Tarım ve Hayvancılık

Kocaeli ilinin ekonomik yapısı büyük ölçüde sanayi sektörüne dayanmakta olup, geçim kaynaklarının yaklaşık %70'ini sanayi faaliyetleri oluşturmaktadır.

Tarım sektörünün katkısı ise sınırlı kalmakta ve yaklaşık %3 düzeyinde gerçekleşmektedir (https://kocaeli.tarimorman.gov.tr). İl genelinde toplam tarım alanı 149.687 hektar olup, işlenen alan 72.579 hektardır. Bu alanlarda başlıca tarımsal ürünler arasında buğday, patates ve kuru soğan yer almakta; sebze ve meyve üretiminde ise domates, karpuz, hıyar, kavun ve kivi gibi ürünler öne çıkmaktadır (https://kocaeli.tarimorman.gov.tr).

Hayvancılık faaliyetleri ise sanayileşmenin etkisiyle sınırlı olmakla birlikte ilin kırsal kesimlerinde önemli bir ekonomik faaliyet alanı olarak varlığını sürdürmektedir. Kocaeli'de en yaygın hayvancılık türü büyükbaş hayvancılık olup, özellikle süt sığırcılığı ön plana çıkmaktadır. Küçükbaş hayvancılık kapsamında koyun ve keçi yetiştiriciliği yapılmakta; kanatlı hayvancılıkta ise tavuk ve hindi üretimi dikkat çekmektedir. Özellikle Kandıra ilçesinde yetiştirilen hindi ve süt ürünleri yerel üretim açısından önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra arıcılık faaliyetleri de artış göstermekte ve bal üretimi kırsal ekonomiye katkı sağlamaktadır (www.kocaeli.gov.tr).

2018–2023 döneminde büyükbaş ve küçükbaş hayvan sayısında artış gözlemlenmiş olup, bu durum hayvancılığın il ekonomisindeki yerini koruduğunu göstermektedir. Büyükbaş hayvan sayısı, 2018 yılında 52.000 iken 2023'te 62.500'e çıkarak yaklaşık %20 oranında artmıştır. Küçükbaş hayvan sayısı ise aynı dönemde 22.000'den 26.000'e yükselerek %18'lik bir artış göstermiştir(Tarım ve Orman Bakanlığı, 2025; Türkiye İstatistik Kurumu-TÜİK-, 2025a). Bununla birlikte mera alanlarının daralması, yüksek yem maliyetleri ve kırsal nüfusun azalması gibi yapısal sorunlar, hayvancılık faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini olumsuz etkilemektedir (Demirci & Uysal, 2019; Öztürk, 2021).

3.1.3.2. Sanayi ve Ticaret

Kocaeli, yüzölçümü bakımından küçük olmasına rağmen üretim kapasitesi ve katma değer açısından Türkiye'nin önde gelen illerinden biridir. İl ekonomisinde sanayi belirleyici sektör olup, 2019 yılı itibarıyla il GSYH'sinin %41,1'i sanayi faaliyetlerinden oluşmaktadır. Türkiye imalat sanayine katkısı yaklaşık %13 düzeyinde olan Kocaeli, özellikle otomotiv, kimya ve metal sektörlerinde yoğunlaşmış güçlü bir üretim altyapısına sahiptir (Kocaeli Sanayi Odası, 2023).

İlde faaliyet gösteren çok sayıda yerli ve yabancı sermayeli firma, Kocaeli'ni küresel üretim ağlarının önemli bir parçası hâline getirmektedir. Ford, Hyundai, Bosch, Pirelli ve Tüpraş gibi büyük ölçekli sanayi kuruluşlarının varlığı, ilin üretim ve ihracat kapasitesini artırmaktadır. Türkiye'nin en büyük 500 firmasının önemli bir kısmının Kocaeli'nde faaliyet göstermesi, ilin sanayi gücünü açıkça ortaya koymaktadır. Kocaeli, dış ticaret açısından da Türkiye ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır. 2024 yılı itibarıyla yaklaşık 41,39 milyar dolar ihracat ve 77,96 milyar dolar ithalat gerçekleştirilmiş; toplam dış ticaret hacmi 119 milyar doları aşmıştır. Bu değerler, Kocaeli'nin Türkiye dış ticaretine yaklaşık %19,7 oranında katkı sağladığını göstermektedir (Kocaeli Sanayi Odası, 2023). Aynı dönemde kişi başına ihracatın Türkiye ortalamasının oldukça üzerinde gerçekleşmesi, ilin yüksek üretim kapasitesine işaret etmektedir.

Sanayi altyapısı açısından Kocaeli, organize sanayi bölgeleri, teknoparklar ve serbest bölgeler ile gelişmiş bir üretim ekosistemine sahiptir. İlde 14 organize sanayi bölgesi, beş teknopark ve iki serbest bölge bulunmakta; bu yapılar, üretim süreçlerinin planlı ve sürdürülebilir biçimde gelişmesine katkı sağlamaktadır. Ayrıca İzmit Körfezi'nde yer alan limanlar, ilin lojistik gücünü artırarak dış ticaret faaliyetlerini desteklemektedir.

Kocaeli ili üretim sektörünün son beş yıllık dağılımına göre Kocaeli'de sanayi sektörlerinin yıllar içindeki payı önemli yapısal değişimler göstermektedir. Bu değişimler, sanayide yüksek katma değerli ve ihracat odaklı sektörlerin öne çıktığını göstermektedir: Otomotiv ve Yan Sanayi, 2019'dan 2023 tahminine kadar sürekli artış göstererek %28,4'ten %32,0'ye yükselmiş ve bölgenin lokomotif sektörü olma konumunu pekiştirmiştir. Kimya ve Petrokimya Sektörü de düzenli büyüme kaydederek %21,3'ten %25,2'ye yükselmiş, bu da Kocaeli'nin rafineri ve kimya tesisleriyle güçlü bir üretim altyapısına sahip olduğunu göstermektedir. Metal ve Makine Sanayi de %15,6'dan %17,3'e artış göstererek istikrarlı bir büyüme trendi izlemektedir. Elektrik-Elektronik ve Gıda-Tarım Ürünleri gibi sektörlerde daha yavaş fakat sürekli bir artış gözlenmektedir; bu da çeşitlendirilmiş sanayi yapısının bir göstergesidir. Buna karşın, Diğer Üretim Alanları kategorisindeki pay ciddi biçimde azalarak %19,6'dan %8,8'e düşmüştür. Bu, üretimin giderek daha fazla özelleşmiş ve teknoloji yoğun sektörlere kaydığını göstermektedir (Doğu Marmara Kalkınma Ajansı –MARKA-, 2023; TÜİK, 2025b)

Kocaeli'nin gelişmiş organize sanayi bölgeleri (OSB) ve liman altyapısı, üretim süreçlerinde lojistik etkinliği artırarak sanayi faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini desteklemektedir (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2023).

Sektörel dağılım açısından Kocaeli, sadece otomotiv ve kimya değil; metal, plastik, elektronik ve enerji gibi pek çok farklı alanda da üretim kapasitesine sahiptir. Bu çeşitlilik, ilin ekonomik dayanıklılığını ve dönüşüm kapasitesini artırmaktadır (Kocaeli Büyükşehir Belediyesi, 2024).

Ayrıca, sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda geliştirilen yeşil üretim uygulamaları ve dijital dönüşüm politikalarının desteklenmesi, Kocaeli'nin sanayi yapısının gelecekte daha dirençli ve çevresel olarak sorumlu bir şekilde evrilmesine katkı sağlayacaktır (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu- TÜBİTAK, 2022; European Bank for Reconstruction and Development-EBRD, 2021).

3.1.3.3. Turizm Kapasitesi ve Turistik Hizmetler

Kocaeli ili, yalnızca sanayi üretimiyle değil, aynı zamanda turizm potansiyeliyle de dikkat çeken bir bölgedir. Marmara Bölgesi'nin doğusunda yer alan Kocaeli; İstanbul'a yakınlığı, doğal güzellikleri, kültürel mirası, kıyı şeridi, yaylaları ve inanç merkezleriyle çok yönlü turizm faaliyetlerinin yapılabildiği bir destinasyondur (MARKA, 2023). Tablo 3'de Kocaeli ilinde yapılan başlıca turizm türleri verilmiştir.

Tablo 3: Kocaeli'de Mevcut Turizm Türleri

Turizm Türü	Açıklama
Doğa Turizmi	Maşukiye, Kartepe, Sapanca Gölü kıyısı gibi alanlarda doğa yürüyüşleri, kampçılık ve yayla turizmi yapılmaktadır.
Kış Turizmi	Kartepe Kayak Merkezi ile Marmara Bölgesi'nin önemli kış sporları merkezlerinden biridir.
İnanç Turizmi	İzmit ve çevresindeki camiler, türbeler, manastırlar (ör. Aya Yorgi Manastırı) bu alanda değerlidir.

Deniz Turizmi	Kandıra sahilleri (Kerpe, Kefken) ve Karadeniz kıyıları yaz sezonunda yoğun ilgi görmektedir.
Kültür ve Tarih Turizmi	İzmit Saat Kulesi, Roma dönemine ait eserler, Nikomedia Antik Kenti, Kasr-ı Hümayun Sarayı gibi yapılar önemli ziyaret noktalarıdır.
Kongre ve Fuar Turizmi	İzmit şehir merkezi ve Kartepe gibi bölgelerde otellerin salonlarıyla birlikte kongre turizmi gelişmektedir.
Sağlık ve Termal Turizm	Termal su potansiyeli Kandıra, Başiskele gibi ilçelerde değerlendirilmeye başlanmıştır.
Gastronomi Turizmi	İzmit Simidi, Pişmaniye, Dartı, Mancarlı pide

Kaynak: Kocaeli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2025), Öztürk ve Yıldız, 2021: 137

Tabloda görüldüğü üzere Kocaeli, sahip olduğu doğal, tarihî ve kültürel değerlerle farklı turizm türlerinin bir arada geliştiği çok yönlü bir destinasyon kimliği taşımaktadır. Kocaeli'de turizm; mevcut doğal ve kültürel kaynaklarıyla yalnızca bölgesel değil, ulusal düzeyde bir alternatif destinasyon olma yolundadır. Özellikle Kartepe kayak merkezi, Kandıra sahilleri, Maşukiye yaylaları ve İslami inanç turizmine yönelik varlıklar, Roma-Bizans dönemine ait kültürel miraslar, ilin cazibe merkezlerini oluşturmaktadır. Kocaeli, İstanbul'a olan yakınlığı nedeniyle kısa süreli turistik kaçışlar için de tercih edilmekte; bu da hafta sonu turizmi ve günübirlik ziyaretçi hareketliliğini teşvik etmektedir (MARKA, 2023; Dursun & Güzel, 2022).

Turizm, Kocaeli ekonomisine doğrudan ve dolaylı katkı sağlamaktadır. Yeme içme, ulaşım, konaklama, hediyelik eşya, yerel rehberlik gibi sektörlerde ekonomik hareketliliği artırmakta; istihdama ve bölgesel kalkınmaya katkıda bulunmaktadır. Ayrıca özellikle hafta sonu turizmi ve kongre turizmi gibi alanlarda İstanbul'a alternatif bölge olma potansiyeli taşımaktadır. Tablo 4'de Kocaeli turizm tesis ve yatak kapasitesi verilmiştir.

Tablo 4: Kocaeli Turizm Tesis ve Yatak Kapasitesi

Göstergeler	**Sayı**
Tescilli Turizm İşletme Belgeli Tesis	43

Belediye Belgeli Konaklama Tesisi	56
Toplam Tesis Sayısı	99
Toplam Yatak Kapasitesi (belgeli + belediye)	7.560
Rehber Sayısı	120+
Tescilli Kültürel Miras Alanı	28
Ziyaretçi Sayısı (2023, yerli-yabancı)	980.000+

Kaynak: Kocaeli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023

Tablodaki verilere göre; Kocaeli'nin turizm altyapısı, hem konaklama hem de kültürel miras açısından gelişmekte olan ancak hâlâ sınırlı kapasiteye sahip bir yapıyı yansıtmaktadır: Toplam 99 konaklama tesisi ve 7.560 yatak kapasitesi, bölgenin turizm potansiyeline hizmet eden mütevazı bir altyapıyı göstermektedir. Bu, Kocaeli'nin hâlen sanayi odaklı bir kent profiline sahip olduğunu, turizmin ise gelişmekte olan bir alan olduğunu ortaya koyar. 120'den fazla rehberin varlığı, kentte kültürel ve tarihî öğeleri tanıtmaya yönelik insan kaynağı bulunduğunu göstermektedir. 28 tescilli kültürel miras alanı, şehrin tarihî ve kültürel derinliğini ortaya koymakta, bu da özellikle kültür turizmi açısından önemli bir potansiyel sunduğunu göstermektedir. 2023 yılında 980.000'i aşkın ziyaretçi ağırlanması ise mevcut altyapıya kıyasla yüksek bir ziyaretçi yoğunluğunu göstermektedir. Bu durum, altyapı kapasitesinin artırılmasına yönelik planlama ihtiyacını da beraberinde getirmektedir. Tablo 5'de 2024 yılında Kocaeli ilini ziyaret ederek konaklayan turistlere ait veriler sunulmuştur.

Tablo 5: Kocaeli İli 2024 Yılı Yerli ve Yabancı Turistlerin Tesise Giriş ve Geceleme Sayıları

2024 Yılı Ocak-Aralık Dönemi İl Bazlı Tesise Giriş Ve Geceleme Sayısı						
Tesise Giriş				**Geceleme Sayısı**		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
Kocaeli	170.132	916.046	1.086178	391.341	1.598458	1.989799

Kaynak: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TURSAB), 2024

Kocaeli'de 2024 yılında konaklama tesislerine toplam 1.086.178 ziyaretçi girişi ve 1.989.799 geceleme gerçekleşmiştir. Veriler, konaklayan ziyaretçilerin büyük ölçüde yerli turistlerden oluştuğunu göstermektedir. Yabancı ziyaretçi sayısının daha sınırlı kalması, ilin turizm hareketliliğinin ağırlıklı olarak iç turizme dayandığını ortaya koymaktadır.

Özetle turizmin Kocaeli ekonomisine katkısı, yerel istihdamın artırılması, kırsal bölgelerde ekonomik canlanma, hizmet sektöründe gelir artışı gibi çok boyutlu etkilere sahiptir. Ancak mevcut yatak kapasitesi ve tanıtım faaliyetleri göz önünde bulundurulduğunda, ilin turizm potansiyelinin henüz tam olarak değerlendirilemediği görülmektedir. İnanç turizmi, kırsal turizm, yayla turizmi ve termal turizm gibi alanlara yapılacak yatırımlar, Kocaeli'yi sürdürülebilir turizm açısından daha güçlü bir konuma taşıyacaktır.

Bu bağlamda, İslami inanç merkezlerine sunulan turistik hizmetler, mevcut potansiyelin kullanım düzeyini göstermesi bakımından önemlidir. Kocaeli'de İslami inanç merkezlerine yönelik turistik hizmetler, ibadet ve ziyaret imkânlarının yanı sıra kültürel ve destekleyici hizmetlerle bütüncül bir yapı sergilemektedir. Tarihi camilerde ibadet etme olanağı sunulurken, çevre düzenlemeleri ile ziyaretçilere huzurlu bir atmosfer sağlanmaktadır. Bu yapılar, Kocaeli Büyükşehir Belediyesi tarafından yürütülen çalışmalar kapsamında inanç turizmi rotalarına dâhil edilmekte; restorasyon ve düzenleme faaliyetleriyle turizme kazandırılmaktadır. Ayrıca dini eğitim kurumları bünyesinde konaklama ve misafirhane hizmetleri sunulmaktadır. Bunun yanında belediye tarafından ibadethanelere yönelik temizlik, bakım ve onarım desteği verilmekte; bazı dini yapılarda engelli erişimine uygun fiziki düzenlemeler de bulunmaktadır. Bu hizmetler, Kocaeli'nin hem yerel halkın ibadet ihtiyaçlarını karşılayan hem de ziyaretçilere tarihî ve kültürel mirası deneyimleme imkânı sunan bir destinasyon olarak öne çıkmasına katkı sağlamaktadır (www.kocaeli.bel.tr).

3.2. KOCAELİ İNANÇ TURİZMİ: TARİHSEL GELİŞİMİ VE MEVCUT DURUMU

Antik çağın önemli kentlerinden biri olan Nikomedia, dönemin çok tanrılı inanç sistemleri açısından bölgesel bir merkez olma özelliği taşımaktadır (Foss, 2002: 1). Kentte bulunan çok sayıda heykel, bu inanç yapısının fiziki temsilleri olarak değerlendirilmektedir. Ancak bu eserlerin çoğu sistematik kazılar sonucu değil, tesadüfen gün yüzüne çıkarılmıştır (Sezer, 2015: 78). Nikomedia, Bithynia İmparatorluğu'na başkentlik yapmasının yanısıra, Roma İmparatorluğu döneminde de önemini koruyarak uzun yıllar pagan inancının merkezi olma niteliğini

sürdürmüştür. Kent halkı, çok tanrılı inanç sistemi doğrultusunda farklı tanrı ve tanrıçalara ithafen sunaklar ve tapınaklar gibi dini yapılar inşa etmiştir. Ancak bu yapılar, çeşitli istilalar ve özellikle yıkıcı depremler nedeniyle büyük oranda günümüze ulaşamamıştır (Doğancı, 2015).

Geç Antik ve Erken Hristiyanlık dönemlerinde, halkın bir kısmının pagan inancından uzaklaşarak hristiyanlığı benimsemeye başlaması, özellikle kent yöneticilerinin tepkisine neden olmuştur. Pagan geleneğinde düzenlenen kurban törenlerine katılım, tanrıların öfkesini yatıştırmak amacıyla bir zorunluluk olarak görülmekteydi. Hristiyan inancını benimseyenlerin bu törenlere katılmaktan kaçınmaları ise onları felaketlerin sorumlusu ilan etmeye kadar varan ciddi ayrımcılık ve baskılarla karşı karşıya bırakmıştır. Roma'da yaşanan "Büyük Yangın"ın ardından hristiyanları suçlayan imparator Nero'nun (M.S. 54-68) izlediği sert politikalar bu sürecin başlangıç noktası olmuştur (Ünver, 2019: 500). Nikomedia'nın Diocletianus tarafından Doğu Roma İmparatorluğu'nun başkenti ilan edilmesi, bu bölgedeki baskıların artmasına neden olmuştur. M.S. 250-350 yılları arasında Nikomedia'da şehit edilen Hristiyan sayısının yaklaşık 20 bin (bazı kaynaklarda 30 bin) olduğu belirtilmektedir. Bu durum, kentin yoğun nüfusuna ve merkezi konumuna bağlı olarak yorumlanmaktadır. Bu dönemde yaşamını yitiren piskopos ve papazlar, Doğu Ortodoksluğu'nda "hieromartyr" (kutsalşehit) olarak adlandırılmaktadır (Laflı, 2019:141). Bu yoğun dini baskılar nedeniyle Nikomedia, zamanla "Şehitler Şehri" olarak anılmaya başlanmıştır (Güngör,2018:73). Bu katı tutum, 312 yılında Constantinusve Licinius'un yayımladığı Hoşgörü Fermanı ile bir ölçüde yumuşarken, pagan inanç sisteminin resmen yasaklanarak hristiyanlığın devlet dini olarak kabul edilmesi ise M.S.391 yılında Theodosius döneminde gerçekleşmiştir (Ünver,2019:500). Kaynaklara göre, yaşam yeri Mısır'daki Heliopolis, Nikomedia veya Antakya olarak geçen ve 4 Aralık'ta şehit edildiği kabul edilen Azize Barbara, inancı uğruna verdiği mücadele ile Anadolu'da önemli bir kült figürü haline gelmiştir (Kazdhan, 1991: 252). Benzer şekilde, Aziz Panteleimon da inancı uğruna şehit edilen figürlerden biri olup, adına inşa edilen kiliselerde fresklerle ölüme gidişi tasvir edilmiştir (Gerstel, 2012:174). İslam inancında Hızır kültüyle özdeşleştirilen Aziz Georgios(AyaYorgi), İmparator Diocletianus'un hüküm sürdüğü dönemde Nikomedia'da şehit edilmiştir. Hristiyan geleneğinde "Büyük Şehit" olarak anılan Aziz Georgios, Hz. İsa'nın sadık

müritlerinden biri olarak kabul edilmektedir (Güngör, 2016:250).

Kocaeli'nin inanç tarihi yalnızca Antik Çağ ile sınırlı değildir. Balkı (1999), bölgeye ilişkin gezi notlarında, kentin İslam ve Hristiyanlık adına önemli dini merkezlerden biri olduğuna vurgu yapmıştır. Osmanlı döneminde kilise ve manastırların cami ve medreselere dönüştürülmesi, Hristiyan topluluklara ait dini yapıların kentte önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. Kaya (2008), bu yapıların büyük bir kısmının günümüze ulaşamadığını ve bazı yapıların işlev değiştirerek arşiv kayıtlarında farklı şekillerde yer aldığını belirtmektedir.

Kocaeli'nin İslamlaşmasında önemli rol oynayan Akça Koca, Konur Alp, Gazi Rahman ve Kara Mürsel Alp, kentin manevi simgeleri olarak ön plana çıkmaktadır (İnalcık, 2015: 147; Çetin, 2000: 59).

İl sınırları içerisinde İslam'a ait birçok tescilli, tescilsiz eser ve manevi şahsiyet bulunmaktadır. Bölgede yapılan inanç turizmi faaliyetlerinin önemli bir bölümünün bireysel ölçekte gerçekleştirildiği, kalan kısmının ise okul gezisi, STK gezi programı ya da kurumsal bazda gerçekleştirilen gezilerden oluştuğu bu çalışmanın gözlem ve görüşmeleri neticesinde tespit edilmiştir. Kocaeli'deki inanç turizmi bakımından yapılan faaliyetler müslümanlara ve hristiyanlara ait inanç mekânlarında gerçekleştirilmektedir. Müslümanlar İslam inancına ait önemli gün ve gecelerde kendi inanç merkezlerine ziyaretlerini arttırmakta, hristiyanlar ise özellikle Katolik ve Ortodoks'lar tarafından 14 koruyucu aziz\azizeden biri sayılan St.Barbara olarak bilinen ve her yıl 4 Aralık'ta gerçekleştirilen 'Azize Barbara Anma Günü' sebebiyle bölgedeki inanç turizmini hareketlendirmektedir (Güngör, 2018).

3.3. KOCAELİ İSLAMİ İNANÇ MERKEZLERİ

Kocaeli, Marmara Bölgesi'nin önemli sanayi ve liman kentlerinden biri olmasının yanı sıra, tarihî ve kültürel mirasıyla da dikkat çeken bir şehirdir. Osmanlı'nın ilk dönemlerine kadar uzanan İslami kültür birikimi sayesinde kent sınırları içerisinde çok sayıda İslami inanç merkezi bulunmaktadır. Bu merkezler yalnızca ibadet mekânı olmanın ötesinde; dini, sosyal ve kültürel işlevleriyle hem yerel halk hem de ziyaretçiler açısından önemli çekim unsurları oluşturmaktadır (Timothy & Olsen, 2006).

İslami inanç turizmi kapsamında değerlendirilen bu mekânlar genel olarak camiler, türbeler ve şehitlikler olmak üzere üç temel başlık altında ele alınmaktadır. Camiler, müslümanların toplu ibadet gerçekleştirdiği ve aynı zamanda sosyal ve kültürel etkileşimin sağlandığı merkezî yapılar olarak öne çıkmaktadır (Kuban, 2007; Yavuz, 2010). Türbeler ise toplum tarafından saygı duyulan dinî şahsiyetlerin kabirleri etrafında şekillenen ve ziyaret pratiklerinin yoğunlaştığı manevî alanlar olarak dikkat çekmektedir (Günay vd., 2001; Kaplan, 2021). Şehitlikler ise dinî ve millî değerlerin birlikte temsil edildiği, ziyaret edilen kutsal mekânlar olarak inanç turizmi içerisinde önemli bir yer tutmaktadır (Alaeddinoğlu &İzi, 2024).

Bu kapsamda Kocaeli'deki İslami inanç merkezleri olarak camiler-mescitler, türbeler ve şehitlikler aşağıda ayrıntılı olarak ele alınmaktadır.

3.3.1. Camiler ve Mescitler

Cami, Müslümanların başta cuma namazı olmak üzere cemaatle ibadet ettikleri ve aynı zamanda sosyal, kültürel ve eğitsel işlevler üstlenen ibadet mekânıdır. Kelime, Arapça *cem'* kökünden türemiş olup "toplayan, bir araya getiren yer" anlamına gelmektedir (Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi [TDV], 1993). Tarihsel süreçte camiler yalnızca ibadet edilen mekânlar değil; eğitim, adalet, toplumsal dayanışma ve kamusal işlevlerin yürütüldüğü çok yönlü kurumlar olarak da hizmet vermiştir (Akgündüz, 1996). Bu yönüyle cami, İslam şehirlerinde dini hayatın merkezi olmasının yanı sıra toplumsal bütünleşmenin de önemli bir unsuru olmuştur (Kuran, 1986).

Mescit ise Arapça *"secde edilen yer"* anlamına gelmekte olup müslümanların namaz kılmak için kullandıkları daha küçük ölçekli ibadet mekânlarını ifade eder (TDV, 2004). Mescitlerde genellikle cuma namazı kılınmamakta, bu mekânlar daha çok mahalle ölçeğinde günlük vakit namazları için kullanılmaktadır (Erzen, 2011). İslam'ın ilk dönemlerinde ibadet mekânlarının çok işlevli bir yapıya sahip olduğu bilinmektedir. Nitekim Hz. Peygamber s.a.v döneminde inşa edilen Mescid-i Nebevî, ibadet yeri olmanın yanı sıra eğitim, yönetim ve toplumsal dayanışma faaliyetlerinin yürütüldüğü bir merkez niteliği taşımıştır (Necipoğlu, 2005).

Cami ve mescit arasındaki temel farklar ölçek, işlev ve kullanım bakımından

ortaya çıkmaktadır. Camiler daha büyük yapılar olup cuma namazının kılındığı, minber gibi mimari unsurlara sahip ibadet mekânlarıdır. Mescitler ise daha sade mimariye sahip, mahalle ölçeğinde günlük ibadet ihtiyacını karşılayan yapılardır (TDV, 1993; Erzen, 2011). Bu iki kavram birlikte değerlendirildiğinde, İslam medeniyetinde ibadet mekânlarının yalnızca dini ritüellerin icra edildiği alanlar değil, aynı zamanda toplumsal hayatın şekillendiği kurumsal yapılar olduğu anlaşılmaktadır (Akgündüz, 1996).

Turizm faaliyetlerinde yapıların tescilli olup olmaması çok fazla bir anlam ifade etmemekle birlikte, çalışmamızdaki tescilli yapılar başlığı altındaki eserler bölgedeki potansiyel eserlerden yalnızca kayıt ve koruma altına alınan eserleri kapsamaktadır.

1- Kocaeli İl Müftülüğü tarafından 07 Mart 2025 tarihinde edinilen, personel kadrosu olan, il genelindeki tarihi nitelik taşıyan cami ve mescitlere dair verilere Ek 2, Tablo 8'de yer verilmiştir.

2- Kocaeli Kültür Varlıklarını Koruma Kurulu İl Müdürlüğünden 12 Mart 2025 tarihinde edinilen tescilli cami-mescit envanter bilgisi Ek 3 , T a b l o 9'da verilmiştir.

Kocaeli il sınırları içerisinde bulunup yapılış tarihi itibarı ile yüz yıl ve üzeri olan, bölge halkı tarafından tarihi addedilen ve yüksek bir manevi değer gören, henüz tescil işlemi yapılmamış yada tescil başvurusu uygun görülmemiş cami-mescit bilgileri nitel araştırma yöntemi literatür taraması tekniği kullanılarak elde edilmiş ve araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. Kocaeli ilinde bulunan tescilsiz cami–mescitlerin listesi Ek 4, Tablo 10'da verilmiştir.

Aşağıda il sınırları içinde en çok bilinen ve ziyaret edilen cami-mescitlerden örnekler verilmiştir.

3.3.1.1. Orhan Gazi Camii (İzmit)

Orhan Camii, Hazire ve Tekkesi Orhan Mahallesi, Medrese Sokak'ta yer almaktadır. 1332-1333 yıllarında Sultan Orhan Gazi'nin büyük oğlu Şehzade Gazi Süleyman Paşa tarafından yaptırtılmış olup, yapan kişi bilinmemektedir. Gazi Süleyman Paşa Camii Vakfı vakfiyesindedir (Ürkmez,2007:93-106).

Camii, eski bir Bizans kilise kalıntısının üzerine inşa edilmiştir. Cami

yapıldıktan sonra ilk hutbe kılıçla okunmuş ve o günden beri bu camide hutbeye hala kılıçla çıkılmaktadır. Kuzey güney doğrultusunda dikdörtgen plana sahiptir. İnşa malzemesi kabayonu taştır. Sonraki tamirlerle yapılmış olan kuzey ve batı cephenin kuzeyinin dış kaplaması ahşap malzemeden ve camekanlı olarak düzenlenmiştir. Kuzey batısında tek şerefeli minaresi yükselmektedir. Yapının güney cephesi önündeki haziresinde çeşitli mezar taşları bulunmaktadır. Yapıda süsleme yok denecek kadar azdır. Zaman içinde harap olan camii XIX. yüzyılda geçirdiği büyük çaplı onarım esnasında birkaç mimari detayın dışında, orijinal yapısını tümüyle yitirmiştir. 1839, 1843, 1940 ve 2004 yıllarında onarım görmüştür(Ulugün, 2002: 83-84; Ürkmez, 2007:93-106). Resim 1'de Orhan Camii görseli verilmiştir.



Resim 1: Orhan Camii (www.kocaeli.bel.tr)

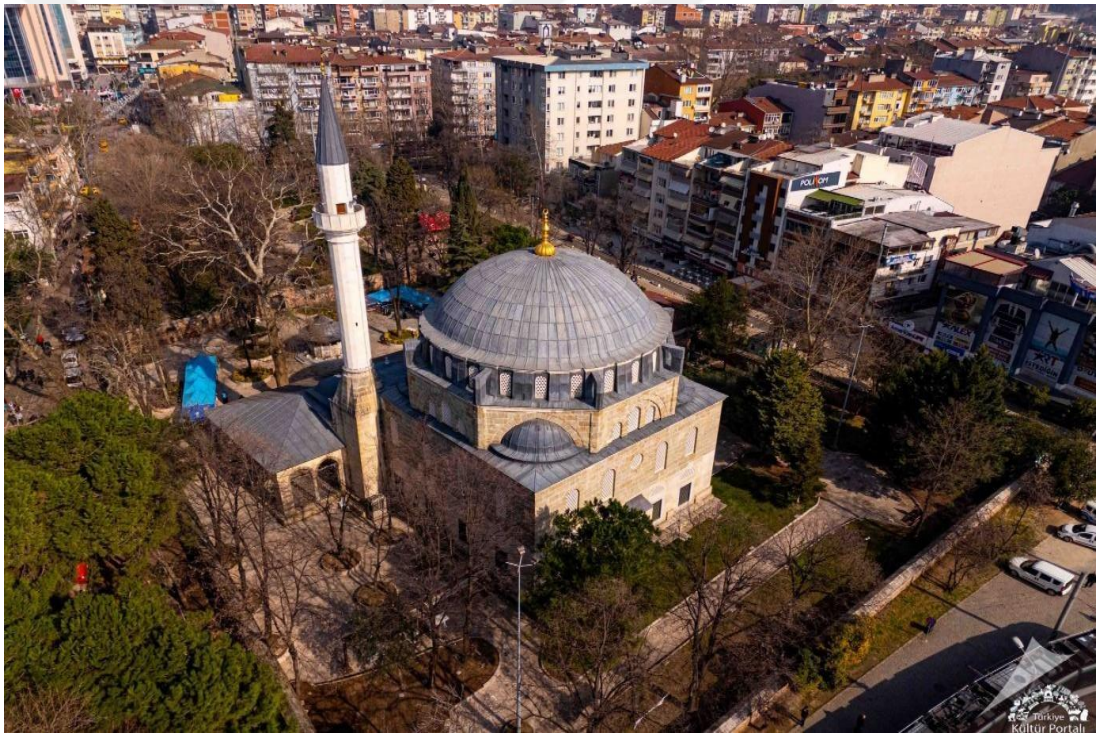
Cami, hem mimari sadeliği hemde tarihî sürekliliğiyle inanç merkezlerinin ruhani ve kültürel boyutlarını bir arada taşımaktadır. Orhan Gazi'nin fetih siyaseti kapsamında inşa ettirdiği bu yapı, aynı zamanda İzmit'in İslamlaşma sürecinin sembolik başlangıç noktalarından biri olarak kabul edilmektedir (Eyice, 1992).

Orhan Gazi Camii, dini mekânların sadece ibadet değil, aynı zamanda

kentsel hafızayı canlı tutan birer odak noktası olduğunu göstermektedir. Bugün cami çevresinde yürütülen küçük ölçekli dini etkinlikler ve rehberlik faaliyetleri, mekânın inanç turizmi potansiyelini daha da artırmaktadır.

3.3.1.2. Yeni Cuma Camii (İzmit)

Karabaş Mahallesi, Pertev Paşa Caddesi'nde yer almaktadır. Pertev Mehmet Paşa adına Kethudası Sinan Ağa tarafından 1579 yılında Mimar Sinan'a yaptırtılmıştır. H. 980-M. 1572 tarihli vakfiyesi bulunmaktadır (Uğurkan, 2019). Resim 2'de Yeni Cuma Camii görseli verilmiştir.



Resim 2: Yeni Cuma Camii (www.kulturportali.gov.tr)

Cami; çeşme, hamam, medrese, kervansaray ve aşhaneden oluşan bölümleri ile bir külliye içerisindedir. Külliyeden günümüze fazla bir yapı kalmasa da cami oldukça iyi durumdadır. Menzil külliyesi olan yapı daha ziyade Osmanlı Ordusu'nun geçiş güzergâhında olması nedeniyle orduya da hizmet eden bir yapıydı. Cami, İzmit'in en önemli eseri olan Pertev Paşa Külliyesi'nin odağını teşkil eder. Cami, klasik Mimar Sinan karakterinde tek büyük kubbeli, kare

planlı/kübik ve tek minareli bir yapıdır. Son cemaat yerindeki küçük kubbeler ve caminin dört tarafındaki yarım kubbeler, ana kubbenin direncini sağlamaktadır. Tek kubbenin çevresinde 24 pencere bulunmaktadır. Kubbeyi dışarıdan 8 yarım kemer destekler. Bol sayıda diğer pencerelerle caminin aydınlatılması sağlanmıştır. Caminin mermerden mihrabı ile çeşm-i bülbül camları dikkat çekicidir. Kesme taş beden duvarlarına sahiptir. Diğer yapılarla bir külliye oluşturmasına rağmen, cami müştemilatıyla birlikte bir avlu duvarıyla ayrılmıştır. Minaresi caminin kuzey batı köşesindedir, mukabil köşede, minare kaidesinin mütenazırı olarak taş bir oda ihtiva eden bir çıkıntı yapılmıştır. Girişte çift revaklı bir son cemaat yeri ile karşılaşılmaktadır. Günümüzde cami ana mekân girişinin hemen sağında oldukça dar bir alandan kadınlar mahfiline giriş verilse de kullanışlı olmamasından dolayı fazla tercih edilmemektedir. Zaman içerisinde yapı bazı onarımlar görmüştür. İçindeki süslemeler ve nakışları kısmen onarım görmüştür. Minare külahı değiştirilmiştir. Yapının kuzeyindeki avlusunda 12 köşeli bir şadırvan bulunup çatısı ehram biçimindedir. Caminin camlarının alçı süslemesi ile, minber işçiliği döneminin en güzel örneklerindendir. 1719,1764,1858,1952,1961'de ve 1999 sonrasında onarımlar görmüştür (Galitekin,2010:17; Fıratlı, 1971:19-21; Öztüre,1969:213-214; Ulugün,2002:85; Ürkmez,2007:50-83; Yüce, 1998: 29).

Günümüzde hem yerel halk hemde ziyaretçiler tarafından sıkça tercih edilen bu cami, manevi bir durak olmasının yanı sıra, özellikle Ramazan aylarında düzenlenen programlarla etkinlik temelli inanç turizminin örneklerinden biri olarak değerlendirilebilir (Köse, 2018).

3.3.1.3. Çoban Mustafa Paşa Camii ve Külliyesi (Gebze)

Osmanlı döneminin klasik mimari anlayışını Anadolu taşrasında temsil eden nadide yapılardan biri olan Çoban Mustafa Paşa Camii ve Külliyesi, Kocaeli'nin Gebze ilçesinde yer almakta olup, 16. yüzyıl Osmanlı şehirleşme ve kamusal hizmet vizyonunun önemli bir tezahürüdür. Yapı, Kanuni Sultan Süleyman'ın damadı ve Yavuz Sultan Selim'in vezirlerinden olan Çoban Mustafa Paşa tarafından 1523 yılında inşa ettirilmiştir (Goodwin, 2003).

Resim 3'de Çoban Mustafa Paşa Külliyesi görseli verilmiştir.



Resim 3: Çoban Mustafa Paşa Külliyesi (www.kocaeli.bel.tr)

Çoban Mustafa Paşa Külliyesi, klasik Osmanlı külliye mimarisinin temel öğelerini içeren bütüncül bir yapı kompleksidir. Cami, medrese, dârülkurra, kervansaray, hamam, kütüphane ve türbeden oluşan bu külliye; sadece ibadethane değil, aynı zamanda eğitim, konaklama, temizlik ve sosyal dayanışma gibi işlevleri bünyesinde barındıran bir kamusal yaşam alanı sunmaktadır. Bu yönüyle külliye, Osmanlı şehir mimarisinde "çok işlevli merkezi mekân" olarak tanımlanan yapısal düzenin tipik bir örneğidir (Necipoğlu, 2005).

Caminin mimarî özellikleri, dönemin estetik anlayışını yansıtan sade ama etkileyici çizgilere sahiptir. Taş ve tuğla malzemenin birlikte kullanıldığı cephe yapısı, sivri kemerli revakları ve merkezi kubbe ile klasik dönem cami tipolojisinin Anadolu'daki güçlü bir yansımasını ortaya koymaktadır.

Külliyede yer alan medrese ve dârülkurra, Osmanlı'nın taşra bölgelerinde dini ve bilimsel eğitimin yaygınlaştırılması amacına hizmet eden yapılar arasındadır. Bu yapılar, yalnızca dini öğretimi değil, aynı zamanda arapça, fıkıh ve tefsir gibi ilimlerin aktarımına da imkân sağlamıştır. Kütüphane kısmı, dönemin ileri gelen müderrislerinin istifade ettiği nadir yazmaların barındırıldığı alanlardan biri olarak bilinmektedir (Uzunçarşılı, 1988).

Bu yönüyle külliye, bir "ilmî ve kültürel merkez" niteliği taşımakta, aynı zamanda Osmanlı'nın inançla bilimi, ibadetle toplumsal hizmeti birleştiren şehircilik anlayışının da bir simgesi hâline gelmektedir (İnalcık, 1997).

Bugün Çoban Mustafa Paşa Külliyesi, sadece mimari veya tarihsel bir miras alanı değil; aynı zamanda inanç temelli ziyaretlerin gerçekleştirildiği, halk arasında "manevî huzur yeri" olarak görülen bir mekândır. Özellikle cami ve türbe bölümü, hem yerel halk hem de dışarıdan gelen ziyaretçiler tarafından sıkça ziyaret edilmektedir.

UNESCO'nun somut olmayan kültürel miras tanımı çerçevesinde değerlendirildiğinde, bu külliye yaşayan miras niteliği taşımakta; çevresindeki sosyal hayatı şekillendirmeye devam etmektedir (UNESCO, 2012). Aynı zamanda, tarihî kent dokusu içerisinde korunmuş nadir külliye yapılarından biri olması, burayı inanç turizmi ve kültür turizminin kesiştiği bir odak noktası hâline getirmektedir.

3.3.1.4. Fevziye Camii (İzmit)

Kocaeli'nin merkez ilçesi İzmit'te konumlanan Fevziye Camii, hem tarihî geçmişi hem de kentsel bellekteki konumu açısından dikkat çeken önemli bir Osmanlı dönem yapısıdır (https://kocaeli.ktb.gov.tr). Resim 4'de Fevziye Camii görseli verilmiştir.



Resim 4: Fevizye Camii (www.turkiyenintarihieseerleri.com; https://kocaeli.ktb.gov.tr)

İlk olarak 16. yüzyılın sonlarında inşa edilen cami, zaman içerisinde çeşitli doğal afetler, yangınlar ve savaşlar nedeniyle yıkıma uğramış, ancak her defasında yeniden inşa edilerek mekânsal süreklilik ve manevî aidiyetin güçlü bir örneğini sunmuştur (https://kocaeli.ktb.gov.tr). İlk olarak 1579 yılında Sultan II. Selim döneminde yaptırıldığı tahmin edilen cami, 1766 yılında büyük İstanbul depreminde zarar görmüş, ardından 1849'da Sultan Abdülmecid döneminde aslına uygun olarak yeniden inşa edilmiştir. Ancak 1894 depremi ve 1920'li yıllarda yaşanan işgaller sırasında tekrar zarar görmüş, nihayetinde 1923 yılında, Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yıllarında yeniden inşa edilmiştir (Kocaeli Valiliği, 2025).

Bu yeniden yapım süreci, yalnızca bir fiziksel inşa hareketi değil; aynı zamanda, cumhuriyetin erken döneminde dinî mimarinin yeniden düzenlenmesi ve halkla yeniden bütünleştirilmesi çabasının simgesel bir karşılığıdır. Fevziye Camii bu yönüyle, Osmanlı'dan Cumhuriyet'e geçişin mimarî ve toplumsal sürekliliğini yansıtan nadir örneklerden biridir (Kırlı, 2020).

Neo-klasik Osmanlı üslubuyla inşa edilen bugünkü Fevziye Camii, merkezi planlı yapısı, tek kubbesi ve sade ama zarif cephe düzeniyle dikkat çeker. Cami, yalnızca dini bir yapı değil, aynı zamanda İzmit kent merkezinin kültürel odak noktalarından biri olarak konumlanmıştır. Kentin ana yaya aksı üzerinde yer alması, camiyi hem gündelik yaşamın hem de tarihî belleğin ayrılmaz bir parçası haline getirmiştir (Kocaeli Valiliği, 2025).

Dini mekânların kent hafızasındaki yeri üzerine çalışan Alio & Serrano (2025), bu tür yapıları "ritüelin mekâna kazınmış biçimi" olarak tanımlar. Bu bağlamda Fevziye Camii, İzmitliler için sadece bir ibadet yeri değil, aynı zamanda afet, işgal ve değişim süreçlerinde kolektif kimliğin yeniden kurulduğu sembolik bir alan niteliğindedir.

Fevziye Camii, özellikle kent merkezindeki konumu nedeniyle inanç temelli ziyaretlerin yanı sıra kültürel ve tarihî gezilerin de önemli bir durağıdır. Caminin mimari sadeliği ile tarihî katmanlarının iç içe geçmişliği, ziyaretçilere hem estetik hem de manevî bir deneyim sunmaktadır. Ayrıca, yakın çevresinde yer alan saat kulesi, çarşı ve meydan yapılarıyla birlikte bir kentsel bütünlük oluşturarak, Osmanlı-Türk şehircilik anlayışının modern döneme uzanan bir örneğini temsil etmektedir (Orbaşlı, 2007).

3.3.1.5. Baç Çınarlı Camii (İzmit)

Kocaeli'nin İzmit ilçesinde yer alan Baç Çınarlı Camii, hem sahip olduğu tarihî nitelikler hemde yer aldığı semtin kimliğine kattığı manevî anlam bakımından dikkat çeken önemli ibadet mekânlarından biridir. Kurucusu adına izafeten "Urgancı Ahmet Çelebi Camii" adı ile anılmaktadır. Camii, geleneksel mahalle kültürünün hâlen izlerini taşıdığı Baç semtinin merkezî bir noktasında konumlanmakta olup, yalnızca bir ibadet yeri değil, aynı zamanda sosyal etkileşimin ve dinî aidiyetin sürdüğü bir mekân olarak değerlendirilmektedir.

Baç Çınarlı Camii, adını çevresindeki anıtsal çınar ağaçlarından almakta olup, bu yönüyle de doğal çevre ile kurduğu ilişki üzerinden güçlü bir yerel sembolizmi yansıtmaktadır. Caminin inşa edildiği çevre, mahalle sakinlerinin dinî ritüellerinin yanı sıra gündelik yaşam pratiklerinin de şekillendiği bir sosyal merkez işlevi görmektedir. Bu bağlamda camii, Cami-Mahalle ilişkisinin klasik Osmanlı şehir modelindeki örneklerinden biri olarak değerlendirilebilir (www.kulturportali.gov.tr). Resim 5'de Baç Çınarlı Camii görseli verilmiştir.



Resim 5: Baç Çınarlı Camii (www.kocaeli.gov.tr)

Mimari olarak sade fakat işlevsel bir tasarıma sahip olan yapı, geleneksel Türk cami mimarisinin temel unsurlarını taşımakta; özellikle iç mekânda kullanılan ahşap detaylar ve mihrap-tezyinat ilişkisi camiye estetik bir derinlik kazandırmaktadır. Caminin gerek cuma ve bayram namazlarında gerekse Ramazan aylarında artan cemaati, onun toplumsal işlevselliğini ve dinî hayat içindeki aktif rolünü ortaya koymaktadır. Söz konusu camii, aynı zamanda inanç temelli yerel turizm açısından da değerlendirilebilecek potansiyele sahiptir. Özellikle Kocaeli'nin manevî mekânlarının haritalandırılmasında ve kent içi inanç rotalarının oluşturulmasında Baç Çınarlı Camii gibi mahalle camilerinin göz ardı edilmemesi gerektiği vurgulanmaktadır (Erkal, 2015). Bu yapılar, büyük dinî yapılar kadar görünür olmasalar da, yerel dindarlık biçimlerinin sürekliliğinde ve kültürel aidiyetin korunmasında önemli rol oynamaktadır.

3.3.1.6. Hikmetiye Camii (Kartepe)

Derbent'te yer alan cami, Osmanlı Padişahı II. Abdülhamit döneminde, Hicri 1317 (Miladi 1899) yılında inşa edilmiştir. Yapının inşa süreci, saray görevlilerinden Habibe Hanım'ın vefatı sonrasında şekillenmiştir. Habibe Hanım, Japonya'da meydana gelen ve Ertuğrul Firkateyni'nin kayalıklara çarparak batmasıyla sonuçlanan faciada mürettebat arasında bulunan oğlunun şehit olması üzerine, caminin inşa edilmesi amacıyla söz konusu alanı — yolun alt kısmında yer alan su deposu ve park alanı dâhil olmak üzere yaklaşık 7.000 m²'lik bölümü — hibe etmiştir. Habibe Hanım ayrıca Hikmetiye Köyü'nün kurucusu Süleyman Bey'in sarayda yaşayan kız kardeşidir.

Habibe Hanım'ın Hicri 1316 yılındaki vefatının ardından, padişah fermanıyla saray hazinesinden 22.564 kuruş nakdi kaynak tahsis edilmiş ve bir Ermeni usta görevlendirilerek caminin inşasına başlanmıştır. Yapı, Hicri 1317 yılında tamamlanmıştır. Caminin toplam maliyeti 29.564 kuruş olup, bunun 22.564 kuruşu saray tarafından nakdi olarak karşılanmış, 7.000 kuruşluk malzeme desteği ise Hikmetiye Köyü sakinlerince sağlanmıştır (www.kartepe.gov.tr). Resim 6'da Hikmetiye Camii görseli verilmiştir.



Resim 6: Hikmetiye Camii (www.kartepe.gov.tr)

Hikmetiye Camii, inşa edildiği tarihten itibaren kesintisiz olarak ibadete açık kalmıştır (www.kartepe.gov.tr). 1967 Adapazarı depreminde zarar görmüş, 1999 Marmara depreminde ise minaresi yıkılmıştır. Buna karşın, yapıldığı tarihten itibaren kesintisiz biçimde ibadete açık tutulmuştur.

3.3.1.7. Kara Bâli Bey Camii (Karamürsel)

Camii, Osmanlı Devleti'nin kuruluş sürecinin manevi mimarı olarak kabul edilen Şeyh Edebâli'nin soyundan gelen Kara Balibey bin Ahmet tarafından Hicri 938 (Miladi 1531) yılında inşa ettirilen külliyenin ana unsurlarından birini oluşturmaktadır. Külliye; cami ile birlikte kervansaray, hamam, mektep ve çeşmeden meydana gelmekte olup, vakfiye kayıtlarından ve tarihsel verilerden hareketle, inşa edildiği dönemde kasabanın sosyal, ekonomik ve eğitsel yaşamında merkezi bir rol üstlendiği anlaşılmaktadır. Bu bağlamda cami, yalnızca ibadet mekânı olarak değil, aynı zamanda çok işlevli bir kamusal yapı topluluğunun çekirdeği olarak değerlendirilmelidir (Seçkin ve Bozdağ, 2016). Resim 7'de Karamürsel Kara Bali Bey Camii görseline yer verilmiştir.



Resim 7: Karamürsel Kara Bali Bey Camii (Seçkin ve Bozdağ, 2016)

Yapının banisi olarak anılan Malkoçoğlu Bali Bey (Koca Bali Paşa), Osmanlı'nın erken dönemlerinden itibaren devlet hizmetinde bulunan Malkoçoğulları ailesine mensup bir akıncı beyidir. 14.–16. yüzyıllar arasında özellikle Rumeli seferleriyle temayüz eden bu aile, Fatih Sultan Mehmet ve II. Bayezid dönemlerinde askeri başarılarıyla öne çıkmıştır. Malkoçoğlu Yahya Paşa'nın oğlu olan Bali Bey, 1495 yılında doğmuş ve Kanuni Sultan Süleyman ile çağdaş bir devlet adamı olarak çeşitli idari ve askeri görevlerde bulunmuştur. Semendire Sancakbeyliği, Belgrad'ın fethi (1521), Mohaç Meydan Muharebesi (1526), Belgrad Sancakbeyliği ve Bosna Beylerbeyliği görevleri ile Budin (Budapeşte) Beylerbeyliği bunlar arasındadır. Daha sonra vezirlik makamına yükselmiş, 1548 yılında vefat etmiştir (Seçkin ve Bozdağ, 2016).

Bu tarihsel ve siyasal arka plan, caminin yalnızca mimari bir yapı değil, aynı zamanda dönemin askeri-siyasal elitleri tarafından desteklenen ve Osmanlı'nın Rumeli coğrafyasındaki kurumsallaşma sürecini yansıtan bir vakıf eseri olarak değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

3.3.1.8. Orhan Camii (Kandıra)

Orhan Gazi dönemine tarihlenen cami, geçirdiği onarım ve yenileme süreçleri sonucunda özgün mimari özelliklerinin bir bölümünü kaybetmiş olmakla birlikte, tarihsel karakterini korumayı sürdürmektedir. Kare plan şemasına sahip olan yapı, dıştan kırma çatıyla örtülmüş, iç mekânda ise asma kubbe uygulamasıyla biçimlendirilmiştir. Caminin minaresinde yer alan ve alışılmış formlardan farklılık gösteren kukuleta tasarımı, yapının dikkat çeken mimari unsurları arasında öne çıkmaktadır (www.kocaeli.bel.tr). Resim 8'de Kandıra Orhan Camii görseli verilmiştir.



Resim 8: Kandıra Orhan Camii (www.kocaeli.bel.tr).

3.3.2. Şehitlik ve Şehit Kabirleri

İslam düşüncesinde şehitlik, din, vatan ve kutsal değerler uğruna canını feda eden bireyin ulaştığı yüce mertebeyi ifade etmekte olup hem teolojik hem de toplumsal açıdan güçlü bir anlam dünyasına sahiptir (Ocak, 1996). Kur'ân-ı Kerîm'de Allah yolunda hayatını kaybedenlerin "ölü" olarak nitelendirilemeyeceği, bilakis diri oldukları vurgulanarak şehitlik makamının metafizik boyutu ortaya konulmaktadır (Âl-i İmrân 3:169). Bu anlayış, İslam toplumlarında şehitlerin hatırasının yaşatılmasını ve kabirlerinin saygı gören mekânlar hâline gelmesini teşvik

etmiştir (Kara, 2012).

Şehitlikler ve şehit kabirleri, yalnızca defin alanları olmayıp kolektif hafızanın, toplumsal kimliğin ve millî bilincin inşa edildiği sembolik mekânlar olarak değerlendirilmektedir (Assmann, 2011). Bu mekânlar, geçmişte yaşanan fedakârlıkların hatırlanmasını sağlayarak toplumsal dayanışmayı güçlendiren birer "hafıza mekânı" işlevi görmektedir (Nora, 1989). Özellikle Osmanlı'dan Cumhuriyet'e uzanan süreçte şehitliklerin düzenlenmesi ve korunması, devletin resmî tarih anlatısı ve millî kimlik inşasıyla yakından ilişkili olmuştur (Zürcher, 2004).

Türk-İslam geleneğinde şehit kabirlerinin ziyaret edilmesi, dua edilmesi ve bakımının yapılması yaygın bir uygulama olup bu pratikler, hem dinî sorumluluk hem de toplumsal vefa bilincinin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda şehitlikler, dinî turizm ve inanç turizmi açısından da önemli çekim merkezleri arasında yer almakta; ziyaretçiler için manevî tecrübe, tarih bilinci ve aidiyet duygusu üretmektedir (Timothy & Olsen, 2006).

Günümüzde yerel ölçekte bulunan ve resmî tescil süreci tamamlanmamış şehitlik ve şehit kabirleri, kültürel mirasın korunması bağlamında önemli bir araştırma alanı oluşturmaktadır. Bu alanların belgelenmesi, korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması; hem kültürel sürekliliğin sağlanması hem de toplumsal hafızanın canlı tutulması açısından büyük önem taşımaktadır (Smith, 2006).

Kocaeli genelinde şehitlik ve şehit kabri gibi dinî yapılar bakımından zengin bir miras söz konusu olmakla birlikte, bu yapıların önemli bir kısmının resmî koruma statüsüne kavuşturulmadığı görülmektedir. Tarihî, kültürel ve toplumsal hafıza açısından önemli işlevler üstlenmelerine rağmen söz konusu yapıların tescil edilmemiş olması, korunmaları ve gelecek kuşaklara aktarılmaları bakımından dikkat çekici bir boşluğa işaret etmektedir. Bu durum, yerel kültürel mirasın belgelenmesi, değerlendirilmesi ve koruma politikalarına dâhil edilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır.

1-Kocaeli Kültür Varlıklarını Koruma İl Müdürlüğünden 12 Mart 2025 tarihinde edinilen tescilli şehitlik-şehit kabri envanter bilgisine Ek 7, Tablo 13'te yer verilmiştir.

2-Kocaeli ilinde bulunan tescilsiz şehitlik-şehit kabri bilgisine Ek 8, Tablo 14'te verilmiştir.

Kocaeli ilindeki örneklerden bazıları burada paylaşılmıştır.

3.3.2.1. İzmit Şehitliği

İzmit Şehitliği, Türkiye'nin millî hafızasında derin izler bırakan ve yerel tarih açısından sembolik bir anlam taşıyan kutsal mekânlardan biridir. Bu şehitlik, özellikle Millî Mücadele döneminde ve sonrasında vatanı uğruna can veren asker ve sivil kahramanların aziz hatıralarını yaşatmaktadır. İzmit'in farklı noktalarında yer alan şehitlikler arasında merkezi konumda bulunan İzmit Şehitliği, hem tarihî hem de manevi boyutuyla dikkat çekmektedir. Resim 9'da İzmit Şehitliği görseli verilmiştir.



Resim 9: İzmit Şehitliği (https://gezgorkocaeli.com)

Şehitlik, sadece bir defin alanı olmanın ötesinde, toplumsal belleğin canlı tutulduğu, ulusal kimliğin yeniden üretildiği ve genç kuşaklara vatan sevgisinin aktarıldığı bir mekân işlevi görmektedir (Çaycı, 2006; Erken, 2015). Bu bağlamda, İzmit Şehitliği'nin fiziksel varlığı kadar, bu alanda gerçekleştirilen anma törenleri, millî bayram kutlamaları ve ziyaretçi etkileşimleri de önem arz etmektedir. Özellikle 18 Mart Şehitleri Anma Günü ve benzeri resmî etkinliklerde şehitliğin bir eğitim ve bilinçlendirme sahasına dönüştüğü görülmektedir.

Yerel halk açısından bakıldığında ise İzmit Şehitliği, kent kimliğinin bir parçası olarak algılanmakta ve kuşaktan kuşağa aktarılan bir hürmetin mekânsal

karşılığı olmaktadır. Bu yönüyle şehitlik, yalnızca geçmişe ait bir anı değil, aynı zamanda güncel bir değer taşıyan manevi bir merkez konumundadır (Kırlı,2020). Ayrıca, inanç turizmi ve değer temelli kültürel turizm bağlamında da ziyaret edilen bu alan, kentteki dinî ve millî duyarlılıkların kesişim noktasında yer almaktadır.

İzmit Şehitliği, hem tarihsel belleğin mekânsal temsili hem de manevî mirasın korunması açısından anlamlı bir varlık sunmaktadır. Bu tür kutsal mekânların sürdürülebilir şekilde korunması ve genç kuşaklara tanıtılması, hem tarih bilincinin hem de ulusal aidiyetin güçlenmesine katkı sağlayacaktır.

Kocaeli'de yer alan bu İslami inanç merkezleri, kent kimliğini oluşturan dini, kültürel ve tarihsel katmanların somut yansımalarıdır. Bu yapıların her biri, inanç temelli seyahatin sadece bireysel bir ibadet pratiği değil, aynı zamanda toplumsal hafızayı besleyen**,** mekânla duygusal bağ kurmayı mümkün kılan**,** çok boyutlu bir deneyim alanı sunduğunu ortaya koymaktadır (McKercher & Du Cros, 2002). Bu açıdan bakıldığında, Kocaeli'nin inanç turizmi potansiyeli, yalnızca fiziksel yapılar üzerinden değil, bu yapıların çevresindeki sosyal, kültürel ve tarihi etkileşimlerle birlikte değerlendirilmelidir.

Kocaeli il sınırları içerisinde bulunan; tarihi, manevi yada kültürel kimlik kazanmış bölgede gerçekleştirilecek inanç turizmi faaliyetlerine katkı sağlayabilecek değerlerimiz, tescilli ve tescilsiz olmak üzere iki başlık altında incelenmiştir.

3.3.2.2. Servetiye Karşı Köyü Taş Camii ve Şehitliği (Başiskele)

Kocaeli'nin Başiskele ilçesinde yer alan Servetiye Karşı Köyü Taş Camii, yalnızca dini değil, aynı zamanda millî hafızaya da hitap eden bir inanç merkezidir. Özellikle Kurtuluş Savaşı döneminde önemli bir savunma hattı üzerinde yer alan bu cami, çevresindeki şehitlik ile birlikte dini ve tarihsel değerlerin iç içe geçtiği sembolik bir mekân halini almıştır. Caminin etrafındaki doğal çevre ile kurduğu güçlü bağ, burayı doğa temelli inanç turizmi açısından da özgün kılmaktadır. Doğa, tarih ve maneviyatın kesişim noktasında bulunan bu mekân, ziyaretçilere ruhsal bir derinlik sunmaktadır (https://basiskelegezi.com/).Resim 10'da Servetiye Taş Camii ve Resim 11'de Servetiye Şehitliği görselleri verilmiştir.



Resim 10: Servetiye Karşı Köyü Taş Camii (https://basiskelegezi.com/)



Resim 11: Servetiye Şehitliği (http://kocaelitarihi.com)

3.3.3. Türbeler ve Yatırlar

Türbe, İslam kültüründe genellikle dinî, tarihî veya toplumsal bakımdan önemli kişiler için inşa edilen, anıtsal nitelik taşıyan mezar yapılarıdır. Arapça kökenli "türbe" kelimesi, "gömülen yer" anlamına gelen turb kökünden türemiştir. Türbeler, halk arasında genellikle peygamber, evliya, şeyh, alim, devlet adamı veya kahramanlık göstermiş şahsiyetlerin kabirlerinin bulunduğu ve saygı gösterilen

mekânlar olarak kabul edilir (TDV İslam Ansiklopedisi, 1993; Kuban, 2007).

Türbeler, İslam toplumlarında sadece bireysel hatıranın korunmasını değil, aynı zamanda toplumsal belleğin ve inanç pratiklerinin mekânda somutlaşmasını sağlayan yapılardır (Yavuz, 1993). Bu yönüyle türbeler, halkın dini duyarlılığını besleyen ve yerel kimliğin oluşumuna katkı sunan manevî merkezler olarak işlev görmektedir. Ziyaret, dua, adak ve şifa arayışı gibi ritüellerle çevresinde sosyal bir etkileşim alanı oluşturan bu yapılar, bireylerin toplumsal aidiyetlerini de güçlendirmektedir (Duran, 2005).

Loy'a (2000) göre türbeler, yalnızca dinsel nesneler değil, aynı zamanda toplumların geçmişle kurdukları bağın mekânsal ifadesi olarak değerlendirilmelidir. Bu bağlamda türbeler, hem kutsallık yüklenen anıtlar hem de kolektif kimliğin sembolik taşıyıcılarıdır. Aynı zamanda tarihî şahsiyetlerin hatıralarını yaşatmaları, dönemin mimari özelliklerini yansıtmaları ve halkla din arasındaki bağı diri tutmaları bakımından da türbeler, İslam kültüründe çok yönlü ve derin anlamlar taşımaktadır (Kuban, 2007).

Türbeler, özellikle Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde gelişmiş bir mimari geleneğin parçası olmuş; kubbeli, sandukalı ve kitabeli yapılar olarak İslam mimarisinde önemli bir yer edinmiştir (Goodwin, 2003). Bu yapılar, toplumun tarihî hafızasını ve dinî bağlılığını yansıtan mekânsal göstergeler olarak değerlendirilmektedir (Necipoğlu, 2005).

Yatır kavramı, halk inançları bağlamında evliya, veli veya dinî açıdan saygın kabul edilen kişilere ait olduğuna inanılan mezar veya makamları ifade eder. Yatırlar çoğu zaman anıtsal bir yapı özelliği taşımamakta; basit mezar formunda veya sembolik bir makam şeklinde bulunabilmektedir (Ocak, 2000). Bu mekânlar, halk dindarlığının ve yerel inanç pratiklerinin somutlaştığı ziyaret yerleri olarak önem taşımaktadır (Yel, 2015).

Yatır ziyaretleri, adak adama, dua etme ve şifa arama gibi pratiklerle ilişkilendirilmekte olup bu uygulamalar, İslam'ın resmî öğretisinden ziyade halk inançları ve tasavvufî geleneklerle bağlantılı olarak şekillenmiştir (Barkan, 1942). Bu yönüyle yatırlar, yerel kültürel kimliğin ve kolektif inanç sistemlerinin anlaşılmasında önemli bir araştırma alanı sunmaktadır (Ocak, 2000).

Türbe ve yatırlar, toplumsal hafızanın mekânsal taşıyıcıları olarak geçmiş ile bugün arasında bağ kuran kültürel unsurlar arasında yer almaktadır.

Bu mekânlar, dinî ziyaret pratikleri, inanç turizmi ve yerel kimlik oluşumu açısından önemli işlevler üstlenmektedir (Timothy & Olsen, 2006). Özellikle Anadolu coğrafyasında türbe ve yatır kültürü, İslam'ın yerel yorumları ile tarihî sürekliliğin kesişim noktasını temsil etmektedir (Kuban, 2007).

Kocaeli Kültür Varlıklarını Koruma İl Müdürlüğünden 12 Mart 2025 'te dinilen tescilli türbe - yatır envanter bilgisine Ek 5, Tablo 11'de yer verilmiştir.

Kocaeli genelinde, tarihî ve kültürel açıdan stratejik öneme sahip pek çok türbe ve yatır, günümüzde hâlen resmî koruma statüsünden (tescil) mahrum bir şekilde varlığını sürdürmektedir. Bu yapılar, bölgenin tarihî kimliğini yansıtan temel taşlar olmalarına rağmen resmî olarak koruma altına alınmamış olmaları sebebiyle fiziksel ve kültürel bir risk altındadır. Çalışma, bu yapıların tespiti ve kayıt altına alınması suretiyle, yerel mirasın korunmasına yönelik bir farkındalık oluşturmayı hedeflemektedir. Kocaeli ilinde bulunan tescilsiz türbe ve yatırların listesi Ek 6, Tablo 12'de verilmiştir.

Aşağıda il genelinden bazı türbelere yer verilmektedir.

3.3.3.1. Sultan Baba Türbesi (Gölcük)

Kocaeli'nin Gölcük ilçesi sınırlarında yer alan Sultan Baba Türbesi, bölgesel inanç pratikleri, halk İslam'ı ve yerel kutsal mekân anlayışının kesişiminde yer alan önemli bir ziyaret noktasıdır. Türbe, yerel halk arasında "velikişi", "evliya" yada "ermiş zat" olarak kabul edilen Sultan Baba isimli şahsiyete atfedilmekte olup, hem manevî aidiyetin hem de geleneksel halk inançlarının taşradaki mekânsal karşılığı olarak değerlendirilmektedir (Ocak, 2013). Resim 12'de Sultan Baba Türbesi verilmiştir.



Resim 12: Sultan Baba Türbesi **(**www.kocaeli.bel.tr)

Sultan Baba'nın yaşamına dair tarihsel veriler sınırlı olmakla birlikte, türbenin sözlü kültürde ve yerel halk anlatılarında tasavvufî gelenekle ilişkilendirilen bir aziz mekânı olarak öne çıktığı görülmektedir. Bu tür yapılar, Anadolu'daki "halk velîliği" kültürünün ürünü olup, özellikle modernleşme sürecinde dönüşen dindarlık biçimleri karşısında dirençli, geleneksel dindarlık pratiklerinin taşıyıcısı hâline gelmiştir (Birge, 1994; Yıldırım, 2010).

Sultan Baba Türbesi de bu bağlamda, Kartepe çevresinde yaşayan insanlar için hem bireysel manevî sığınak hem de kolektif dua, adak ve niyaz pratiklerinin gerçekleştirildiği sosyal-mistik bir odak noktası niteliğindedir.

Türbe, özellikle kandil geceleri, bayramlar, cuma günleri ve kişisel dönüm noktalarında (hastalık, sınav, evlilik vb.) yoğun ziyaretçi akınına uğramaktadır. Ziyaretçiler türbe çevresinde dua etmekte, adak adamakta ve bazı yerel ritüelleri (örneğin taş bağlama, çaput asma) icra etmektedir. Bu durum, UNESCO tarafından tanımlanan "yaşayan somut olmayan kültürel miras" anlayışı içinde değerlendirilebilecek nitelikte bir inanç pratiğini göstermektedir (UNESCO, 2003).

Bu tür yerler, yalnızca manevî bir deneyim alanı sunmakla kalmaz; aynı zamanda inanç temelli turizmin yerel versiyonlarını da şekillendirir. Timothy ve Olsen (2006), bu tarz türbe ziyaretlerinin, geleneksel hac yolculuklarının küçük

ölçekli, yerel ve bireyselleşmiş türleri olarak da ele alınabileceğini vurgulamaktadır.

Sultan Baba Türbesi'nin Kartepe'nin ormanlık dokusuyla çevrili bir alanda konumlanması, mekânın "doğa içinde kutsallık" duygusunu beslemesine imkân tanımaktadır. Eliade'nin (1959) *"hierophany"* kavramı bağlamında değerlendirildiğinde, bu tür mekânlar doğayla kutsallığın birleştiği, profan-dünyevî alanlardan ayrışan kutsal bir odak mekân niteliğindedir. Ziyaretçiler için mekânın manevî atmosferi, yalnızca inançsal değil, aynı zamanda psikolojik bir rahatlama ve sembolik arınma işlevi de görmektedir. Bu bağlamda türbe, inanç ile çevresel estetik arasında kurulan duygusal bağın önemli bir aracı hâline gelmiştir (Morinis, 1992).

3.3.3.2. Akçakoca Bey Türbesi (Kandıra)

Osmanlı Devleti'nin kuruluş döneminde Batı Karadeniz havzası ve İzmit çevresinin fetih sürecinde önemli rol oynayan uç beylerinden biridir (İnalcık, 2009). Özellikle günümüz Kocaeli ili sınırları içerisinde yer alan Kandıra ve çevresinin Osmanlı hâkimiyetine girmesinde yürüttüğü askerî faaliyetler, bölgenin tarihsel gelişiminde belirleyici bir dönüm noktası olarak değerlendirilmektedir (Uzunçarşılı, 1988). Resim 13'de Akçakoca Bey Türbesi görseli verilmiştir.



Resim 13: Akçakoca Bey Türbesi(www.kandira.bel.tr)

Akçakoca Bey, Orhan Gazi döneminde İzmit havzasının fethedilmesi amacıyla görevlendirilmiş ve 14. yüzyılın ilk yarısında Sapanca çevresi, Kandıra ve Karadeniz kıyı hattındaki yerleşimlere yönelik akınlar düzenlemiştir. Bu askerî faaliyetler, Bizans sınır savunma hattının zayıflatılması ve Osmanlıların Karadeniz'e açılma stratejisinin bir parçası olarak değerlendirilmektedir (www.kandira.gov.tr).

Akçakoca Bey'in Konur Alp ile birlikte Aydos ve Samandıra kalelerinin fethine katıldığı, böylece İzmit ve çevresinin büyük ölçüde Osmanlı kontrolüne geçtiği belirtilmektedir (Uzunçarşılı, 1988). Bu fetihler, bölgenin idarî bakımdan Osmanlı sistemine entegrasyonunu hızlandırmış ve Türk-İslam yerleşim modelinin bölgede yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır (İnalcık, 2009).

Kandıra, coğrafi konumu itibarıyla İstanbul, İzmit ve Karadeniz arasında bir geçiş sahası oluşturması nedeniyle Osmanlı döneminde stratejik önem taşımıştır (Ortaylı, 2011). Bölgenin zengin orman varlığı, özellikle tersane faaliyetleri için gerekli kereste temininde önemli bir kaynak oluşturmuş; Karadeniz kıyısındaki limanlar aracılığıyla sevkiyat yapılmıştır (Uzunçarşılı, 1988). Bu durum, Kandıra'nın yalnızca askerî değil aynı zamanda ekonomik ve lojistik açıdan da önemli bir merkez olduğunu göstermektedir.

Akçakoca Bey'in bölgedeki fetihleri ve nüfuzu, İzmit sancağına onun adına atfen "Koca-ili" denilmesine zemin hazırlamış; bu ad zamanla "Kocaeli" şeklini almıştır (İnalcık, 2009). Bu isimlendirme, bölgesel hafızada Akçakoca Bey'in kurucu bir figür olarak algılandığını ve yerel kimliğin oluşumunda tarihî şahsiyetlerin etkisini göstermektedir (Ortaylı, 2011).

Sonuç olarak; Akçakoca Bey'in Kandıra ve çevresindeki fetih faaliyetleri, bölgenin Osmanlı egemenliğine katılmasını sağlayarak idarî yapılanma, iskân politikaları ve ekonomik kullanım biçimlerini şekillendirmiştir (İnalcık, 2009). Kandıra'nın stratejik konumu, Osmanlı'nın Karadeniz politikası ve İstanbul'un lojistik ihtiyaçları açısından önem kazanmış; bu süreç, bölgenin tarihî ve kültürel kimliğinin oluşumunda belirleyici olmuştur (Uzunçarşılı, 1988; Ortaylı, 2011).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Çalışmanın araştırma yöntemi bölümünde öncelikle araştırma problemi tanımlanmış; ardından araştırmanın amacı ve kapsamı, yöntemi, çalışma evreni ve örneklemi, veri toplama süreci ve veri toplama araçları ayrıntılı biçimde açıklanmıştır. Ayrıca veri analizine ilişkin süreç ile araştırmanın geçerlik ve güvenirliğine yönelik uygulamalar ele alınmış, çalışmanın varsayım ve sınırlılıkları ortaya konulmuştur. Bu bölümün sonunda ise araştırma bulguları ve analiz sonuçları sunularak literatür çerçevesinde tartışılmıştır.

4.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Turizm, yalnızca ekonomik bir faaliyet olmanın ötesinde, kültürel, sosyal ve dini etkileşimleri kapsayan çok boyutlu, dinamik bir olgudur. Sahip olduğu köklü tarihsel miras ve inanç çeşitliliğiyle Türkiye, bu alanda küresel ölçekte rekabetçi bir potansiyel barındırmaktadır. Özellikle İslami inanç merkezlerinin yoğunluğu, bu kaynakların stratejik bir destinasyon yönetimi anlayışıyla değerlendirilmesini zorunlu kılmaktadır.

Makro ölçekteki bu potansiyelin yerel bağlama (Kocaeli) indirgendiğinde; Osmanlı döneminden kalma camiler, türbeler ve tekkeler gibi zengin İslami yapılara ev sahipliği yapan Kocaeli, tarihi ticaret yolları üzerindeki konumu ve mega kent İstanbul'a yakınlığı ile benzersiz bir avantaj sunmaktadır. Ancak mevcut literatür ve saha gözlemleri, bu stratejik potansiyelin büyük ölçüde atıl kaldığını; destinasyon yönetimi, altyapı ve bütüncül ziyaretçi deneyimi açılarından yetersizlikler barındırdığını göstermektedir (Doğanay & Zaman, 2020; Ertaş & Cengiz, 2021).

Turizm destinasyonlarının başarısında, sürecin yalnızca mekânsal düzenlemelerle değil, yerel paydaşların (yerel halk, kamu kurumları, dini otoriteler ve turizm profesyonelleri) karar alma mekanizmalarına entegrasyonuyla sağlandığı bilinmektedir (Aref, 2011; Tosun, 2006).

Ancak literatürde, Kocaeli özelinde bu çok paydaşlı yapıyı merkeze alan ve İslami açıdan inanç turizmi dinamiklerini derinlemesine inceleyen nitel araştırmaların eksikliği önemli bir boşluk oluşturmaktadır.

Bu teorik ve pratik eksiklikten hareketle çalışmanın temel araştırma problemi şu şekilde şekillenmektedir: "Kocaeli ilinde yer alan İslami inanç merkezlerinin turizm potansiyeli, yerel paydaşların algı, beklenti ve önerileri ekseninde sürdürülebilir bir destinasyon kimliğine nasıl dönüştürülebilir?"

4.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu araştırmanın temel amacı, Kocaeli ilinde yer alan İslami inanç merkezlerinin mevcut turizm potansiyelini, destinasyon paydaşlarının perspektifinden kapsamlı bir biçimde değerlendirmektir. Bu doğrultuda, kentin İslami inanç turizmi varlıklarının görünürlüğünü artırmak ve sürdürülebilir bir turizm arzı oluşturmak için gerekli stratejik adımları belirlemek hedeflenmektedir.

Çalışmanın önemi, literatürdeki mevcut boşluğu doldurarak hem kuramsal hem de pratik düzeyde üç temel katkı sunmasından ileri gelmektedir:

Birincisi, yerel paydaşlar arası entegrasyonun sağlanmasıdır. Farklı aktörlerin (dini otoriteler, yerel yönetimler, turizmciler) görüş ayrılıklarının ve ortak beklentilerinin görünür kılınması, bölgede katılımcı bir iş birliği kültürünün inşasına zemin hazırlayacaktır.

İkincisi, destinasyon imajının çeşitlendirilmesi ve kırsal kalkınmanın desteklenmesidir. Kocaeli'deki mevcut sanayi ve sınırlı doğa turizmi algısının, inanç turizmi gibi yüksek manevi ve kültürel değere sahip alternatiflerle genişletilmesi amaçlanmaktadır. Kırsaldan kente göçün yoğun yaşandığı bölgelerde İslami inanç merkezleri etrafında şekillenecek yeni turizm hareketliliği, yerel ekonomiyi canlandırarak sürdürülebilir bir kırsal kalkınma modeli sunma potansiyeline sahiptir (Üzümcü vd., 2019; Çetin vd., 2017).

Üçüncüsü ise; akademik literatüre sunulan özgün metodolojik ve bağlamsal katkıdır. Kocaeli'nin İslami inanç turizmi potansiyelinin kendi özgün tarihsel kimliği üzerinden ilk kez bu denli sistematik ve çok paydaşlı bir nitel tasarımla ele alınması, bölgesel inanç turizmi araştırmalarına yeni bir referans noktası oluşturacaktır.

4.3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu araştırmanın felsefi temelini, toplumsal gerçekliğin nesnel ve tekil bir yapıdan ziyade bireylerin deneyimleri, anlamlandırma süreçleri ve sosyal etkileşimleri aracılığıyla inşa edildiğini savunan yorumlayıcı paradigma oluşturmaktadır. Pozitivist yaklaşımın katı nedensellik ve genelleme arayışına karşılık yorumlayıcı paradigma, gerçekliğin sosyal olarak inşa edildiği varsayımına dayanarak bağlamsal anlamayı ve öznel deneyimlerin derinlemesine incelenmesini merkeze almaktadır (Crotty, 1998; Schwandt, 2014). Bu yaklaşıma göre bireyler, içinde bulundukları kültürel, tarihsel ve toplumsal bağlamlar doğrultusunda olayları farklı şekillerde yorumlarlar; dolayısıyla tek bir "doğru gerçeklik" yerine çoklu gerçekliklerden söz etmek mümkündür (Denzin & Lincoln, 2018). Araştırmadaki temel maksadımız, tamamen nesnel bir gözlemci olmanın ötesine geçerek bu çoklu gerçeklikleri ortaya çıkarmak ve katılımcıların bakış açılarını kendi bağlamları içinde anlamlandırmaktır. Yorumlayıcı paradigma, özellikle kültür, din, kimlik ve turizm gibi anlam üretiminin merkezi olduğu alanlarda, sosyal olguların çok katmanlı yapısını çözümlemede etkili bir çerçeve sunmaktadır (Creswell & Poth, 2018). Bu epistemolojik tercih doğrultusunda, Kocaeli'deki dinî liderler, kamu yöneticileri, sivil toplum temsilcileri, turizm sektörü aktörleri ve yerel halkın inanç turizmine yükledikleri anlamların, sahip oldukları toplumsal konum ve kurumsal roller çerçevesinde nasıl yapılandırıldığı ve farklılaştığı derinlemesine incelenmiştir.

Yorumlayıcı paradigmanın doğasıyla epistemolojik bir uyum içinde olan ve olguların sayısal karşılıklarından ziyade bireylerin anlam dünyalarını ortaya koymayı amaçlayan nitel araştırma yöntemi, bu çalışmanın genel araştırma yaklaşımı olarak benimsenmiştir. Nitel araştırmalar; bireylerin, grupların veya toplumsal yapıların belirli bir bağlamda anlam dünyalarını, döküman analizi, görüşme ve gözlem gibi veri toplama teknikleriyle bütüncül biçimde ve doğal mekânlarında inceleyen bir araştırma sürecidir (Baltacı, 2018:233; Yıldırım ve Şimşek, 2016:41). Nitel araştırma, bir olgunun farklı tezahürlerini ve çoklu bakış açılarını ortaya koymayı amaçlayan, verileri betimleyici biçimlerde ele alarak

olayların ardında yatan dinamikleri çözümlemeye odaklanan bir yaklaşımdır (Barker & Pistrang, 2005; Bryman vd., 2008). Sınırlı sayıda katılımcı ile çalışılmasına rağmen, bireylerin sosyal çevreleriyle kurduğu ilişkileri, yaşam deneyimlerini ve bu deneyimlere yükledikleri anlamları kapsamlı biçimde anlama olanağı sunmaktadır (Creswell, 2017: 5–17; Given, 2021). Bireylerin fikirlerini, deneyimlerini ve algılarını daha iyi anlamaya imkân tanıyan bu süreç, metin, görsel materyaller ve ses kayıtları gibi sayısal olmayan veri türlerinin toplanması ve analiz edilmesini kapsamaktadır (Kitchin, 2014: 5). Başta beşerî ve sosyal bilimler olmak üzere birçok disiplinde yaygın olarak kullanılan bu yaklaşım (Hennink vd., 2020), toplumsal gerçekliğin derinlemesine anlaşılmasına katkı sağlamakta ve verilerin yorumlanması sürecinde anlam zenginliğinin korunmasına özel bir önem atfetmektedir (Denzin & Lincoln, 2011; Merriam, 2018). Merriam'a göre de nitel araştırmaların temel amacı, bireyin dünyayı nasıl yapılandırdığını anlamaktır. Bu bağlamda çalışmada nitel yöntem; Kocaeli ilindeki İslami inanç merkezlerinin turizm potansiyelini yalnızca dışsal faktörlerle betimlemekle kalmayıp, paydaşların bireysel ve toplumsal düzeyde anlam üretme süreçlerini kapsamlı biçimde analiz etmek amacıyla kullanılmıştır.

Araştırmada, belirli bir olgunun ya da durumun kendi doğal bağlamı içinde ayrıntılı ve derinlemesine incelenmesini sağlayan durum çalışması (case study) deseni uygulanmıştır (Merriam, 2018). Kocaeli ilinde İslami inanç merkezlerinin turizm potansiyelini ve paydaş görüşlerini ortaya koymayı hedefleyen bu çalışmada, durum çalışması deseninin tercih edilmesi üç temel saçayağına dayanmaktadır: Bunlar; tarihi, jeopolitik ve kültürel yapısıyla özgün bir coğrafi bağlam sunan Kocaeli ili, değerlendirilmeyi bekleyen İslami inanç merkezlerinin turizm potansiyeli olgusu ve resmî kurumlar, yerel halk ile turizmcilerin bir araya geldiği çoklu paydaş perspektifidir. Bu üç bileşenin kesişimi, konunun sınırları belirli bir sistem içerisinde derinlemesine incelenmesini zorunlu kılmıştır.

Sonuç olarak, inanç turizmi açısından özgün yapısı ve potansiyeliyle Kocaeli ili vaka (durum) olarak ele alınmış; elde edilen nitel bulgular bu durumu kendi bağlamı içinde değerlendirmeye (Stake, 1995) olanak tanımıştır. Nitel yöntemin sunduğu açıklayıcılık sayesinde mevcut durum sadece betimlenmekle kalmamış, katılımcıların algı, beklenti ve önerileri üzerinden destinasyonun potansiyel gelişim alanlarına yönelik stratejik çıkarımlar yapılmıştır.

4.4. EVREN VE ÖRNEKLEM

Araştırma evreni, elde edilen bulguların genellenmek veya transfer edilmek istendiği birey ve grupların bütününü ifade etmektedir (Karasar, 2012). Bu araştırmanın evrenini, Kocaeli ilinde inanç turizmi olgusuyla doğrudan veya dolaylı olarak etkileşim hâlinde bulunan yerel paydaşlar oluşturmaktadır. Bu paydaş ağı; inanç merkezlerinin yönetimi, tanıtımı ve turizm ekosistemine entegrasyonu süreçlerinde karar alıcı veya uygulayıcı konumda bulunan kamu kurumlarını, yerel yönetimleri, sivil toplum kuruluşlarını, dinî temsilcileri, turizm sektörü aktörlerini ve sürece doğrudan dâhil olan yerel halkı kapsamaktadır.

Araştırma evreninin tamamına ulaşmanın getirdiği zaman ve maliyet kısıtlılıkları nedeniyle, bu bütünü temsil kabiliyetine sahip ve çalışmanın özgül amaçlarına doğrudan hizmet edecek bir çalışma grubu seçilmektedir (Ekiz, 2015: 103). Nitel araştırmalarda örneklem belirleme süreci, katı istatistiksel genellemelerden ayrılarak, belirli bir olguya dair en derinlemesine veriyi sunabilecek bilgi kaynaklarına ulaşma hedefine dayanmaktadır (Yağar ve Dökme, 2018). Bu teorik doğrultuda araştırmanın örneklemi, araştırmacının önceden belirlenmiş kriterlere sahip bireyleri bilinçli bir tasarımla seçtiği amaçlı örnekleme stratejisi temel alınarak oluşturulmuştur. Bu bağlamdaki temel kriter; Kocaeli'nin tarihi ve turistik dinamiklerine hâkim, inanç turizmine dair somut deneyim ve gözlem aktarabilecek yetkin paydaşların (Yıldırım & Şimşek, 2016) çalışmaya dâhil edilmesidir.

Amaçlı örnekleme stratejileri içerisinde yer alan maksimum çeşitlilik örneklemesi, incelenen olgunun farklı boyutlarını ortaya koyabilmek amacıyla benimsenmiştir. Bu örneklem, kuramsal, demografik veya kurumsal açıdan birbirinden olabildiğince farklı niteliklere sahip katılımcıların kasten seçilmesini ön görmektedir (Patton, 2015). Çok aktörlü bir ekosistem olan turizm destinasyon yönetiminde bu stratejinin merkezinde, homojen bir grubun ortalama eğilimlerini ölçmek değil; farklı roller aracılığıyla olgunun sınırlarını haritalandırmak ve çeşitlilik içinde tekrar eden ortak temaları saptamak yer almaktadır (Creswell & Poth, 2018; Merriam & Tisdell, 2018).

Belirlenen bu kuramsal çerçeve doğrultusunda, çalışma grubuna maksimum çeşitlilik örneklemiyle toplam 50 katılımcı dâhil edilmiştir. Katılımcı profili, Kocaeli inanç turizmi ekosisteminin tüm halkalarını kapsayacak şekilde yapılandırılmıştır. Bu kapsamda örneklem grubu; İmam-Hatipler, İl Vaizleri ve İl Müftü Yardımcılarından oluşan 7 dinî lideri; İlçe Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü kademesinde ki 5 yerel yönetim temsilcisini; İl Kültür ve Turizm Müdürü, Valilik YİKOB Müdürü, Koruma Bölge Müdürü ve KBB Şube Müdürü düzeyinde 4 merkezi/yerel yönetim yetkilisini; Türkiye Diyanet Vakfı ve KOTO meclis üyeliği düzeyinde 2 sivil toplum kuruluşu yöneticisini; sektörel aktörleri temsilen 2 seyahat acentesi yetkilisini ve kamu personeli, emekli, eğitimci ile esnaflardan oluşan 30 yerel halk katılımcısını barındırmaktadır. Bu geniş katılımcı yelpazesinin kurulmasıyla, inanç turizmi potansiyelinin yönetişim ve yerel kalkınma eksenlerinde kapsayıcı ve analitik bulgularla değerlendirilmesi sağlanmıştır.

4.5. VERİ TOPLAMA SÜRECİ

Araştırmanın veri toplama sürecinde, katılımcıların görüş, deneyim ve algılarını derinlemesine yansıtabilmelerine olanak tanıyan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Süreç, öncelikle veri toplama aracının anlaşılırlığını ve işlevselliğini test etmek amacıyla 15-20 Ocak 2025 tarihleri arasında 5 katılımcı ile gerçekleştirilen pilot uygulama ile başlatılmıştır. Pilot çalışmanın ardından asıl veri toplama süreci, 22 Şubat 2025 ile 18 Haziran 2025 tarihleri arasında Kocaeli inanç turizmi ekosisteminde yer alan paydaşlarla yürütülmüş ve yaklaşık dört ayda tamamlanmıştır.

Bu kapsamda, Şekil 4'te görselleştirilen beş aşamalı veri toplama stratejisi ardışık olarak uygulanmıştır:



Şekil 4: Veri Toplama Süreci

1. *Hedef Kitlenin Tespiti*: Çalışma grubunu oluşturan paydaş kategorilerini temsil eden potansiyel katılımcıların iletişim bilgileri (telefon ve e-posta) derlenmiştir.
2. *Ön Temas ve Bilgilendirme*: Belirlenen adaylarla telefon veya doğrudan iletişim yoluyla ön temas kurularak araştırmanın amacı aktarılmış ve gönüllülük durumları teyit edilmiştir.
3. *Katılımcıların Netleştirilmesi*: Çalışmaya katılmayı kabul eden yetkin paydaşlara araştırmacının kimliği ve sürecin kapsamı hakkında detaylı açıklamalar yapılarak nihai liste oluşturulmuştur.
4. *Planlama ve Organizasyon*: Katılımcıların uygunluk durumları dikkate alınarak karşılıklı randevu takvimi oluşturulmuştur.
5. *Görüşmelerin Gerçekleştirilmesi*: Belirlenen tarih ve mekânlarda görüşmeler yüz yüze icra edilmiştir.

Araştırma etiği gereği, her görüşme öncesinde katılımcılara detaylı bilgilendirme yapılarak gönüllülük esasına uygun onam formları alınmıştır. Görüşmeler, veri kaybını önlemek amacıyla katılımcıların izni dâhilinde ses kayıt cihazı ile belgelenmiş ve sonrasında yazılı metne dönüştürülmüştür. Bireylerin temsil ettikleri kurum ve paydaş türünün farklılığına bağlı olarak görüşme süreleri 30 ile 45 dakika arasında değişiklik göstermiştir. Literatürde 30 dakikayı aşan mülakatlar

"uzun görüşme" olarak tanımlandığından (Geray, 2006), çalışmadaki tüm oturumlar bu kategoride değerlendirilmektedir.

Süreç boyunca gizlilik ve kişisel verilerin korunması ilkelerine titizlikle uyulmuştur. Bu doğrultuda katılımcıların kimlik bilgileri anonimleştirilmiş, her bir paydaşa K1'den K50'ye kadar ardışık kodlar atanmıştır. Elde edilen ham veriler, yalnızca araştırmanın bilimsel amaçları doğrultusunda kullanılmış ve yetkisiz erişime karşı güvence altına alınmıştır.

4.6. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Nitel araştırmalarda veri toplama süreci, araştırma probleminin doğasına ve incelenen olgunun bağlamsal özelliklerine bağlı olarak gözlem, odak grup görüşmeleri, söylem analizleri ve görüşme gibi çok çeşitli tekniklerin kullanımını gerektirmektedir (Forrester & Sullivan, 2018). Elde edilen bulguların geçerliliğini ve güvenirliğini artırmak amacıyla zaman zaman veri çeşitlendirmesi (triangulation) stratejisi benimsense de (Patton, 2015; Kvale, 1994), araştırmanın amacı ve örneklemin özellikleri doğrultusunda tek ve güçlü bir veri toplama aracına odaklanmak metodolojik açıdan geçerli bir yaklaşımdır (Eysenbach & Köhler, 2002; Seidman, 2006).

Bu kuramsal çerçeveden hareketle, Kocaeli ilindeki İslami inanç merkezlerinin turizm potansiyelini paydaş perspektifinden derinlemesine çözümlemeyi hedefleyen bu tez çalışmasında yarı yapılandırılmış görüşme formu temel veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, önceden belirlenmiş bir çerçeve içinde araştırmacıya esnek sorularla ilerleme imkânı sunarak, katılımcıların düşüncelerini, algılarını ve deneyimlerini kendi kelimeleriyle, özgürce ifade etmelerine olanak tanımaktadır (Kvale, 2007; Patton, 2015). Katı anket formlarının aksine bu yöntem, görüşmenin doğal akışı içinde ortaya çıkan yeni temaların keşfedilmesine ve olgunun çok boyutlu yapısının anlaşılmasına zemin hazırlamaktadır.

Araştırmanın alt problemlerine yanıt aramak amacıyla ilgili literatür taranarak tasarlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu, paydaşların İslami inanç merkezleri özelinde inanç turizmi görüşlerini, algılarını, beklentilerini ve sürdürülebilirlik önerilerini ölçmeye yönelik açık uçlu sorulardan oluşmaktadır.

Görüşme formunda yer alan temel araştırma soruları aşağıda sıralanmaktadır:

1. İnanç ve turizm olgularının birlikteliği (kesişimi) konusunda ne düşünüyorsunuz?
2. İnanç turizmini kendi perspektifinizden nasıl tanımlarsınız?
3. Sizce ziyaretçilerin dini mekânları (İslami inanç merkezlerini) ziyaret etmelerindeki temel motivasyonlar (nedenler) nelerdir?
4. Kocaeli'nin inanç turizmi potansiyeline sahip olduğunu düşünüyor musunuz? Varsa bu potansiyel unsurlar nelerdir?
5. İnanç turizmi faaliyetlerinin gelişmesinin bölgeye sosyo-ekonomik ve kültürel anlamda nasıl etkileri (katkıları) olacağını öngörüyorsunuz?
6. Turizm hareketliliğinden doğacak bu katkıların, İslami mekânların manevi atmosferini ve kutsallığını nasıl etkileyeceğini düşünüyorsunuz?
7. Yerel turizm paydaşı olarak (veya kurumunuz/işletmeniz adına), inanç turizmine yönelik ne tür hizmetler sunuyorsunuz veya sunmayı planlıyorsunuz?
8. Kocaeli'deki inanç turizmi potansiyelini sürdürülebilir bir yapıya kavuşturmak için ne gibi stratejik adımlar atılmalıdır?

Sonuç olarak, geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu; Kocaeli özelindeki İslami inanç merkezlerinin turizm potansiyelini çok katmanlı bir şekilde anlamaya uygun, esnek ve derinlemesine veri toplanmasını mümkün kılan etkili bir araç işlevi görmüştür.

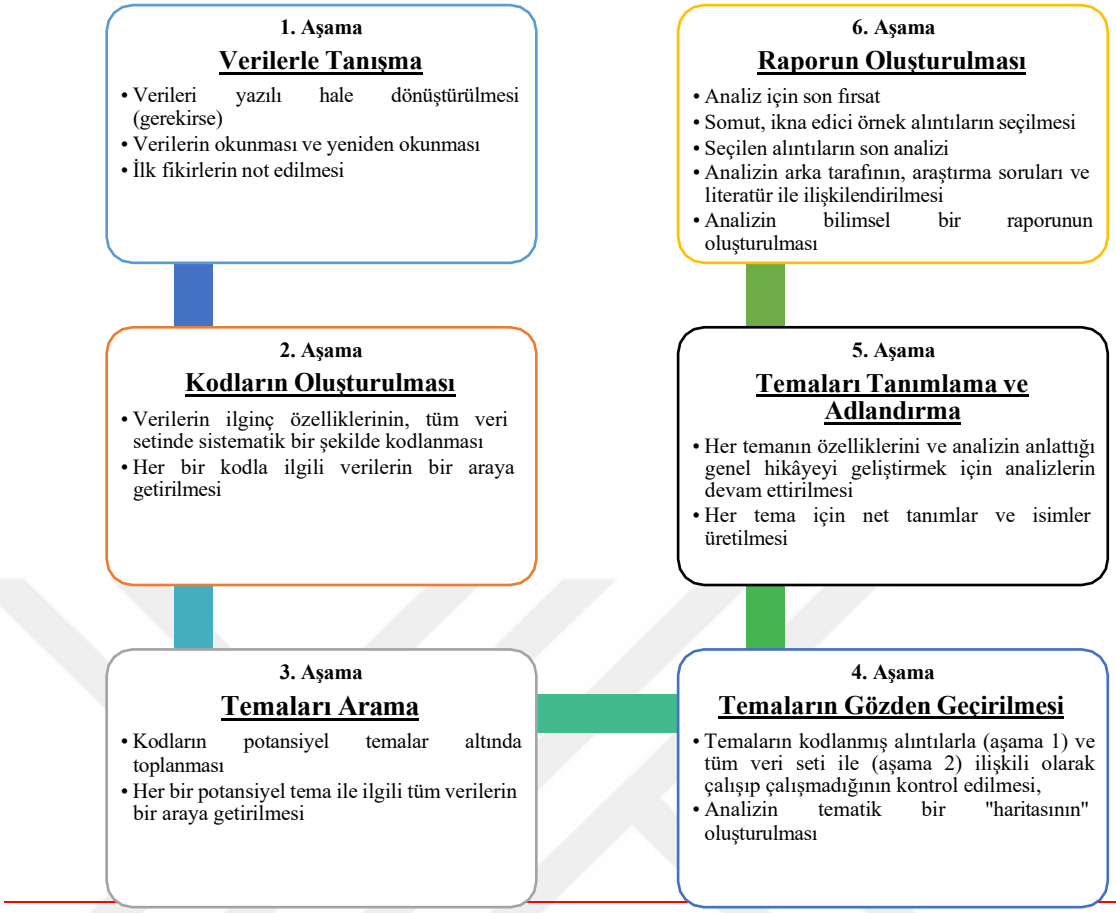
4.7. VERİLERİN ANALİZİ

Bu tez kapsamında toplanan nitel verilerin çözümlenmesinde tematik analiz yöntemi uygulanmıştır. Tematik analiz, nitel veri setlerinde yer alan örüntülerin, yinelenen kavramların ve anlamlı yapıların sistematik biçimde belirlenmesi, analiz edilmesi ve raporlanmasına imkân tanıyan temel bir yöntemdir (King, 2004). Bu yöntem, karmaşık veri setlerinin daha küçük ve yönetilebilir analitik birimlere ayrılarak düzenlenmesini, ham verilerden derinlemesine ve zengin betimlemeler üretilmesini mümkün kılmaktadır (Braun & Clarke, 2006; Boyatzis, 1998: 100–103).

Tematik analiz sürecinde odak noktası, yalnızca verileri özetlemek değil; ortaya çıkan temaların birbiriyle ilişkilendirilerek araştırma problemini bütüncül bir yapıda açıklayacak kavramsal çerçevelerin inşa edilmesidir (Thomas, 2006; Daly vd., 1997). Analiz süreci; yinelenen fikirlerin ve ortak konuların ortaya çıkarılması amacıyla verilerin sistematik biçimde kodlanmasını ve kategorize edilmesini içermektedir (Zaveri, 2023).

Bu yönüyle tematik analiz, yeni içgörülerin üretilmesine, gizli eğilimlerin belirlenmesine ve sosyal olguların ayrıntılı biçimde anlaşılmasına imkân tanıyan, araştırmacının yorumlayıcı rolünü ve düşünümselliğini merkeze alan aktif bir süreç olarak değerlendirilmektedir (Salomao, 2023). Kocaeli ilindeki İslami inanç merkezlerinin turizm potansiyelini inceleyen bu çalışmada da tümevarımcı bir anlayış benimsenmiş (Çarıkçı vd., 2024); paydaşların inanç turizmine yönelik deneyim ve algıları, bu yöntemin sunduğu esnek ancak yapılandırılmış zemin üzerinde çözümlenmiştir.

Araştırma verilerinin analiz sürecinde, literatürde altın standart olarak kabul edilen ve metodolojik şeffaflığı güvence altına alan Virginia Braun ve Victoria Clarke (2006) tarafından geliştirilmiş altı aşamalı tematik analiz modeli rehber alınmıştır (Kiger & Varpio, 2020). Şekil 5‘te analiz aşamaları verilmiştir.



Şekil 5: Analiz Aşaması (Braun &Clarke, 2006)

Nitel araştırmalarda büyük hacimli metin verilerinin manuel yöntemlerle analiz edilmesi, veri kaybına, yüzeysel kodlamalara ve araştırmacı yanlılığına yol açabilmektedir. Bu riskleri bertaraf etmek ve sürecin analitik derinliğini artırmak maksadıyla, bilgisayar destekli nitel veri analiz yazılımı olan MAXQDA 2020 kullanılmıştır. Literatürdeki altı aşamalı model ile yazılımın teknik kapasitesinin entegre edildiği analiz süreci şu sistematik adımlarla yürütülmüştür:

1. Veriye Aşinalık Kazanma: Araştırmacı tarafından yazıya dökülen görüşme metinleri farklı zamanlarda en az üçer defa okunmuş, ilk analitik fikirler not edilerek kodlama sürecinin kavramsal altyapısı oluşturulmuştur.
2. İlk Kodların Üretilmesi: Yazılı metin dosyaları MAXQDA 2020 programına aktarılmış; kelime, cümle veya paragraf düzeyindeki anlamlı bölümlere isimler verilerek sistematik kodlama süreci başlatılmıştır.

3. Temaların Araştırılması: Üretilen alt kodlar, veri seti içerisindeki benzerlik ve farklılıklarına göre gruplandırılarak hiyerarşik bir düzen içerisinde potansiyel (aday) temalar altında toplanmıştır.
4. Temaların Gözden Geçirilmesi: Oluşturulan aday temaların tüm veri setiyle uyumu kontrol edilmiş ve anlam bütünlüğünü sağlamak amacıyla yazılım üzerinden tematik haritalar kurgulanmıştır.
5. Temaların Tanımlanması ve İsimlendirilmesi: Her bir temanın kapsamı, sınırları ve temel araştırma problemine sunduğu yanıtlar netleştirilerek nihai tema adlandırmaları yapılmıştır.
6. Raporlama ve Görselleştirme: Analiz sonuçları, yazılımın sunduğu analitik araçlarla görselleştirilerek bilimsel bir anlatıya dönüştürülmüştür.

MAXQDA programının sunduğu gelişmiş modüller sayesinde, kodlama sürecinin tamamlanmasının ardından her bir alt tema ve kodun frekans değerleri hesaplanarak yapısal yoğunluklar belirlenmiştir. Kodların dağılımını ve temalar arası gizli ilişkileri görünür kılmak amacıyla program üzerinden kod-alt kod modeli ve hiyerarşik kod-alt kod modeli üretilmiştir. Bulguların sunumunda, temaların içeriğini somutlaştırmak ve araştırmacının nesnelliğini kanıtlamak amacıyla katılımcıların doğrudan alıntılarına yer verilmiştir. Katılımcı görüşleri, atanan anonim kodlar (Örn: K1, K50) bağlamında kaynak gösterilerek aktarılmış; böylece bulgular neden-sonuç bağlamında tutarlı bir akademik çerçeveye oturtularak analiz sürecinin şeffaflığı açık biçimde ortaya konmuştur.

Araştırmada ayrıca elde edilen bulguların daha bütüncül bir çerçevede değerlendirilebilmesi amacıyla SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analizi uygulanmıştır. SWOT analizi, incelenen bir kurumun, uygulamanın ya da sürecin mevcut durumunu değerlendirmek amacıyla kullanılan analitik bir yöntemdir. Bu yöntem, söz konusu yapı veya sürecin içsel özelliklerinden kaynaklanan güçlü ve zayıf yönleri ile dış çevreden kaynaklanabilecek fırsat ve tehditlerin belirlenmesine imkân tanımaktadır. Bu yönüyle SWOT analizi, bilimsel çalışmalarda mevcut durumun kapsamlı biçimde değerlendirilmesine katkı sağlayan önemli araçlardan biri olarak kabul edilmektedir. Stratejik planlama süreçlerinde yaygın biçimde kullanılan SWOT analizi, aynı zamanda politika geliştirme ve karar verme süreçlerinde de önemli bir rol oynamaktadır.

SWOT analizi çerçevesinde incelenen kurum, teknik ya da sürecin; güçlü yönleri, zayıf yönleri, dış çevreden doğabilecek fırsatlar ve karşılaşılabilecek olası tehditler sistematik bir biçimde değerlendirilmekte ve elde edilen bulgular doğrultusunda gerekli stratejik önlemlerin geliştirilmesine katkı sağlanmaktadır (Çoban ve Karakaya, 2010:347). Bu kapsamda araştırmada paydaş görüşlerinden elde edilen veriler doğrultusunda, bölgenin İslami inanç turizmi bağlamındaki güçlü yönleri, zayıf yönleri, fırsatları ve tehditleri belirlenmiştir. SWOT analizi, nitel verilerden elde edilen temalar ve katılımcı ifadeleri temel alınarak oluşturulmuş ve bölgenin inanç turizmi potansiyeline ilişkin stratejik bir değerlendirme yapılmasına imkân sağlamıştır.

4.8. VERİLERİN GEÇERLİK VE GÜVENİRLİĞİ

Nitel araştırmalarda bilimsel titizliğin sağlanması, nicel paradigmadaki katı geçerlik ve güvenirlik kavramlarının ötesine geçerek; inandırıcılık, aktarılabilirlik, tutarlılık ve doğrulanabilirlik ölçütlerinin karşılanmasını gerektirmektedir (Arslan, 2022). Bu kuramsal çerçevede benimsenen veri çeşitlemesi, katılımcı doğrulaması, ayrıntılı betimleme ve denetim izi gibi metodolojik uygulamalar, araştırma bulgularının yapısal güvenilirliğini ve akademik geçerliliğini tahkim eden temel stratejiler arasında yer almaktadır.

Bu araştırmanın geçerlik ve güvenirliğini maksimize etmek amacıyla, veri toplama ve analiz aşamaları şeffaf, sistematik ve denetlenebilir bir tasarımla yürütülmüştür. Veri toplama aracı olarak kurgulanan yarı yapılandırılmış görüşme formu, alanında uzman iki akademisyenin değerlendirmesine sunularak kapsam ve içerik geçerliği açısından test edilmiş; alınan geri bildirimler doğrultusunda revize edilerek nihai hâline getirilmiştir. Tematik analiz süreci MAXQDA 2020 yazılımı kullanılarak çözümlenmiş; elde edilen ham verilerin analizi sonucunda toplam 1217 kodlama birimi oluşturulmuştur. Bu kodlamalar içerik benzerliklerine göre gruplandırılarak 62 kod, 25 alt tema ve 8 tema altında yapılandırılmıştır. Söz konusu temalar, çalışmanın temel kavramsal çerçevesini oluşturan “İslami İnanç Turizmi” ana teması altında bir araya getirilmiştir. Ayrıca analiz sürecinde bazı kodların alt kırılımlarını ifade eden 6 alt kod da belirlenmiştir.

Oluşturulan bu tematik yapının kavramsal tutarlılığını ölçmek amacıyla bağımsız bir uzman araştırmacının değerlendirmesine başvurulmuştur. Süreç kapsamında, ham veriler ve üretilen kod listesi uzmana sunularak, alt temaları ve kodları ilgili temalar altında bağımsız bir şekilde yeniden sınıflandırması talep edilmiştir. Bağımsız uzmanın gerçekleştirdiği eşleştirmeler ile araştırmacının oluşturduğu kavramsal yapı karşılaştırılarak kodlayıcılar arası güvenirlik düzeyi, Miles ve Huberman (1994) tarafından literatüre kazandırılan mutabakat formülü ile hesaplanmıştır:

$$Güvenirlik = \frac{\text{Görüş Birliği}}{\text{Görüş Birliği} + \text{Görüş Ayrılığı}} \; x\,100$$

Yapılan hesaplama neticesinde, alt tema ve kodların temalar altındaki konumlandırılmasına ilişkin toplam eşleştirmeler değerlendirilmiş; elde edilen görüş birliği ve görüş ayrılığı frekansları üzerinden güvenirlik katsayısı %85 olarak tespit edilmiştir. Nitel araştırmalar literatüründe kabul gören minimum mutabakat eşiğinin %70 olduğu (Miles ve Huberman, 1994) göz önüne alındığında, ulaşılan %85'lik oran araştırmada kurulan tematik yapının yüksek düzeyde güvenilir olduğunu kanıtlamaktadır.

İlave olarak, analiz sürecinin şeffaf ve ayrıntılı biçimde raporlanması, tema-alt tema-kod hiyerarşisinin sistematik bir şablonla sunulması ve bulguların doğrudan katılımcı alıntılarıyla desteklenmesi, çalışmanın genel inandırıcılığını ve aktarılabilirliğini güçlendiren temel yapıtaşları olarak değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda güvenirliği sağlanan tematik yapı temel alınarak paydaş görüşlerinden elde edilen bulgular SWOT analizi çerçevesinde değerlendirilmiştir.

4.9. VARSAYIM VE SINIRLILIKLAR

Bu araştırmanın temel varsayımı, çalışma grubunu oluşturan yerel paydaşların görüşme süreci boyunca yöneltilen sorulara samimi, tarafsız ve kendi gerçek deneyimlerini yansıtacak şekilde doğru yanıtlar verdikleridir. İlave olarak, veri toplama sürecinde kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formunun, Kocaeli ilindeki İslami inanç merkezlerinin turizm potansiyelini çok boyutlu olarak ölçebilecek nitelikte ve metodolojik yeterlilikte olduğu varsayılmaktadır.

Araştırmanın bulguları, çalışma kapsamında belirlenen belirli metodolojik ve bağlamsal sınırlılıklar çerçevesinde değerlendirilmelidir. İlk sınırlılık, çalışmanın yalnızca Kocaeli il sınırları içerisinde yer alan İslami inanç merkezleriyle kısıtlı tutulmasıdır. Elde edilen bulgular Kocaeli destinasyonunun kendine has tarihsel, kültürel ve jeopolitik dinamiklerini yansıtmakta olup, Türkiye'nin farklı bölgelerindeki inanç turizmi merkezlerine doğrudan genellenemeyebilir. Nitel araştırmaların doğası gereği temel amacın istatistiksel bir genelleme yapmak değil, incelenen durumu kendi özgül bağlamı içinde derinlemesine anlamlandırmak olduğu unutulmamalıdır.

İkinci sınırlılık, veri toplama sürecinde benimsenen nitel yöntemin doğasından kaynaklanmaktadır. Görüşme teknikleri katılımcıların bireysel algılarına, değer yargılarına ve öznel deneyimlerine dayandığından, elde edilen veriler katılımcıların kurumsal rollerinden veya sosyal onaylanma ihtiyacından etkilenebilmektedir. Görüşmelerin yüz yüze gerçekleştirilmesi veri derinliğini artırmakla birlikte, araştırmacı ile katılımcı arasındaki anlık etkileşimin ve görüşme ortamının bağlamsal farklılıklar oluşturabilme ihtimali göz önünde bulundurulmalıdır.

Üçüncü sınırlılık, çalışmanın örneklem hacmi ve zaman kesitiyle ilişkilidir. Maksimum çeşitlilik hedeflenerek 50 paydaşa ulaşılmış olmakla birlikte, inanç turizmi gibi çok aktörlü bir ekosistemde araştırma bulguları görüşülen bu spesifik grubun perspektifiyle sınırlıdır. Ayrıca araştırma, veri toplama sürecinin kapsadığı dönemdeki sosyo-kültürel ve ekonomik koşulları yansıtan kesitsel bir nitelik taşımaktadır. Zaman içerisinde değişebilecek makro düzeydeki sosyal, politik ve turistik dinamiklerin, bölgedeki inanç turizmi potansiyelini farklı yönlerde şekillendirebileceği dikkate alınmalıdır.

4.10. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE TARTIŞMA

Bu bölümde araştırma kapsamında elde edilen bulgular sistematik bir biçimde sunulmuş; tematik analiz sonucunda ortaya çıkan kodlar, alt temalar ve temalar olarak yapılandırılarak, hiyerarşik kod-alt kod modeli ile açıklanmıştır. Tüm temaların toplandığı üst tema ise; kod-alt kod bölümler modeli ile gösterilmiştir.

Ayrıca elde edilen bulgular, konuya ilişkin literatür çerçevesinde değerlendirilerek tartışılmıştır.

4.10.1. Paydaşların Tanımlayıcı Bulguları

Araştırmaya katılan yerel turizm paydaşlarının tanımlayıcı bilgileri Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6: Paydaşların Tanımlayıcı Özellikleri

Kod	Paydaş Türü	Meslek	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Düzeyi	Memleket
K1	Dini Lider	Vaiz	Erkek	55	Lisans	Ordu
K2	Yerel Halk	Eczacı	Kadın	51	Lisans	Artvin
K3	İdari Yerel Yönetim	İlçe Kültür ve Sosyal İşler Müdürü	Kadın	55	Lisans	İstanbul
K4	STK	Türkiye Diyanet Vakfı İl Şube Yöneticisi	Erkek	42	Lisans	Yalova
K5	Yerel Halk	Özel Sektör İşletmecisi	Erkek	23	Lisans	Van
K6	Yerel Halk	Çevre Mühendisi	Kadın	31	Yüksek Lisans	Kocaeli
K7	Yerel Halk	Matematik Öğretmeni	Erkek	30	Yüksek Lisans	Kocaeli
K8	Yerel Halk	Kamu Emekli	Erkek	63	Lisans	Kocaeli
K9	Seyehat Acentaları	Turizm İşletmecisi	Erkek	55	Önlisans	Kars
K10	Dini Lider	Vaiz	Erkek	40	Lisans	Gümüşhane
K11	Dini Lider	İmam-Hatip	Erkek	34	Önlisans	Amasya
K12	Yerel Halk	Lojistik Uzmanı	Erkek	55	Lise	Kocaeli
K13	Yerel Halk	Emekli Öğretmen	Erkek	83	Eğitim Enstitüsü	Artvin
K14	Yerel Halk	Emniyet Personeli	Erkek	31	Lisans	Kocaeli
K15	Yerel Halk	Kamu Personeli	Erkek	46	Ortaokul	Kocaeli
K16	Yerel Halk	Eczane Teknikeri	Kadın	18	Önlisans	Trabzon
K17	Merkezi Yerel Yönetim	İl Kültür Turizm Müdürü	Erkek	48	Lisans	Gümüşhane
K18	Merkezi Yerel Yönetim	Valilik Yatırım İzleme Ve Koordinasyon Başkanlığı Müdürü	Kadın	60	Lisans	Kocaeli
K19	Yerel Halk	Özel Sektör Emekli	Erkek	65	Ortaokul	Kocaeli
K20	Yerel Halk	Emekli Öğretmen	Erkek	63	Lisans	Sakarya
K21	Dini Lider	İl Müftü Yardımcısı	Erkek	47	Yüksek Lisans	Ordu
K22	Dini Lider	İl Müftü Yardımcısı	Erkek	50	Yüksek Lisans	Muş
K23	Dini Lider	Vaiz	Erkek	49	Yüksek Lisans	Kocaeli

K24	Yerel Halk	Memur	Erkek	37	Lise	Kocaeli
K25	Yerel Halk	Özel Sektör Emekli	Erkek	56	Lise	Kocaeli
K26	Yerel Halk	Özel Sektör Emekli	Erkek	68	Lise	Trabzon
K27	Dini Lider	İl Müftü Yardımcısı	Erkek	47	Doktora	Kayseri
K28	Yerel Halk	Yüksek Mühendis	Erkek	71	Lisans	Kocaeli
K29	Yerel Halk	Emekli Öğretmen	Erkek	71	Eğitim Enstitüsü	Gümüşhane
K30	Yerel Halk	Emekli Öğretmen	Erkek	69	Eğitim Enstitüsü	Eskişehir
K31	Yerel Halk	Özel Sektör Muhasebe	Erkek	33	Lisans	Kocaeli
K32	Yerel Halk	Eczacı	Kadın	22	Lisans	Kocaeli
K33	Seyehat Acentası	Turizm İşletmecisi	Erkek	60	Önlisans	Amasya
K34	Yerel Halk	Resim Öğretmeni	Kadın	32	Lisans	Kocaeli
K35	Yerel Halk	Emekli Özel Sektör	Erkek	63	Lise	Kocaeli
K36	Yerel Halk	Emekli Öğretmen	Erkek	63	Lisans	Kocaeli
K37	Yerel Halk	Makine Mühendisi	Erkek	50	Yüksek Okul	Kocaeli
K38	Yerel Halk	Emekli Özel Sektör	Erkek	53	İlkokul	Artvin
K39	Yerel Halk	Esnaf	Erkek	51	Ortaokul	Kars
K40	Merkezi Yerel Yönetim	Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu Müdürü	Erkek	56	Doktora	Erzincan
K41	Yerel Halk	Özel Sektör	Erkek	37	Ön Lisans	Kocaeli
K42	Yerel Halk	Kamu Emekli	Erkek	63	Ortaokul	Kocaeli
K43	STK	Kocaeli Ticaret Odası Meclis Üyesi	Erkek	55	Lise	Kocaeli
K44	Yerel Halk	Esnaf	Erkek	42	Ortaokul	Kocaeli
K45	Yerel Halk	Eczane Teknikeri	Kadın	22	Önlisans	Kocaeli
K46	Merkezi Yerel Yönetim	KBB Tarihi Mekanlar Ve Kent Estetiği Şube Müdürü	Erkek	46	Yüksek Lisans	Gümüşhane
K47	İdari Yerel Yönetim	İlçe Kültür ve Sosyal İşler Müdürü	Erkek	44	Lisans	Kocaeli
K48	İdari Yerel Yönetim	İlçe Kültür ve Sosyal İşler Müdür Yardımcısı	Kadın	40	Yüksek Lisans	Kocaeli
K49	İdari Yerel Yönetim	İlçe Kültür ve Sosyal İşler Müdür Yardımcısı	Kadın	48	Doktora	Trabzon
K50	İdari Yerel Yönetim	İlçe Kültür ve Sosyal İşler Müdürü	Kadın	37	Lisans	Kocaeli

Tablo incelendiğinde araştırmaya toplam 50 paydaşın katıldığı görülmektedir. Paydaş türleri açısından değerlendirildiğinde katılımcıların büyük çoğunluğunu yerel halk temsilcilerinin (n=30) oluşturduğu anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra dini liderler (n=7), idari yerel yönetim temsilcileri (n=5), merkezi yerel yönetim temsilcileri (n=4), sivil toplum kuruluşu temsilcileri (n=2) ve seyahat acentası temsilcileri

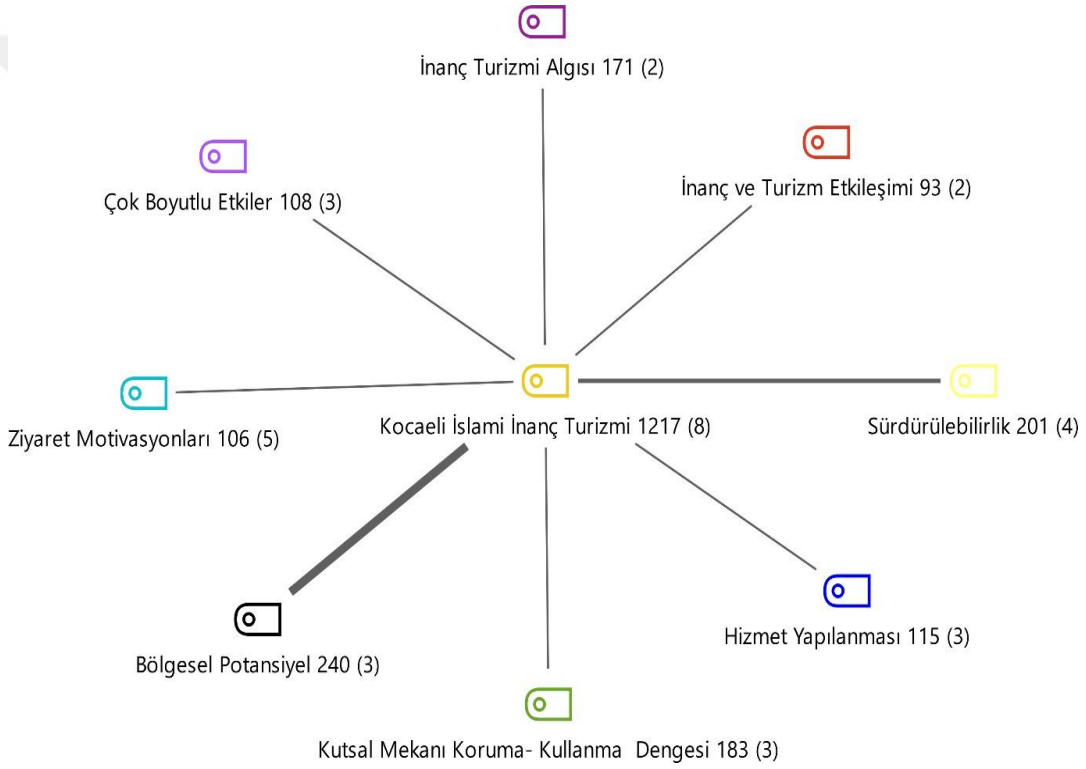
(n=2)çalışmada yer alan diğer paydaş gruplarını oluşturmaktadır. Bu dağılım, araştırmada farklı paydaş gruplarının görüşlerine yer verilerek konunun çok yönlü bir bakış açısıyla ele alındığını göstermektedir. Cinsiyet dağılımı incelendiğinde; paydaşların büyük bölümünün erkeklerden (n=41) oluştuğu, kadın katılımcı sayısının ise 9 olduğu görülmektedir. Yaş dağılımı incelendiğinde; paydaşların önemli bir kısmının 40 yaş ve üzeri grupta yer aldığı dikkat çekmektedir. Bu durum, görüşmelerin alan deneyimi ve mesleki tecrübesi yüksek bireylerle gerçekleştirildiğini göstermektedir. Eğitim düzeyi bakımından paydaşların büyük bölümünün lisans ve lisansüstü eğitim seviyesine sahip olduğu görülmektedir. Bunun yanında lise, ortaokul ve ilkokul mezunu katılımcıların da bulunması, farklı eğitim düzeylerinden bireylerin görüşlerinin çalışmaya dahil edildiğini göstermektedir. Meslek grupları açısından ise kamu yöneticileri, din görevlileri, öğretmenler, mühendisler, esnaf ve özel sektör çalışanları gibi çeşitli meslek gruplarının temsil edildiği anlaşılmaktadır. Coğrafi köken açısından paydaşlar, Kocaeli ağırlıklı olmakla birlikte farklı illerden gelen paydaşlarda bulunmaktadır. Bu durum, hem yerel aidiyet hem de dış perspektif üretme potansiyeli açısından çeşitlilik sağlamaktadır. Bu tablo araştırmada elde edilen bulguların farklı sosyal ve kurumsal kesimlerin değerlendirmelerini yansıtması açısından önem taşımaktadır.

4.10.2. Kocaeli İslami İnanç Merkezlerinin Turizm Potansiyeline İlişkin Tematik Analiz Bulguları

Tematik analiz sonucunda elde edilen bulgular, aşağıda yer alan modeller aracılığıyla görselleştirilerek sunulmuştur. Görselde parantez içinde verilen sayısal değerler; kod, alt temaveya tema sayısını gösterirken, diğer sayısal değerler; temanın veri setinde kaç kez vurgulandığını (frekans) göstermektedir. Bir belgede birden fazla kodlama yapılması nedeniyle frekans değerleri katılımcı sayısını değil, temanın veri setindeki tematik yoğunluğunu yansıtmaktadır. Aynı sistematik yapı çalışmadaki tüm modeller için uygulanmıştır.

4.10.2.1. Kocaeli İslami İnanç Merkezlerinin Turizm Potansiyeline İlişkin Kod–Alt Kod Modeli

Araştırma verileri, "Kocaeli İslami İnanç Turizmi" üst teması etrafında yapılandırılmakta ve bütüncül bir tematik yoğunluk haritası ortaya koymaktadır. Merkezde yer alan ana temanın 1217 frekans ile temsil edilmesi ve 8 tema altında yapılandırılması, konunun veri setinde yüksek bir tematik yoğunlukla ve çok boyutlu biçimde ele alındığını göstermektedir. Tematik yapı, Şekil 6'da kod –alt kod bölümler modeli olarak verilmiştir.



Şekil 6: İslami İnanç Turizmi Ana Teması Kod - Alt Kod Bölümler Modeli

Model incelendiğinde, "Bölgesel Potansiyel" teması, frekans bakımından tüm temalar arasında ilk sırada (240 frekans, 3 alt tema) yer almaktadır. Bu durum, paydaşların Kocaeli bağlamında İslami inanç turizmini öncelikle bölgenin sahip olduğu kaynaklar, destinasyon geliştirme imkânları ve yerel kalkınma potansiyeli üzerinden değerlendirdiklerini göstermektedir. Bölgenin mevcut turizm varlıkları, rekabet kapasitesi ve tanıtım olanaklarına ilişkin değerlendirmelerin yoğunluğu,

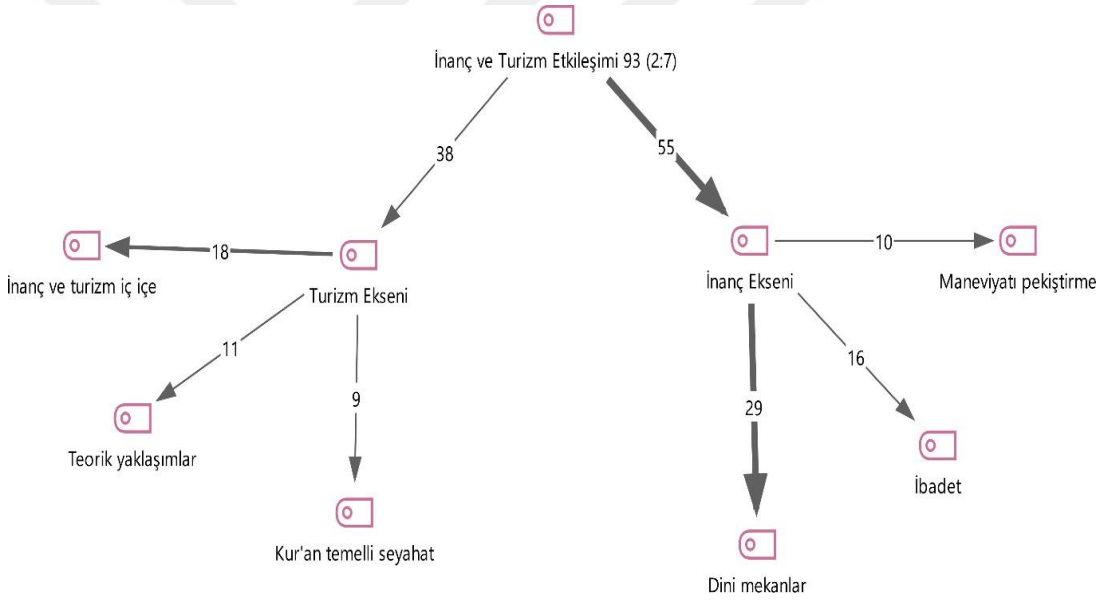
inanç turizminin yerel ölçekte önemli bir gelişim alanı olarak algılandığını ortaya koymaktadır. Bu temayı 201 frekans ve 4 alt tema ile "Sürdürülebilirlik" teması izlemektedir. Bu bulgu, paydaşların inanç turizmini yalnızca mevcut potansiyel bağlamında değil, aynı zamanda uzun vadeli planlama, kurumsal koordinasyon ve sürdürülebilir turizm yönetimi perspektifiyle ele aldıklarını göstermektedir. "Kutsal Mekânın Koruma–Kullanma Dengesi" teması 183 frekans ve 3 alt tema ile üçüncü sırada yer almıştır. Tema, inanç turizminin ekonomik ve turistik bir faaliyet olmasının yanı sıra, kutsal mekânların manevi değerinin korunması ve kullanım yoğunluğunun dengelenmesi gerektiği yönündeki hassasiyetin paydaş söylemlerinde önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. "İnanç Turizmi Algısı" teması 171 frekans ve 2 alt tema ile dördüncü sırada vurgulanmaktadır.

Modelde frekans bakımından bu sıralamayı "Hizmet Yapılanması" (115 frekans, 3 alt tema), "Çok Boyutlu Etkiler" (108 frekans, 3 alt tema) ve "Ziyaret Motivasyonları" (106 frekans, 5 alt tema) temaları izlemektedir. Bu dağılım, inanç turizminin yalnızca ekonomik bir faaliyet olarak değil; sosyal, kültürel ve deneyimsel boyutlarıyla birlikte değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. Özellikle hizmet yapılanmasına ilişkin bulgular, turizm faaliyetlerinin organizasyonu, tanıtımı ve ziyaretçi deneyiminin geliştirilmesine yönelik ihtiyaçların paydaşlar tarafından belirgin biçimde dile getirildiğini göstermektedir. Buna karşılık ve "İnanç ve Turizm Etkileşimi" (93 frekans, 2 alt tema) temasının frekans bakımından en az vurgulanması, paydaşların konuyu daha çok uygulama, potansiyel ve yönetim boyutları üzerinden ele aldıklarını; teorik değerlendirmelerin ise daha sınırlı kaldığını göstermektedir.

Genel olarak model değerlendirildiğinde, paydaşların İslami inanç turizmine ilişkin görüşlerinin ağırlıklı olarak bölgesel potansiyel, sürdürülebilirlik ve kutsal mekânların korunması -kullanılması ekseninde yoğunlaştığı; bununla birlikte turizm hizmetleri, ziyaret motivasyonları ve çok boyutlu toplumsal etkilerin de sürece dâhil edildiği anlaşılmaktadır. Bu bulgular, inanç turizminin yalnızca dini bir ziyaret faaliyeti olarak değil; kültürel, ekonomik ve yönetsel boyutlarıyla bütüncül ve çok yönlü bir turizm türü olarak ele alındığını göstermektedir.

4.10.2.1.1. İnanç ve Turizm Etkileşimine Yönelik Bulgular

Araştırmada turizm paydaşlarına "İnanç ve Turizm Birlikteliği" konusunda düşünceleri sorulmuştur. Paydaşların inanç ve turizm etkileşimini hem turizm temelli bir hareketlilik hem de inanç temelli bir deneyim alanı olarak çift yönlü biçimde ele aldıkları görülmektedir. Bu kapsamda özellikle inanç ekseninin daha baskın olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu, inanç turizminin yalnızca turistik bir faaliyet değil, aynı zamanda güçlü bir manevi ve dini içerik taşıyan çok boyutlu bir yapı olduğunu ortaya koymaktadır. Oluşturulan kodlar ve alt temaların toplandığı "İnanç ve Turizm Etkileşimi" teması hiyerarşik kod-alt kod modeli olarak Şekil 7'de verilmiştir.



Şekil 7: İnanç ve Turizm Etkileşimi Teması Hiyerarşik Kod- Alt Kod Modeli

Modelde "İnanç ve Turizm Etkileşimi" temasının, tüm temalar arasında sekizinci- son- sırada (93 frekans) yer aldığı ve 6 kod, 2 alt tema altında yapılandırıldığı görülmektedir. Bu temada en yüksek yoğunluk "İnanç Ekseni" alt temasında toplanmıştır (55 frekans). İnanç turizmi alt teması içinde "Dini mekânlar" (29), "İbadet" (16) ve "Maneviyatı pekiştirme" (10) kodları yer almaktadır. Bu dağılım, inanç ve turizm etkileşiminin büyük ölçüde somut mekân deneyimi ve ibadet pratiği üzerinden anlamlandırıldığını göstermektedir.

Paydaşlar, dini vecibelerin yerine getirilmesi amacıyla dini mekanlara yapılan ziyaretlerin bireylerde manevi tatmin ve moral artışı sağladığını ifade etmektedir. Paydaşlar, hem inancın hem de gezmenin insanın doğasında olduğunu dile getirmişlerdir. Bu yaklaşım, inanç temelli ziyaretlerin turistik hareketlilikle kesiştiğini ve mekânın kutsallığının seyahat motivasyonunu güçlendirdiğini ortaya koymaktadır. Bu bulguları destekleyen paydaş görüşleri şöyledir.

> *"İnsan bedenini yiyerek içerek nasıl besliyorsa ruhunun da bir şekilde beslenmesi lazım… bulunduğumuz bölgeden ibadet amacıyla başka bir dini mekana yani camiye gitmemiz bile bizim için bir inanç turizmi oluyor." (K37)*

> *"Avrupa'da da gördüm bunu. Kiliseler, camiler hiç ayırt etmeden bütün kutsal mekanları geziyorlar… Ama ön hazırlıkla gidiyorlar." (K1)*

> *"İnanç turizmi… tarihsel boyutta dini mabetlerin anlamını gösterir." (K3)*

> *"Oraya bir kimlik inşa ederler… oraları ziyaret etmek insanlara iyi gelir hem moral motivasyon açısından." (K10)*

> *"İnanç zaten insanın doğasında olan bir duygudur." (K7)*

"Turizm Ekseni" alt teması, ikinci sırada vurgulanan (38 frekans) alt temadır. Bu alt temada "inanç ve turizm iç içe" (18) kodunun belirginliği, iki olgunun ayrıştırılmadan bütüncül bir yapı içinde değerlendirildiğine işaret etmektedir. Buna karşılık "Teorik yaklaşımlar" kodu (11) ikinci sırada vurgulanırken, "Kur'an temelli seyahat" (9) koduüçüncü sırada yer almaktadır. Paydaşların inanç ve turizm ilişkisini yalnızca pratik düzeyde değil, teorik bir çerçevede değerlendirdiği degörülmektedir. Bu kapsamda bazı paydaşlar, inanç turizmini diğer turizm türlerinden ayrı tutmakta; bazıları ise konuyu literatür üzerinden tanımlanabilir bir başlık olarak ele almaktadır. Ayrıca seyahat/gezmenin teşvik edilmesi (ayet referansı) bazı paydaşların inanç ve turizm ilişkisini doğrudan dini referanslar üzerinden temellendirdiğini göstermektedir. Paydaşlar, "gezmek", "görmek" ve "ibret almak" gibi eylemlerin inançla uyumlu bir pratik olduğunu savunmaktadır. Kısacası inanç turizmi paydaşlar tarafından kültürel ya da bireysel bir tercih değil, Kur'an temelli bir hareketlilik ve dini meşruiyet alanı olarak temellendirilmektedir. Bu anlamda ibret alma, geçmişi anlama ve ilahi yönlendirme çerçevesinde anlam bulmaktadır. Bu bulguları destekleyen paydaş görüşlerine ait doğrudan alıntılara aşağıda yer verilmiştir.

"İnanç ve turizm, iç içeler… dinle turizm bir araya geliyor." (K5)

"İnanç turizm birlikteliği olmazsa olmaz… ikisi ayrılmaz kardeş." (K8)

"İnanç ve turizmin aslında bağdaşabileceğini düşünüyorum." (K7)

"İnanç turizmi… birlikte kullanılabilecek bir kavram." (K6)

"Kur'an-ı Kerim'de biliyorsunuz ayeti kerime var, o helak olan kavimlerin yerlerini gezmek ve ibret almak anlamında geçmiş tarihi araştırmak konusunda eskilere her zaman için atıf vardır… Allah-u Teala da bunu tavsiye ediyor. Gezin görün şeklinde…"(K12)

"Kur'an-ı Kerim'de Rabbimiz buyuruyor; yeryüzünde dolaşın, geçmiş ümmetlerin bıraktığı eserlere bakın… bu bizim için temel bir umdedir." (K10)

فاِس رُیوا ِف ارض َفا انُظُروا... yani yeryüzünü gezin, dolaşın, Allah'ın ayetlerini görün…" (K22)

"Kur'an-ı Kerim'in ibret alın, gezin, görün ayetine geliyor…gezmek, görmek… insanın fıtratında var." (K2)

"…farklı yerlere gitmek, değişik mabetlerde namaz kılmak... İnsan camide bile namaz kılarken birkaç rekatını başka bir yerde kılmak istiyor, oralarda şahitlik etsin diye. Düşünün başka camileri gezmek, görmek, mabetleri görmek, şehitlikleri aynı şekilde görmek. Mesela İzmit'te işte Bağçeşme'de şehitlik var ilçemizde... Keşke zaman imkânı olsa da sürekli gezsek." (K42)

"Benim düşüncem inanç turizmiyle diğer turizm çeşitleri ya da turist ayrı şeylerdir. Çünkü inanç turizmi daha çok kişinin inandığı yerleri, mekanları ziyaret etme amacıyla daha çok din içerikli olduğu için ben bunu ayrı tutuyorum. İnanç turizmini daha farklı görüyorum... Ayrıdır evet ayrıdır diyorum." (K9)

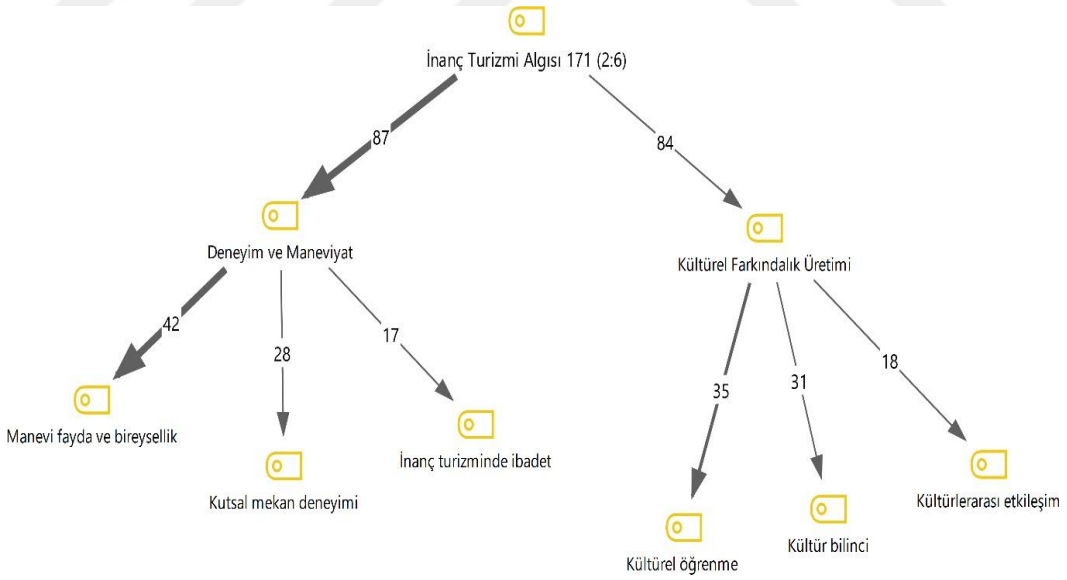
"İnanç turizmi konusu literatür üzerinden okunacak olursa…bu başlık uygun olabilir. Tabii inanç turizmi ile ilgili farklı tanımlar da yapılabilir ama literatürün anlattığı önemli ve dediğiniz gibi olaya inanç turizmi olarak bakılabilir." (K47)

Bulgularda, paydaşların inanç ve turizmi birbirinden bağımsız alanlar olarak değil, birbirini tamamlayan ve birlikte ele alınması gereken bir bütün olarak değerlendirmeleri, literatürde vurgulanan inanç–turizm entegrasyonu anlayışıyla uyumludur (Marlizar vd., 2025). Kutsal ve tarihî mekân ziyaretlerinin hem ibadet

hem de kültürel deneyim motivasyonuyla gerçekleştiği bulgusu da, benzer çalışmalarla paralellik göstermektedir (Ayu vd., 2025; Shinde, 2021). İbadet amaçlı ziyaretlerin (hac, umre vb.) inanç turizminin merkezinde yer aldığı ve bireysel maneviyatı güçlendirdiği yönündeki değerlendirmeler uluslararası çalışmalar tarafından desteklenmektedir (Pratiwi & Efendi, 2025).

4.10.2.1.2. İnançTurizmi Algılarına Yönelik Bulgular

Turizm paydaşlarına "İnanç Turizmi Hakkındaki Düşünceleri" sorulmuş ve inanç turizmini nasıl algıladıkları belirlenmek istenmiştir. Bu kapsamda paydaşların hem manevi deneyim hem de kültürel farkındalık boyutlarını içeren bir algı sergilediği ortaya koyulmuştur. Bu bulgu, inanç turizminin çok boyutlu doğasını gösterirken, paydaşlar tarafından hem bireysel deneyim hem de kültürel öğrenme ve etkileşim süreci olarak anlamlandırıldığı ortaya koyulmaktadır. Oluşturulan kodlar ve alt temaların toplandığı "İnanç Turizmi Algısı" temasının hiyerarşik kod-alt kod modeli Şekil 8'de verilmiştir.



Şekil 8: İnanç Turizmi Algısı Teması Hiyerarşik Kod- Alt Kod Modeli

"İnanç Turizmi Algısı" temasının, tüm temalar arasında dördüncü sırada vurgulandığı (171 frekans) ve 6 kod, 2 alt tema altında yapılandığı görülmektedir. Alt temalar incelendiğinde en yüksek frekans yoğunluğu Deneyimsel ve Manevi

Boyut (87 frekans) altında toplanmaktadır. Bu alt temada "Manevi fayda ve bireysellik" (42) kodu belirgin biçimde öne çıkmakta; bunu "Kutsal mekân deneyimi" (28) ve "İnanç turizminde ibadet" (17) kodları izlemektedir. Paydaşlarınınanç turizmini öncelikle bireysel maneviyatı güçlendiren ve kutsal mekân deneyimi üzerinden anlam kazanan bir hareketlilik biçimi olarak değerlendirdikleri görülmektedir. Kutsal mekânların hem dini hem de sembolik anlam taşıdığı vurgulanmaktadır. Bulguları destekleyen paydaş görüşlerinden örnekler verilmiştir.

> *"İnanç turizmi bireye tabii ki de faydalıdır. Maneviyatı açısından faydalıdır. Yani kendi inancına olan birçok şeyi pekiştirir diye düşünüyorum. Aslında farklı görüşte insanı bir araya getiren de bir şeydir inanç turizmidir." (K6)*

> *"...Hac ve Umre inanç turizmin başında gelir, kutsal mekânlarımızdır, dinimizin sembolik göstergesidir..." (K10)*

> *"...İslam açısından baktığımız zaman İslam'ın kurulmuş olduğu Mekke, Medine mekânlar, kutsal yerler olduğu için her Müslüman oraya gidip sevgili Peygamberimizin ve Müslüman yaşamış olduğu bölgelerdeki yerleri görmelerini ben önemsiyorum. Dolayısıyla inanç turizmi bu manada hem insanların diğer Müslümanları, diğer insanları tanımalarını, inancını dahi tanımalarını anlamında güzel bir şeydir diye düşünüyorum" (K9)*

"Kültürel farkındalık üretimi" alt teması frekans bakımından ikinci sırada (71) yer almakta olup, inanç turizminin yalnızca kişisel bir deneyim değil, aynı zamanda bilişsel ve kültürel farkındalık üretme işleviyle değerlendirildiğini göstermektedir. "Kültürel öğrenme" (35) kodunun yüksek frekansı, sürecin kültürel öğrenme süreçlerine işaret ederken; "Kültür bilinci" (18) ve "Kültürlerarası etkileşim" (18) kodları kültürel etkileşim, öğrenme ve bilinç gelişimi süreçlerinin önemini ortaya koymaktadır. Bu bütünleşik yapı, inanç merkezlerinin yalnızca ibadet alanları olarak değil; aynı zamanda kültürel aktarım, toplumsal bellek ve karşılıklı anlayış üretim alanları olarak değerlendirildiğini göstermektedir. Bu bulguları destekleyen paydaş görüşleri şöyledir.

> *"Turizm açısından bakıldığında bu ziyaretler önemli bir motivasyon kaynağıdır. Ancak eğitim ve inanç açısından da insanların bir yerleri gezip görmesi, yerinde incelemesi daha doğru ve somut bilgilere*

ulaşmalarını sağlayan, bilgilerini artıran gerekli bir süreçtir." (K40)

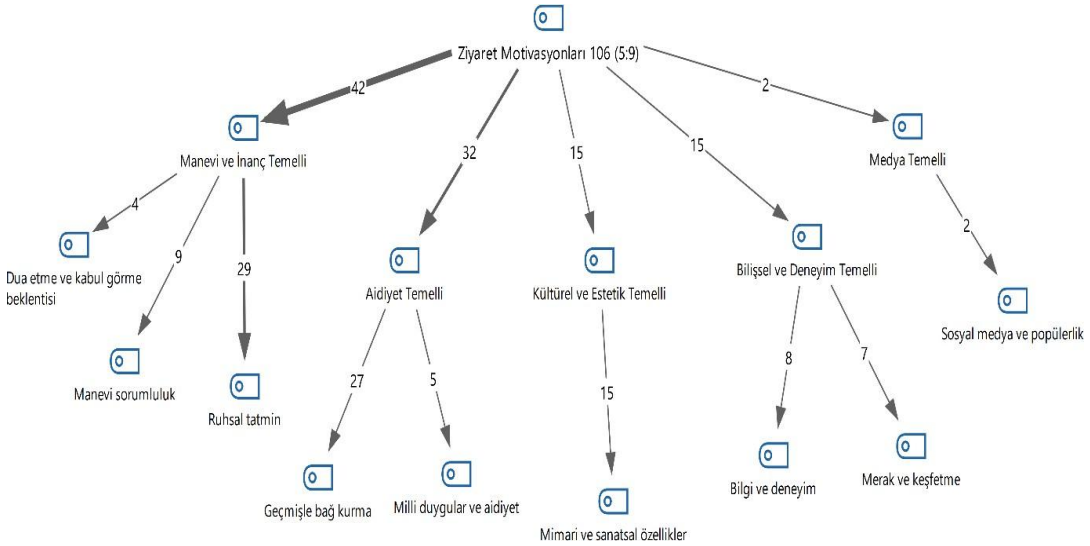
"Yerel kültürlerin bulundukları yerde tanıtılması ve gelen ziyaretçilere aktarılması, hem kültürel etkileşim açısından hem de inanç turizminin gelişmesi açısından önemli katkılar sağlayabilir." (K27)

"Yakınımızda olan Balkan coğrafyasında…ecdad yadigarı eserlerin olduğu maneviyat mekanları var…turistler hem maneviyatlarını tazelediklerini, tarihi kültürel miraslarını takip ettiklerini… hem de kimliklerine ve köklü kültür ve tarihlerine yönelik bilinç ve farkındalıklarını artırdıklarını… büyük bir manevi coşku yaşadıklarını ifade ediyorlar." (K10)

Çalışma bulgularında verilen, inanç merkezlerinin bireylerde ruhsal dönüşüm, içsel huzur ve manevi tatmin sağladığı yönündeki değerlendirmelerin, inanç turizm deneyiminin kutsallık ve ruhsal motivasyon boyutuna odaklanan çalışmalarla örtüştüğünü göstermektedir (Marlizar vd., 2025). Bu durum, inanç turizminin anlam ve deneyim temelli bir süreç olarak algılandığını ortaya koymaktadır. Tarihi ve kutsal mekânlara yapılan vurgu, bu alanların hem dini hem de kültürel anlam taşıyan çok katmanlı yapılar olarak değerlendirildiğini göstermektedir. Bu yaklaşım, kutsal alanların kimlik oluşumu, tarihsel farkındalık ve kültürel öğrenme süreçleriyle ilişkili olduğunu ortaya koyan uluslararası çalışmalarla uyumludur (Shinde, 2021; Campos vd., 2025).

4.10.2.1.3. Ziyaret Motivasyonlarına Yönelik Bulgular

Çalışmada turizm paydaşlarına İslami inanç merkezlerine gitmeleri konusundaki ziyaret motivasyonları sorulmuş ve kutsal mekân ziyaretlerini hangi motivasyonlarla yaptıkları belirlenmek istenmiştir. Paydaşların ziyaret motivasyonlarının ağırlıklı olarak manevi ve inanç temelli unsurlar etrafında şekillendiği; ayrıca aidiyet, kültürel, bilişsel ve sınırlı düzeyde medya etkilerinin de bu süreci destekleyen unsurlar olduğu anlaşılmaktadır. Oluşturulan kod ve alt temalar Şekil 9'da verilen "Ziyaret Motivasyonları" temasında yapılandırılarak hiyerarşik kod-alt kod modeli olarak sunulmuştur.



Şekil 9: Ziyaret Motivasyonları Teması Hiyerarşik Kod- Alt Kod Modeli

Ziyaret Motivasyonları teması, tüm temalar arasında yedinci sırada (106 frekans) vurgulanmakta ve 9 kod, 5 alt tema altında yapılandırılmaktadır. Bu tema içinde "Manevi ve İnanç Temelli Motivasyonlar" alt teması, tüm alt temalar arasında ilk sırada (42 frekans) temsil edilmiştir. Bu alt temada "Ruhsal tatmin" (29) kodu belirgin biçimde öne çıkarken, "Manevi sorumluluk" (9) ve "Dua etme ve kabul görme beklentisi" (4) kodları inanç pratiği ve dini yükümlülük çerçevesindeki motivasyonları yansıtmakta ve inanç merkezlerinin manevi sorumluluk alanları olduğunu ortaya koymaktadır. Konuyla ilgili paydaş görüşleri aşağıda yer almıştır.

> *"Yani bir kişi inancı temelinde sadece üç mescide ziyaret amaçlı gidebilir… Mükâfatını umar, orada namaz kılması, dua etmesi, ibadet etmesi diğer mescitlerden farklıdır. Bu üç mescid, Mescid-i Haram, Mescid-i Aksa ve Mescid-i Nebevi'dir…Bizim buradaki Yeni Cuma camimiz…Efendim Mevlana'daki cami ile arasında hiçbir ibadet farkı yok." (K22)*

> *"Ya şimdi kişiden kişiye değişir… bazıları hani sırf böyle içinden huzur inancı yani dini inancından dolayı böyle huzuru gidip görmek için, ruhunu rahatlatmak için istek duyuyor…" (K5)*

> *"Türbeler de aynı zamanda ölü insanların şu anki dünyayı koruması gibi düşünüyorum ben… o Allah katına değer veren Allah'ın razı olduğu kulları yaşarken… ölüler de aynı zamanda onların vesilesiyle korunduğunu düşünüyorum. O yüzden onların başına dua etmeye gidiyoruz, bizim sorumluluğumuz bu, rahatlıyoruz…" (K45)*

"Aidiyet Temelli" alt teması, ikinci sırada (32 frekans) vurgulanmıştır. Bu alt tema ziyaretlerin kolektif hafıza ve kimlik inşasıyla bağlantılı olduğunu ortaya koymaktadır. "Geçmişle bağ kurma" (27) kodunun frekans yüksekliği, tarihsel süreklilik ve kültürel köklerle ilişki kurma isteğinin önemli bir belirleyici olduğunu göstermekte; "Milli duygular ve aidiyet" (5) kodu ise bu sürecin ulusal kimlik boyutuna işaret etmektedir. Destekleyici görüşler şunlardır.

> *"Çanakkale şehitliği başta olmak üzere… ecdadın bir nişanesidir. Bizim için bir köprüdür atalarımızla, geçmişimizle aramızda, duygularımız şelale gibi oluyor görünce, bize ait çünkü" (K11)*

> *"Manevi anlamda insan tatmin olmak açısından gidip o kültürleri, yerleri gezip görmek isteyebilir. Tarihe ilgisi vardır geçmiş medeniyetleri nasıl yaşamışlar… bunları görmek isteyebilir ve o medeniyetlerin geldiği seviyeleri bizzat temaşa etmek isteyebilir…aslında kendini tanıma isteğidir de bu, bir nevi aidiyet" (K4)*

"Kültürel ve Estetik Temelli" alt tema, üçüncü sırada (15 frekans) vurgulanmıştır. Bu bulgu, ziyaret motivasyonlarının sanatsal ve kültürel değer üzerinden anlam kazandığını göstermektedir. "Mimari ve sanatsal özellikler" (15) kodu, estetik deneyim ve kültürel karşılaşma süreçlerinin motivasyonel unsurlar arasında yer aldığını ortaya koymaktadır. Bu durumu destekleyen görüşlere ait doğrudan alıntılar şunlardır.

> *"Orhan Camii taş patlasın 200 metrekare bir yerdir. Ama namazda bir saf bile olmuyor. Demek ki insanlar daha ziyade burada mimari binaların veya eski tarihi binaların görseline bakmaya gidiyorlar. Kocatepe Camii çok hoşuma gitti mimari anlamda…" (K12)*

> *"Tarihî camileri ziyaret eden kişiler yalnızca ibadet etmek için değil, aynı zamanda mimarisini, süslemelerini ve o dönemin estetik anlayışını görmek için de geliyorlar. Bu tür yapılar ziyaretçilere hem görsel bir deneyim sunuyor hem de geçmiş kültürleri tanıma fırsatı veriyor." (K34)*

"Bilişsel ve Deneyim Temelli" alt temasıfrekans bakımından dördüncü sıradadır (15 frekans). "Bilgi ve deneyim" (8) ile "Merak ve keşfetme" (7) kodları, öğrenme ve keşif odaklı ziyaret davranışına işaret etmektedir.

Paydaş değerlendirmeleri, mekânın anlatım yoluyla anlam kazandığını; ziyaretin bir öğrenme ve keşfetme sürecine dönüştüğünü ortaya koymaktadır. Bu bağlamda ziyaret davranışı, entelektüel ve deneyimsel bir arayışı da içermektedir. İlgili paydaş görüşü verilmiştir.

> *"Sanatsal açıdan olsun, eskiden yaşamış inançsız insanların, din dışı yaşamış insanların neler yaptıkları, nelerle uğraştıkları veya başka şekilde yapılan eserleri orada yerinde görmüş oluyor. Bilgi ve deneyim edinmiş oluyor. ...üç beş yüz yıl önce yapılan cami… Kaleler var, sarnıçlar var, taştan yapılmış mezarlar var. Hepsini gezip gördüğü zaman da hepsinden ayrı ayrı bilgi edinmiş oluyor, oraları keşfediyor bir bakıma yani." (K29)*

> *"Tarihi merak ediyor… Bursa…Aziz Mahmut Hüdai'in hocasıvar…Ulu Camii'ye gidiyoruz…başka bir tanede ikinci Bayezid'in damadı var...Tarihi merak ediyoruz. Ondan sonra o şehir binaları ziyaret ediyoruz. O şartlarda yapılan şeyleri görüyoruz, keşfediyoruz hiç bilmediklerimizi..." (K13)*

"Medya Temelli" motivasyonların frekans bakımından son sırada (2 frekans) yer alarak yalnızca "Sosyal medya ve popülerlik" koduyla sınırlı kalması, dijital görünürlük ve popüler kültür etkisinin ziyaret kararında oldukça düşük bir belirleyiciliğe sahip olduğunu göstermektedir. Bu yönüyle ziyaret, zaman zaman yüzeysel bir tüketime dönüşebilmekte ve mekânın manevi boyutu geri planda kalabilmektedir. Bu durumu destekleyen paydaş görüşü aşağıda verilmiştir.

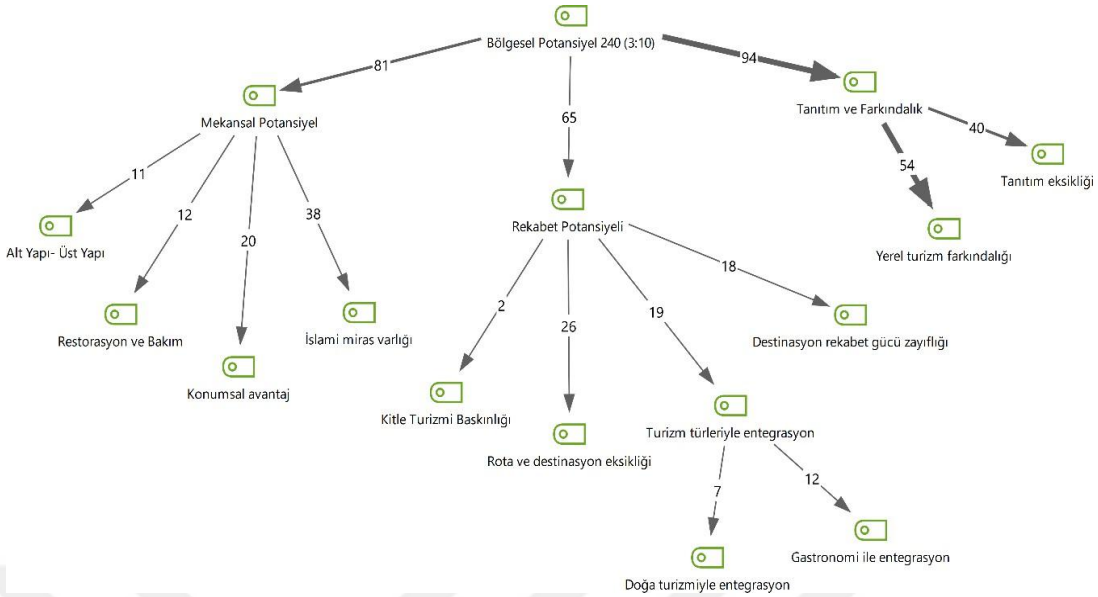
> *"Bir şey popülerse…sırf fotoğraf çektirmek için geliyorlar…ama ileri yaşlardaki ziyaretçilerde bu olmaz diye düşünüyorum…bence gençlerde de bunun tamamen telefonlardan ve sosyal medyadan kaynaklı olduğunu düşünüyorum" (K50)*

Araştırma bulguları, ziyaretçilerin kutsal mekânları öncelikle ruhsal tatmin ve manevi sorumluluk arayışıyla ziyaret ettiklerini göstermektedir. Bu durum, inanç turizmi literatüründe vurgulanan kutsallık deneyimi ve içsel dönüşüm temalarıyla uyumludur (Marlizar vd., 2025). Manevî ve inanç temelli motivasyonun belirleyici olması, ziyaret davranışının temelde içsel ve spiritüel bir arayışa dayandığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte geçmişle bağ kurma isteği de önemli bir motivasyon olarak öne çıkmaktadır. Literatürde bu tür ziyaretlerin ata kültü, kimlik ve kolektif hafıza ile ilişkili olduğu vurgulanmaktadır (Hanafi &Yudhiasta, 2024).

Mimari ve sanatsal özellikler ise ziyaret motivasyonları içinde tamamlayıcı bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Kutsal mekânların mimari ve estetik niteliklerinin ziyaret çekiciliğini artırdığı literatürde de belirtilmektedir (Pratiwi & Efendi, 2025). Sosyal medya ve popüler kültür etkisinin çoğu zaman ziyaret kararını doğrudan belirleyen bir unsurdan ziyade destekleyici bir rol üstlendiği vurgulanmaktadır (Sutrisno vd., 2024). Bunun yanında ziyaret motivasyonlarının yalnızca manevi ve aidiyet temelli olmadığı, aynı zamanda bilgi edinme, deneyim kazanma ve keşfetme isteği gibi bilişsel ve deneyimsel unsurlarla da şekillendiği görülmektedir. Bu bulgu, inanç turizmi ziyaretlerinin yalnızca ibadet odaklı değil, aynı zamanda öğrenme ve deneyim arayışını da içeren çok boyutlu bir yapıya sahip olduğunu ortaya koyan çalışmalarla uyumludur (Collins-Kreiner, 2010; Timothy & Olsen, 2006).

4.10.2.1.4. Bölgesel Potansiyele Yönelik Bulgular

Çalışmada turizm paydaşlarına Kocaeli ilinin İslami inanç turizmi potansiyeline ilişkin görüşleri sorulmuş ve bölgedeki inanç temelli turizm unsurlarını nasıl değerlendirdikleri ve bu konuya ilişkin algılarının hangi boyutlar çerçevesinde şekillendiği belirlenmek istenmiştir. Kocaeli ilinin İslami inanç turizmi potansiyeline yönelik "Bölgesel Potansiyel" teması oluşturulmuştur. Bu tema, tüm temalar içinde ilk sırada vurgulanarak (240 frekans), 2 alt kod, 10 kod, 3 alt tema ile yapılandırılmıştır. Şekil 10'da "bölgesel potansiyel" teması hiyerarşik kod-alt kod modeliyle sunulmuştur.



Şekil 10: Bölgesel Potansiyel TemasıHiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

"Tanıtım ve Farkındalık" (94) en çok vurgulanan alt tema olarak ilk sıraya (81 frekans) sahiptir. Frekans bakımında bu alt temada "Yerel turizm farkındalığı" (54) ve "Tanıtım eksikliği" (40) kodları sırasıyla yer almaktadır. Bulgular, potansiyelin görünürlük ve sahiplenme düzeyiyle bağlantılı olduğunu göstermektedir. Katılımcılar, Kocaeli'nde çok sayıda tarihî cami ve türbe bulunduğunu belirtmekle birlikte, bu mekânların kamuoyunda ve yerel halk nezdinde yeterince bilinmediğini ifade etmektedir. Yerel halkın kendi yaşadığı çevredeki inanç merkezleri hakkında sınırlı bilgiye sahip olması, hem iç turizm hem de yerel sahiplenme açısından önemli bir eksiklik olarak değerlendirilmektedir. Bu durum, toplumsal bilinç ve tanıtım faaliyetlerinin bölgesel turizm potansiyelinin ortaya çıkarılmasında belirleyici bir rol oynadığını göstermektedir. Bulguları destekleyen görüşler şunlardır:

> *"Kocaeli'de o kadar tarihi yerler var ama kimse bilmiyor. Kocaeli deyince ya deniz ya da Kartepe akla geliyor, buraların reklamı yapılmış, diğer yerlere yönelik bir tanıtım yok..." (K1)*

> *"Bence Kocaeli'nin bu tanıtımında biraz eksikliğimiz olabilir. Yeni Cuma Camisi'nin, Yalı Camisi'nin Kandıra'daki Orhan Camisi'nin, Çınarlı Camisi'nin, mescitlerimizin, türbelerimizin burada Kocaeli'nde gezilecek, görülecek çok yerler olduğu açık. Bu camilerimiz tarihi camilerimiz. Bu camilerin dokuları yapılışları, bakışları, mimarisi fevkalade önemli." (K22)*

"Mutlaka Kocaeli'de çok yerler vardır ama biz bilgi sahibi değiliz…yeterince tanıtılmıyor, gitsek yemek yiyeceğimiz, dini ihtiyaçlarımızı karşılayan mekanlar var mı?" (K38)

"Biz bu destinasyonu eğer iyi bir PR (halkla ilişkiler) yapamıyorsak, iyi bir pazarlama yapamıyorsak, destinasyonumuz olsa ne olur yani?...Yerel yönetimlerin de eksik olduğunu düşünüyorum. Ayrıca yeterli tesisler de yok" (K48)

"Kendi sahip olduğu kültürel değerleri gelecek kuşaklara aktarmadaki başarısı, ayakta tutma becerisi yani yerel farkındalığının olduğunu ben düşünüyorum." (K18)

"Mekânsal Potansiyel" ikinci sırada vurgulanan alt temadır (81 frekans). Bu alt temada "İslami miras varlığı" kodu (38) belirgin biçimde öne çıkmakta; "Konumsal avantaj" (20) ile "Restorasyon ve bakım" (12) kodları bölgenin hem somut kültürel varlıklar hem de mekânsal konum açısından güçlü bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Paydaş görüşleri, Kocaeli'de İslami inanç mekânlarının ağırlıklı olarak tarihî camiler, türbeler ve şehir merkezindeki Osmanlı dönemi yapıları olduğunu göstermektedir. Katılımcılar özellikle Yeni Cuma Camii, Fevziye Camii, Orhan Camii ve Kapanca Sokak çevresindeki tarihî dini yapıları ziyaret rotalarının temel unsurları olarak ifade etmektedir. Bu bulgular, bölgenin inanç turizmi potansiyelinin paydaşlar tarafından öncelikle somut İslami miras varlığı ve mekânsal potansiyeller üzerinden değerlendirdiğini göstermektedir. İlgili paydaş görüşleri aşağıda verilmiştir.

"Türbe anlamında bölgemiz çok meşhur… Sultan Baba Türbesi… Karamürsel bölgesinde Sünni Baba duymuşsunuzdur belki o var, Değirmendere'de Eski Yalı Cami Halıdere'nin yukarılarında restorasyonu yapılmış camilerimiz var." (K3)

"Ankara'dan bir grup getirecek olsam önce Yeni Cuma Camii'ne ve Fevziye'ye götürürüm."Sonra Kandıra'da Orhan Camii'ne, Çoban Mustafa Paşa Külliyesi'ne ve diğer tarihî camilere mutlaka götürürüm." (K1)"

"Gençleri önce şehitlikten başlatıp Orhan Camii, Akçakoca Dere Camii, Yumurtacı Mescidi ve Kapanca Sokak'taki tarihî yapıları gezdiriyoruz. Fevziye, Yeni Cuma ve Çınarlı Camii gibi tarihî mekânlarımız var; bu yerler ziyaret rotasında önemli duraklar…" (K10)

"*Kocaeli'de kültür varlığı olarak dini yapılarımız mevcut... Pertev Mehmet Paşa Camii, Fevziye Camii, Alaca Mescidi, Çoban Mustafa Paşa Külliyesi gibi birçok yapımız var."(K20)*

"Restorasyon yapılması gerekenler… bakım yapılması, çevre düzenlemesi yapılması gerekenler olabilir." (K7)

"Kocaeli tabii ki potansiyel yüksek bir yer. Geçiş güzergahı olduğu için, yol güzergahı olduğu için. Asya ile Avrupa'yı birbirine bağlayan İstanbul, hemen yanında da Kocaeli. Bu güzergahta yol güzergahı olmak turizmde en önemli faktörlerden bir tanesi. Yol varsa oradan mutlaka geçen olacaktır, yolcu olacaktır. Bu yol sebebiyle, konum itibariyle de öyle." (K21)

"Rekabet Potansiyeli" alt temasının (65 frekans)tüm alt temalar arasında son sırada vurgulandığını görülmektedir. Bu alt temada "Rota ve destinasyon eksikliği" (26), "Turizm türleriyle entegrasyon" (19), "Destinasyon rekabet gücü zayıflığı" (18) ve "Kitle Turizmi Baskınlığı" (2) kodları frekans bakımından birbirini takip etmektedir. Paydaşlar, bölgeye gelen ziyaretçilere yönlendirici bir inanç turizmi rotasının bulunmadığını ve bu durumun planlı bir ziyaret deneyimini zorlaştırdığını ifade etmektedir. Ayrıca Kocaeli'nin İstanbul ve Bursa gibi güçlü destinasyonların gölgesinde kaldığı algısının, bölgenin özgün değerlerinin görünürlüğünü azalttığı gibi destinasyon rekabet gücünü de azalttığı belirtilmektedir. Paydaşların inanç turizminin diğer turizm türleriyle entegrasyonuna yönelik farkındalığa sahip olduğu ancak etkilerin daha çok ekonomik ve sosyal-kültürel düzlemde tartışıldığı görülmektedir. "Gastronomi ile Entegrasyon" (12) ve "Doğa Turizmiyle Entegrasyon" (7) kodları, inanç turizminin on iki aya yayılması amacıyla ürün çeşitlendirme potansiyeline işaret etmektedir. Paydaşlar, kültür, doğa ve gastronomi unsurlarıyla birlikte planlanan bir inanç turizmi modelinin destinasyon değerini artıracağını ifade etmektedir. Bu durum, tekil bir turizm türü yerine bütünleşik bir turizm stratejisinin gerekliliğine işaret etmektedir. Kocaeli ilinin özellikle Kandıra bölgesinin deniz-kum-güneş turizmi de denilen ve kitle turizmiyle ilişkilendirilen turizm türünün sınırlı düzeyde dile getirilmesi, bölgenin turizm algısının ağırlıklı olarak kıyı turizmi üzerinden şekillendiğini göstermektedir. Bu bulgular, Kocaeli'nin inanç turizmi potansiyeline rağmen sistematik bir destinasyon kimliği oluşturamadığını ortaya koymaktadır. Bulguları destekleyen görüşler aşağıdaki gibidir.

“Bizim inanç turizmi rotamız yok… burayagelen birisi deseki ben nereye gideceğim?... birisi bu tarafa git, diğeri o tarafa…Ama belli bir güzergâh olmuş olsa…bir güzergâhtan birini tercih etmesi yeterli olacaktır. Sizin bu çalışmanızla bu oluşturulabilir. İnşallah. Çalışmalar belki birleştirip biz zemin oluşturursak. Zemin oluşabilir.” (K20)

“İstanbul'un biraz gölgesinde kalmış bir yer. Dolayısıyla Bursa gibi, İstanbul, Edirne gibi Amasya, Manisa gibi şehzadeler payitaht mekânında olmadığı için biraz kısır gibi gözüküyor.” (K10)

“Yasal bağlayıcılığı yok ama özellikle dünya miras listesine girmek isteyen alanlarda herkes elini taşın altına koyuyor. Turizm master programında inanç turizmi başlığı yoktu… Ciddi bir şey, aslında buradaki bu potansiyelin göz ardı edildiğinin belki de ispatı da olabilir.”” (K49)

“…destinasyon dediğinizde gastronomi noktasında desteklenmesi gerek… mesela hizmetimizin yerelde çok güzel lezzetleri olduğu halde…genelde pişmaniye geliyor aklımıza. Güzel doğamıza orman denizi demiştir Evliya Çelebi kullanmak lazım turizmde” (K43)

“Namazımızı eda ettik, böreğimizi yedik… böyle bir ambiyans yaşattı. İnanç turizmi buydu zaten.”(K12)
“…inanç turizmine hani böyle bir yemek noktasında, gastronomi noktasında katkı sunabilir.(K11)

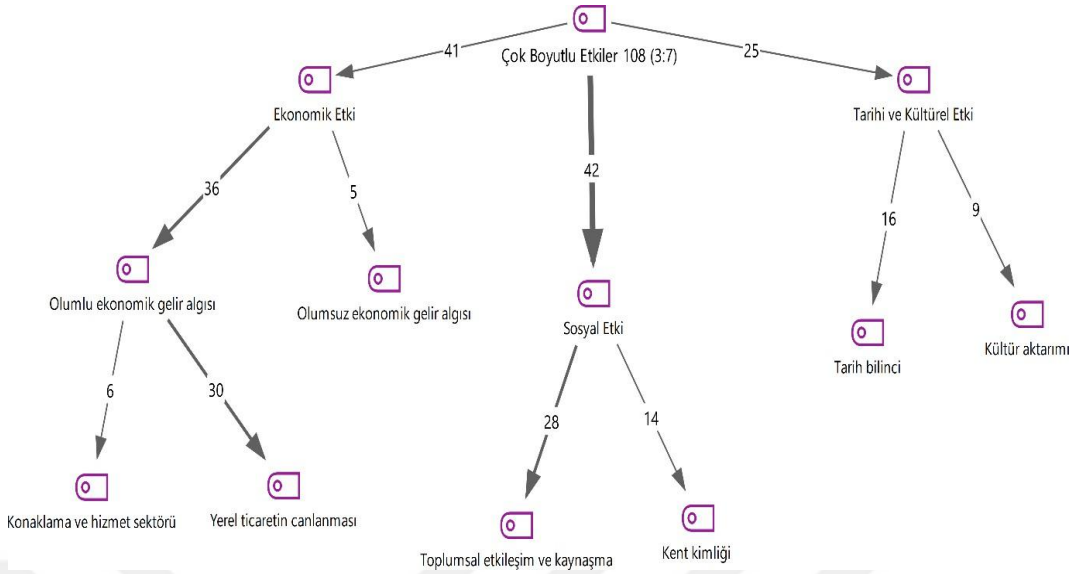
“Biz tanıtımlarımızda bir destinasyon oluşturup... doğa, tarih, inanç turizmini bir içerisine alıp... bu şekilde sunmaya çalışıyoruz.”(K17)

Kocaeli bulguları, bölgede güçlü bir İslami miras varlığının bulunduğunu ortaya koymakla birlikte, tanıtım eksikliği ve yerel farkındalık yetersizliğinin önemli sorun alanları olduğunu göstermektedir. Tarihî camiler ve dini yapılar –özellikle Orhan Camii gibi Osmanlı dönemine ait yapılar– bölgenin somut İslami inanç mirasını temsil eden önemli çekim noktaları olarak değerlendirilmektedir. Ancak bu mirasın turizm potansiyeline dönüşmesi, yalnızca fiziksel varlığın korunmasıyla değil; tanıtım, toplum katılımı ve ziyaret deneyiminin tasarlanmasıyla mümkün olmaktadır. Nitekim literatürde kutsal mekânlar etrafında geliştirilen tematik rotalar ve ürün paketlerinin destinasyon değerini artırdığı vurgulanmaktadır (Karataş vd., 2025; Adamış vd., 2024). Buna karşılık yerel farkındalık ve iletişim eksikliğinin ziyaretçi akışı ve hizmet kalitesini olumsuz etkilediği de belirtilmektedir (Mandalia, 2023). Bu nedenle İslami mirasın korunması ve görünürlüğünün artırılması

sürdürülebilir yönetim açısından kritik bir gereklilik olarak görülmektedir (Oli & Woli, 2024). Literatür, rota temelli ürün tasarımının destinasyon başarısında belirleyici olduğunu göstermektedir (Oliva & Trono, 2023; Avolio vd., 2024). Benzer şekilde bakım ve restorasyon eksikliklerinin hem yapısal riskleri artırdığı hem de ziyaretçi deneyimini zayıflattığı ifade edilmektedir (Ayorekire vd., 2020). Bu bağlamda rota tasarımı ve öncelikli restorasyon planlarının oluşturulması stratejik önem taşımaktadır (Oli & Woli, 2024). İlave olarak Türkiye'de inanç turizminin gastronomi ve doğa turizmi ile entegrasyonuna yönelik çalışmalar, bu turizm türlerinin birbirini tamamlayıcı bir yapı sergilediğini ortaya koymaktadır. Özellikle yerel mutfak unsurlarının ziyaret deneyimini zenginleştirdiği ve destinasyonun ekonomik katkısını artırdığı; benzer şekilde inanç merkezlerinin çoğunlukla doğal çevrelerle iç içe olması nedeniyle doğa temelli turizm faaliyetleriyle birlikte değerlendirilebildiği ifade edilmektedir. Bununla birlikte literatür, bu entegrasyonun çoğu zaman potansiyel düzeyinde kaldığını ve sistematik rota planlaması ile turizm ürünü geliştirme süreçlerinin sınırlı olduğunu vurgulamaktadır (Okuyucu & Somuncu, 2013; Çetin & Bilgihan, 2016; Timothy & Olsen, 2006).

4.10.2.1.5. Çok Boyutlu Etkilerine Yönelik Bulgular

Çalışmada katılımcılara İslami inanç turizmi faaliyetlerinin kendileri ve bölge üzerindeki etkilerine ilişkin görüşleri sorulmuş; bu etkinin hangi boyutlar üzerinden anlamlandırıldığı belirlenmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda oluşturulan kodlar, "Çok Boyutlu Etkiler" teması altında toplanmış olup, bu tema ekonomik etki, sosyal etki ve tarihî ve kültürel etki olmak üzere üç alt tema çerçevesinde yapılandırılmıştır. Bu tema, tüm temalar arasında frekans bakımından altıncı sırada olup (108 frekans), ve 2 alt kod, 6 kod ve 3 alt tema ile yapılandırılmıştır. Şekil 11'de tema, hiyerarşik kod-alt kod modeliyle sunulmuştur.



Şekil11: Çok Boyutlu Etkiler TemasıHiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

"Sosyal Etki" alt teması, en fazla vurgulanan (42 frekans) alt tema olarak öne çıkmaktadır. Bu alt tema kapsamında "Toplumsal etkileşim ve kaynaşma" (28) kodu belirgin biçimde öne çıkarken, "Kent kimliği" (14) kodu daha sınırlı düzeyde temsil edilmektedir. Bulgular, inanç turizmi faaliyetlerinin sosyal boyuttaki temel etkisinin bireyler arası etkileşimi artırarak toplumsal kaynaşmayı güçlendirmek olduğunu göstermektedir. Ziyaret süreçlerinde farklı sosyal grupların bir araya gelmesi, iletişim ve etkileşim fırsatlarını artırarak sosyal ilişkilerin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Buna karşılık kent kimliğine ilişkin vurguların daha düşük düzeyde kalması, inanç turizminin etkisinin daha çok etkileşim ve ilişkisel bağlar üzerinden ortaya çıktığını; kentsel kimlik oluşumunun ise daha uzun vadeli bir süreçte şekillendiğini göstermektedir. Bulguları destekleyen alıntılar aşağıda sunulmuştur.

> *"Bu yerler gezildikçe insanlar birbirini tanıyor, kültürler arasındaki önyargılar azalıyor." (K20)*

> *"İnanç insanlık kimliğinin temel konusundan bir tanesi. Yani insan kimlik kazanmak istiyorsa mutlaka köklerine inmek durumunda. […] Bu vitrine, tarihin değerlerini vitrine çekmek bizi hem zinde tutar hem kültür seviyemizi hem kimlik oluşmamızı, özellikle kente özgü kimlik ve değerlerin görünürlüğünü, hızlandırır hem de savrulmamızı da engeller."(K21*

"Halkın bilgi sahibi olması gerekecek çünkü dışarıdan gelenler onlara soracaklar… Sonra onlarla diyalog kurulacak. Sosyal olarak bir kaynaşma, bir hareketlilik oluşacak." (K23)

"Ekonomik Etki"alt teması, tüm alt temalar arasında ikinci sırada vurgulanmıştır (41 frekans). Bu alt temada "Olumlu Ekonomik Gelir Algısı" (38) kodu belirgin biçimde öne çıkmakta; bunun altında "Yerel ticaretin canlanması" (30) ve "Konaklama ve Hizmet Sektörü" (8) alt kodları ekonomik hareketliliğin yerel ekonomi çerçevesinde algılandığını göstermektedir. "Olumsuz ekonomik gelir" algısının daha az vurgulanması (5), ekonomik etkilerin paydaşlar tarafından büyük ölçüde olumlu değerlendirildiğini göstermektedir. Bu durum, inanç turizminin özellikle yerel esnaf için ekonomik gelir sağlayacağı yönündeki algının güçlü olduğunu ortaya koymaktadır." Bununla birlikte bazı paydaşlar ekonomik beklentiye daha temkinli yaklaşmakta; inanç turizminin manevi ve kültürel boyutunun ekonomik kazancın önüne geçmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bulguları destekleyen görüşler şöyledir.

"Mehmet Ali Paşa mahallesinde tarihi cami var... Oradaki esnafa fayda sağlayabilir… ekonomik olarak da esnafı kalkındırması açısından fayda sağlayabilir diye düşünüyorum…" (K37)

"…Ekonomik yönden bu insanlar sonuçta burada konaklıyorlar. Yemek ihtiyaçlarını görüyorlar…Bununla ilgili ekonomik olarak şehre bir katkısı olur. Manevi olarak kişilerin kendine de katkısı olur. Şehrimizi tanırlar." (K24)

"Birçok etkisi olacaktır ama en önemlisi insanın kendiyle alakalı etkisidir… Onun haricinde ekonomik olarak da o bölgedeki esnafa… etkisi olacaktır." (K31)

"Tarihi mekânların canlandırılmasıyla o bölgede hareket oluyor; hem yerel ekonomi canlanıyor hem insanlar oraya gelmeye başlıyor." (K20)

"Bu tür ziyaretler yapıldığında hem o bölge güzelleşiyor hem de ekonomik olarak canlılık oluşuyor." (K30)

"Ekonomik anlamda ne olur ki inanç turizminden çok fazla benim bir beklentim yok… Daha çok kültürel taşınma, kültürel etkileşim…" (K3)

"Bazıları sadece fotoğraf çekip gidiyor. Esnafa bir katkı yok, camiye de yok. Bir şey almıyorlar, bir şey bırakmıyorlar."(K50)

"Tarihi ve Kültürel Etki" (25) alt teması, "Tarih bilinci" (16) ve "Kültür aktarımı" (9) kodlarıyla inanç turizminin kültürel mirasın fark edilmesi ve görünürlüğüne yönelik etkilerini ortaya koymaktadır. Bulgular, inanç turizmi faaliyetlerinin yerel kültürün hem ziyaretçiler hem de yerel halk tarafından yeniden görünür kılınmasına ve kültürel miras bilincinin güçlenmesine katkı sağladığını göstermektedir. Bu bulguları destekleyen paydaş görüşleri aşağıda sunulmuştur.

> *"Benim ecdadım buralardan geçmiş... tarih bilinci ve aidiyet hissi oluyor tabii buraya." (K4)*
>
> *"İnanç turizminde daha çok kültürel taşınma…farklı kültürlerin tanınması söz konusu." (K3)*
>
> *"Bir de tabii diğer kültürler geçmişte hem Roma, hem Bizans, hem İslami dönemde Selçuklu, Osmanlı döneminin izlerini taşıması açısından ciddi bir birikime sahip bir bölge." (K21)*
>
> *"Oradaki o tarihi şahsiyetlerin de üzerimizde etkili olacağını düşünüyorum… çünkü o insanların yaşam tarzını tanıyacağız." (K31)*
>
> *"Orhan Camii'de kılıçla hutbe okunması gibi tarihî unsurlar insanların merakını cezbediyor; insanlar bu tarihi görmek için geliyor." (K13)*

Çalışma bulgularında sosyal etkilerin en yüksek frekansa sahip olması, inanç turizminin bireyler arası etkileşimi artıran ve toplumsal kaynaşmayı destekleyen bir işlev üstlendiğini göstermektedir. Bu durum, dini turizm deneyiminin ortak deneyim ve topluluk duygusu ürettiğini ortaya koyan çalışmalarla örtüşmektedir (Timothy & Olsen, 2006). Ziyaret süreçlerinde farklı sosyal grupların bir araya gelmesi, iletişim ve etkileşim fırsatlarını artırarak sosyal bağların güçlenmesine katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda, hac ve benzeri dini etkinliklerde gözlemlenen "topluluk duygusu" kavramı, bireylerin geçici de olsa daha bütünleşik bir topluluk deneyimi yaşadığını açıklamaktadır (Turner, 1969). Sosyal etki kapsamında ortaya çıkan "kent kimliği" boyutu, inanç merkezlerinin kentin kültürel ve toplumsal anlatısının somutlaştığı alanlar olduğunu göstermektedir. Literatürde, dini turizmin yerel toplulukların kendilerini yeniden tanımlamalarına ve ortak bir kimlik etrafında birleşmelerine katkı sağladığı ifade edilmektedir (Collins-Kreiner, 2016).

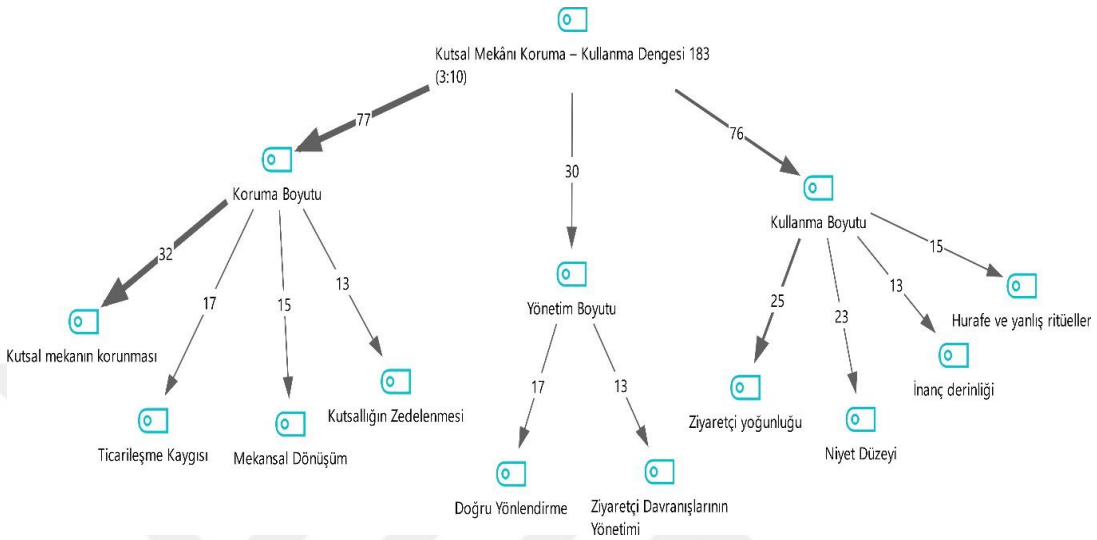
Bu yönüyle inanç turizmi, hem toplumsal etkileşimi güçlendiren hem de kentsel kimlik algısını destekleyen çok boyutlu bir sosyal etki üretmektedir (Timothy & Nyaupane, 2009). Diğer önemli bulgu da, ekonomik etkidir. İnanç motivasyonlu seyahatlerin yerel ekonomi üzerinde doğrudan harcama etkisi yarattığı; özellikle konaklama, yeme-içme ve küçük ölçekli ticari faaliyetler aracılığıyla çarpan etkisi oluşturduğu çeşitli çalışmalarda vurgulanmaktadır (Timothy & Olsen, 2006; UNWTO, 2014). Elde edilen bulguların "yerel ticaretin canlanması" kodunda yoğunlaşması, inanç turizminin yerel kalkınma aracı olarak algılandığını göstermektedir. Bu durum, inanç destinasyonlarının özellikle orta ölçekli kentlerde ekonomik çeşitliliği destekleyici rol oynayabileceğini belirten araştırmalarla paralellik göstermektedir (Collins-Kreiner, 2010; Rinschede, 1992).

Bu çalışmada tarih bilincinin güçlü bir boyut olarak ortaya çıkması, inanç merkezlerinin yalnızca ibadet mekânı değil; tarihi ve kültürel sürekliliğin taşıyıcısı olarak görüldüğünü göstermektedir. Bu bağlamda inanç merkezleri, kentin kültürel anlatısının somutlaştığı alanlar olarak değerlendirilebilir. Bu durum, inanç turizminin yalnızca içe dönük bir pratik değil, kültürel alışverişe açık bir süreç olduğunu savunan yaklaşımlarla uyumludur (Timothy & Nyaupane, 2009). Çalışmada "olumsuz ekonomik etki" boyutu da dikkat çekicidir. Paydaşların inanç turizminin ekonomik katkısını yeterli ve sürdürülebilir bir gelir kaynağı olarak görmediklerine işaret etmektedir. Bu durum, inanç turizminin her destinasyonda doğrudan ekonomik kazanç üretmeyebileceğini ve ekonomik faydanın yerel bağlama, ziyaretçi yoğunluğuna ve turizm altyapısına bağlı olarak değişebileceğini ortaya koyan çalışmalarla uyumludur (Sharpley, 2002). Bu bağlamda, ekonomik katkının sınırlı algılanması, destinasyonun turizm ürün çeşitliliği ve entegrasyon düzeyi ile ilişkili olabilir.

4.10.2.1.6. Kutsal Mekânın Koruma- Kullanma Dengesine Yönelik Bulgular

Çalışmada katılımcılara, İslami inanç turizmi hareketliliğinden kaynaklanacak katkıların kutsal mekânların manevi atmosferi ve kutsallığı üzerindeki olası etkileri sorulmuş; bu etkilerin koruma–kullanma dengesi bağlamında nasıl değerlendirildiği ortaya koyulmak istenmiştir. Verilerden hareketle oluşturulan "Kutsal Mekânın

Koruma–Kullanma Dengesi" teması, tüm temalar arasında frekans bakımından üçüncü sırada (183 frekans) yer almış, 10 kod ve 3 alt tema ile yapılandırılmıştır. Şekil 12'de tema, hiyerarşik kod-alt kod modeliyle sunulmuştur.



Şekil 12: Kutsal Mekânı Kullanma-Koruma Dengesi Teması Hiyararşik Kod-Alt Kod Modeli

Frekans dağılımı incelendiğinde, "Kutsal Mekân Koruma–Kullanma Dengesi" temasının üç alt boyut altında görece dengeli bir yapı sergilediği görülmektedir. Koruma boyutu (77) ve kullanma boyutu (76) neredeyse eşit düzeyde vurgulanırken, yönetim boyutunun (30) daha sınırlı bir frekansa sahip olduğu dikkat çekmektedir. Bu durum, katılımcıların kutsal mekânlara ilişkin değerlendirmelerinde koruma ve kullanım unsurlarını birlikte ele aldıklarını, ancak bu dengenin nasıl sağlanacağına ilişkin yönetsel süreçlerin daha az vurgulandığını göstermektedir.

"Koruma Boyutu" alt teması, tüm alt temalar arasında ilk sırada vurgulanmıştır (77 frekans). Bu alt temada "Kutsal mekanın korunması" (32) kodu belirgin biçimde öne çıkmakta; bunu sırasıyla "Ticarileşme kaygısı" (17), Mekânsal dönüşüm" (15) ve "Kutsallığın zedelenmesi" (13) kodları izlemektedir. Bulgular, katılımcıların kutsal mekânların turizm faaliyetleri kapsamında değerlendirilmesine temkinli yaklaştıklarını ve özellikle bu alanların manevi niteliğinin korunması gerektiğini vurguladıklarını göstermektedir. Bununla birlikte ticarileşme, mekânsal dönüşüm ve kutsallığın zedelenmesi gibi risklere yönelik kaygılar, turizm faaliyetlerinin kontrolsüz gelişmesi durumunda kutsal mekânların özgün ve manevi

karakterinin zarar görebileceğine ilişkin bir hassasiyetin bulunduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, katılımcıların kutsal mekânların turizmle ilişkilendirilmesinde koruma–kullanma dengesinin gözetilmesi gerektiğine yönelik güçlü bir farkındalığa sahip olduklarını göstermektedir. Bulguları destekleyen paydaş görüşleri şunlardır.

> *"Çevredeki gürültü veya uygunsuz işletmeler caminin manevi atmosferini olumsuz etkileyebilir. Çok ziyaretçi gelirse… burası turistik, tarihi bir alana dönüşür, maneviyatı kayboldu fikri gelir aklımıza? …" (K23)*

> *"İnsan elinin değdiği her şeyi bazen mahvetme gibi bir özelliği var… bilinçsiz davranışlar o yapılara zarar verebilir." (K6)*

> *"Yani bizim insanımız zarar vermeye çok müsait tabii ama maneviyatı da arttırır ister istemez… ama tabii dikkatli de olmak lazım. Yani oralara zarar da verilmemeli." (K16)*

> *"Eğer camiler mabet ya da dinin yerine kültür merkezleri statüsüne döndüğü zaman kültür merkezinde hiçbir feyiz bulamazsın." (K12)*

> *"Çok fazla turistik olunca bazen o havaya giremiyorsunuz; sanki bir müze geziyormuş gibi oluyor, mekan başka bir şeye dönüşüyor." (K32)*

"Kullanım Boyutu" alt teması, frekans bakımından ikinci sıraya (76) sahiptir. "Ziyaretçi yoğunluğu" (25) kodunun öne çıkması, kullanım artışının kutsal alan üzerinde oluşturabileceği baskıya dikkat çekerken, maneviyatı arttırdığı da belirtilmektedir. Frekans bakımından bu sırayı "Niyet düzeyi" (23), "Hurafe ve yanlış ritüeller" (15) ile "İnanç derinliği" (13) alt kodları takip etmektedir. Bulgular, kutsal mekân ziyaretlerinin yalnızca fiziksel bir hareketlilik olarak değil, aynı zamanda ziyaretçilerin niyetleri, inanç düzeyleri ve uygulama biçimleri üzerinden şekillenen manevi bir deneyim olarak değerlendirildiğini göstermektedir. Bununla birlikte ziyaretçi sayısındaki artışın kutsal mekân deneyimini etkileyebileceği ve aşırı turistikleşmenin manevi atmosferi zayıflatabileceği yönünde değerlendirmeler de dile getirilmiştir. Ayrıca türbe ziyaretleri sırasında ortaya çıkan hurafe ve yanlış ritüel uygulamalarına yönelik eleştiriler, kutsal mekânların kullanım biçiminin dini hassasiyetler çerçevesinde ele alınması gerektiğine işaret etmektedir. Destekleyici alıntılar şunlardır.

"Oraya gelenler zaten halis niyetlerle geliyorlar… olumlu yönde belki onların etkileri olabilir." (K4)

"Değişik hurafeler var… muhterem zatlara dua edeceğinize onlardan taleplerde bulunuyor. Bu yanlışlıkların da düzeltilmesi lazım." (K8)

"Şimdi bu ziyaret yerlerine gittiğimiz zaman tabii çokluk olduğu zaman insanların daha çok muhabbet duygusu artıyor ancak sıkıntıda yaratıyor. Kalabalığın manevi atmosfere çeşitli etkileri var." (K9)

"Yani ziyaretçi ne kadar çok olursa oradaki manevi atmosfer o kadar yükselir." (K14)

"Buraya gelen insanlar oranın anlamını kendi içlerinde içselleştirirler diye düşünüyorum." (K7)

"Oraya kalben girersen bir şeyler alırsın; sadece gezmeye gelirsen binanın dışını görürsün." (K15)

"Yönetim Boyutu" alt teması, frekans bakımından son sırada (30) gelmektedir. Bu alt temada "Doğru yönlendirme" (17) ve "Ziyaretçi davranışlarının yönetimi" (13) kodları yer almaktadır. Bulgular, koruma–kullanma sürecinin yalnızca mekânsal bir mesele olarak değil, aynı zamanda mekânda yönlendirme, bilgilendirme ve ziyaretçi davranışlarının düzenlenmesi üzerinden ele alınan hassas biryönetim süreci olarak algılandığını ortaya koymaktadır. Bu kapsamda katılımcı görüşleri aşağıdaki doğrudan alıntılarla desteklenmektedir.

"Eğer ki gelen ziyaretçi bilinçliyse ya da ziyaretçinin yanında refakat eden, rehberlik eden görevli o bilinci ona ulaştırırsa muhakkak o esere manevi bir hassasiyetle yaklaşacaktır." (K8)

"Türbelerde bazı yerlerde bilgilendirme yapılıyor… işte kilit asmak, çaput asmak gibi konularda yönetimsel hassasiyetler dile getiriliyor." (K3)

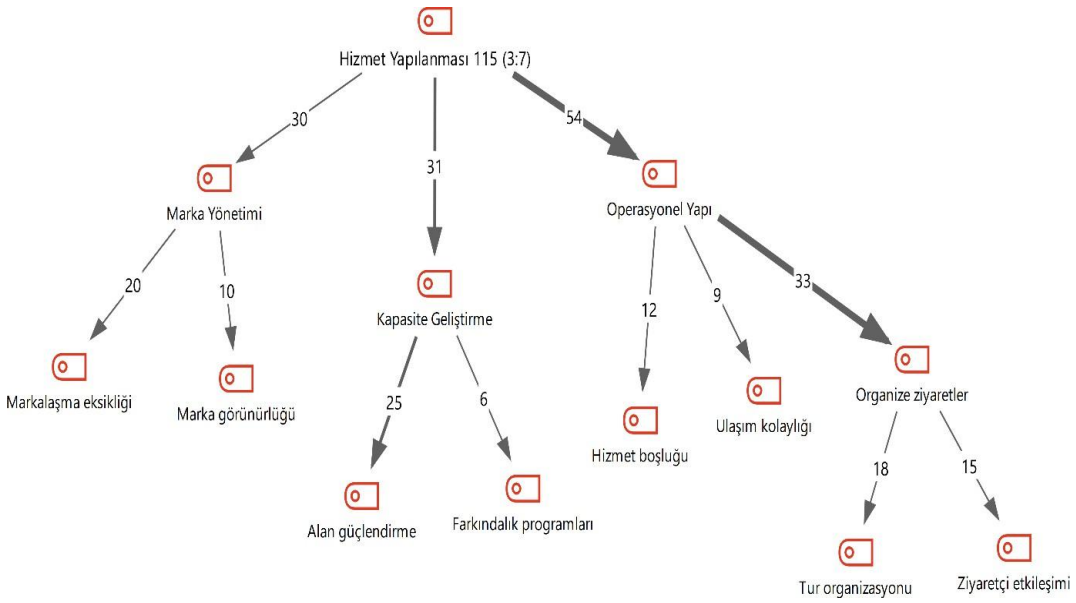
"Bazı ziyaret yerlerinde karekod, broşür ve rehberlik hizmetleri aracılığıyla ziyaretçilere doğru bilgi aktarımı sağlanarak, mekânın manevi niteliğine uygun davranışların yönlendirilmesine yönelik uygulamalar gerçekleştirilmektedir." (K10)

"Ya da ziyaret adabı başlığı altında…işte mesela tarihi dokuyu korumak için tarih alanlarında şuna dikkat edin, manevi alanlarda buna dikkat edin…" (K17)

Kalabalık ve ziyaretçi yoğunluğunun oluşturduğu baskının kutsallık algısını zedeleyebileceğine ilişkin bulgular, ziyaret hacmindeki artışın hem fiziksel koruma sorunları hem de ritüel sürekliliği açısından risk oluşturduğunu ortaya koyan çalışmalarla paralellik göstermektedir (Avoliovd., 2024). Araştırma bulguları, Kocaeli'de İslami inanç merkezlerinin ruhani atmosferinin güçlenmesine yönelik genel olarak olumlu bir algı bulunduğunu göstermektedir. Bununla birlikte ziyaretçi yoğunluğunun artması, ticarileşme eğilimleri ve yönetsel düzenlemelerdeki eksikliklerin devam etmesi durumunda kutsiyet algısının zayıflayabileceği değerlendirilmektedir. Bu durum, inanç merkezlerinde kullanım ile koruma süreçleri arasında dengeli bir yaklaşımın gerekli olduğunu ortaya koymaktadır

4.10.2.1.7. Hizmet Yapılanmasına Yönelik Bulgular

Çalışmada turizm paydaşlarına bölgenin İslami inanç turizmi kapsamında hizmet yapılanmasına ilişkin sorular sorulmuş ve sunulan hizmetlerin nasıl anlamlandırıldığı ortaya koyulmak istenmiştir. "Hizmet Yapılanması" teması, frekans bakımından tüm temalar arasında beşinci sırada (115 frekans) yer almış, 2 alt kod, 7 kod, 3 alt tema ile yapılandırılmıştır. Şekil 13'de bu tema, hiyerarşik kod-alt kod modeliyle sunulmuştur.



Şekil13: Hizmet Yapılanması Teması Hiyerarşik Kod- Alt Kod Modeli

"Operasyonel yapı" alt teması (54 frekans) kapsamında "Organize ziyaretler" (33), "Hizmet boşluğu" (12) ve "Ulaşım kolaylığı" (9) kodları, hizmet yapılanmasının planlama, organizasyon ve uygulama boyutlarında ortaya çıkan ihtiyaç ve aksaklıkları yansıtmaktadır. "Organize ziyaretler" kodu kapsamında tur organizasyonu (18) ve ziyaretçi etkileşimi (15)alt kodlarının birbirine yakın frekanslarla öne çıktığı özellikle rehberlik ve etkinlikler aracılığıyla ziyaretçi deneyiminin zenginleştirilebileceği anlaşılmaktadır. Bu bulgular, hizmet yapılanmasının etkin ve sürdürülebilir bir biçimde yürütülebilmesi için bütüncül bir planlama ve koordinasyon gerektirdiğini göstermektedir. Bu kapsamda paydaş görüşleri aşağıda sunulmuştur.

"Şu anda göze görülür bir faaliyet yok… sadece bazı dini günlerde küçük etkinlikler oluyor."(K35)

"…belediyelerin burada yapabileceği en güzel şeylerden biri bu alanların… ulaşımını güçlendirmek olacaktır."(K11)

"Ben duymadım. İlçe belediyelerinden camilerin etrafında hizmete yönelik bir faaliyet duymadım. İnsanları buralarda daha uzun süre tutacak işletmeler yapılmalı…"(K36)

"İnanç turizmi anlamında geçmiş dönemde yapılmış olan bir iki tane organizasyon var… onun dışında yakın zamanda alanda yapılan başka hiç bir şey yok."(K48)

"Belediye iki tane otobüs tahsis eder… der ki camiden kalkacak falan yere gidecek. Bu ziyaret alanlarının canlı kalması için tur yapılabilir… Adalar'daki gibi turlar düzenlenebilir."(K27)

"... Haftada bir tur organize edilebilir, günlük tur olabilir."(K8)

"Belediyeler kendi bünyelerinde oralara günübirlik olabilir, kalmalı olabilir, turlar düzenleyebilir." (K7)

"Şenlikler yapılabilir, insanlar o cami etrafında buluşabilir. Yemek yiyebilecekleri yerler olmalıdır, hediyelik eşya alabilmeliler…ama ne yazık ki yeterli değil" (K10)

"Güzel bir rota oluşturmak lazım… Sadece inanç turizmi olarak… sadece bu camileri de gezdiremezsiniz." (K31)

"Ramazan aylarında farklı camilerde çocuklara etkinlik yapılabilir… rehber aracılığıyla caminin tarihi anlatılabilir." (K6)

"Kapasite geliştirme" alt temasıfrekans bakımında ikinci sırada (31 frekans) yer almaktadır. "Alan güçlendirme" (25) kodunun belirginliği, fiziksel ve işlevsel kapasitenin geliştirilmesi gerekliliğinin ön planda olduğunu göstermektedir. "Farkındalık programları" (6) kodu ise kapasite artırımının yalnızca fiziki değil, bilinçlendirme temelinde bir boyutunun da olduğunu ortaya koymaktadır. Destekleyici görüşler şöyledir.

> *"Bölgemizdeki tarihi, doğal ve manevi güzellikleri topyekûn gün yüzüne çıkartmak… tarih yolu projesi... bölgeyi güçlendirir"(K47)*

> *"Yeni caminin yapılmasıyla birlikte etrafındaki işletmeler de şekil almaya başladı. İnsanların ihtiyaçlarına yönelik tesisler, hizmetler…" (K12)*

> *"Yani bir kere buradaki yerli insanı bile eğitmek lazım… Sultan Baba'ya mahallelerden insanları götürüp göstermesi, bilinçlendirmesi lazım. Altyapı önce tabanla olur, yani buradaki insanlarla olur. İnsanların farkındalıkları önemli"(K35)*

> *"Milli eğitim bunu… liselerde yapıyor mesela öğrencileri camilere, şehitliğe götürüyor, eğitiyor, anlatıyor, bilinçli ve farkında oluyor çocuklar… Bunun gibi aynısının bu yönde de yapılması lazım." (K23)*

> *"Ramazan'da ziyaretçilere bir bilgilendirme yapılırsa iyi olur, belki onu yapabilirler…" (K20)*

"Marka yönetimi" alt teması frekans bakımından (30) üçüncü sırada yer almaktadır. "Markalaşma eksikliği" (20) kodu frekans bakımından dikkat çekerken, "Marka görünürlüğü" kodu (10) daha az vurgulanmaktadır. Bulgular, destinasyon kimliği ve görünürlüğüyle ilgili eksikliklere işaret etmektedir. Ayrıca tanıtım materyallerinin sınırlı olması, sosyal medya ve reklam çalışmalarının yetersizliği ve "inanç turizmi" kavramının açık biçimde kullanılmaması, markalaşma sürecinin zayıf kaldığını göstermektedir. Bu durum, potansiyelin var olduğunuancak tanıtım ve iletişim faaliyetlerinin sınırlı olması nedeniyle yeterince görünür kılınamadığına işaret etmektedir. Konuya yönelik paydaş görüşleri şunlardır.

> *"… Bir İzmit dediğin zaman… inanç turizmi olabilecek yerleri bence gelmeli akla. Camilerimiz, türbelerimiz…" (K7)*

> *"Tur üzerinde rehberlik yapılabilir, dijital rehberler kullanılabilir*

belki… Tabelalar bile işe yarayabiliyor. Afiş paylaşımları yapılmalı" (K5)

"Şu an zaten sosyal medyanın gücü kullanılabilir kesinlikle… insanlar çoğu şeyi sosyal medya üzerinden öğreniyor."…festival havasında etkinlikler planlanmalı, geleneksel hale getirilerek, her yıl düzenli yapılmalı…" (K6)

"59 tane dini mekân varsa, 58 tanesinden benim haberim yok…Tanıtımla alakalı mesela bir broşür olabilir… Yok ben hiç denk gelmedim.""(K37)

"Tanıtımla ilgili… bizde reklam yok." (K15)

"Billboardlar kullanılabilir, insanların dikkatini çekecek yazılarla gündem oluşturulabilir." (K23)

"İnanç turizmi olarak isimlendirmedik, tanımlamadık ama aslında o işi yapmışız." (K50)

"Diğer illerde tanıtım yapılabilir… bazı sloganlar kullanılabilir. Tarihte unutulmaya yüz tutmuş mekânlar, camiler, türbeler tekrar restore edildi, halkımıza kazandırıldı şeklinde çalışmalar yapılabilir." (K24)

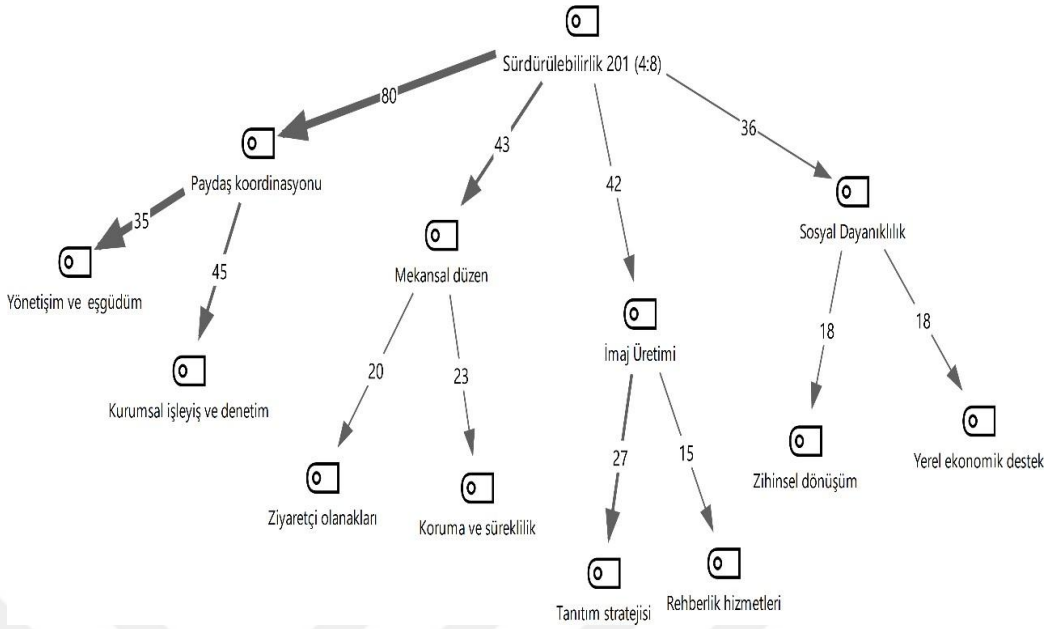
"Tanıtımlar var ama her kesime ulaşmıyor… bunun daha çok artırılması gerekir."(K42)

Alan güçlendirme, yalnızca fiziksel müdahaleleri içeren bir süreç olarak değil, mekânın işlevsel kullanımını destekleyen ve planlı kullanım biçimleriyle ilişkilendirilen bir gelişim süreci olarak değerlendirilmelidir. Nitekim kültürel ve dini miras alanlarının sürdürülebilirliği, yalnızca restorasyon faaliyetleriyle sınırlı kalmayıp, aktif kullanım ve ziyaret süreçleriyle birlikte ele alınmaktadır (Ashworth & Tunbridge, 2000). Kocaeli bulgularında cami, türbe ve şehitliklere yönelik onarım ve bakım faaliyetlerinin sıklıkla vurgulanması, somut miras unsurlarındaki bozulmaların katılımcılar tarafından öncelikli bir sorun alanı olarak değerlendirildiğini ve koruma yatırımlarının öne çıktığını göstermektedir. Bu durumda inanç turizmi rotaları ve koruma programlarının, fiziksel müdahalelerin yerel yönetimler açısından daha somut ve ölçülebilir çıktılar üretmesini sağladığı söylenebilir. Kocaeli verilerinde markalaşma eksikliğinin yüksek düzeyde vurgulanması, destinasyonun tanınırlığını ve çekim gücünü sınırlayan önemli bir unsur olarak öne çıkmakta ve bu durum İznik örneğinde belirtilen bulgularla

örtüşmektedir (Adamış vd., 2024). Ayrıca dijital iletişim araçlarının ve tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği, mekânların görünürlüğünü azaltarak mevcut potansiyelin turizm çıktısına dönüşmesini zorlaştırmaktadır (Oli & Woli, 2024). Bu bağlamda marka görünürlüğünün artırılmasına yönelik çalışmaların, fiziksel iyileştirmelerle birlikte ele alınması gerektiği anlaşılmaktadır. Çalışmada ziyaretçi hizmetleri, ulaşım olanakları ve rota temelli organizasyonların geliştirilmesi, destinasyonun işlevsel kullanımını destekleyen unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Nitekim benzer çalışmalar, ulaşım altyapısı ve planlı tur organizasyonlarının yerel faydayı artıran temel unsurlar arasında yer aldığını göstermektedir (Mandalia, 2023). Ayrıca rota temelli yaklaşımların, farklı mekânları bütüncül bir yapı içinde ele alarak turizm hareketliliğini desteklediği de vurgulanmaktadır (Oliva & Trono, 2023). Ayrıca bulgular, Müslüman dostu turizm standartlarının sahada yeterince karşılık bulmadığına işaret etmektedir. Paydaşlar tarafından dile getirilen hizmet boşlukları, rehberlik yetersizlikleri ve altyapı eksiklikleri; helal gıda temini, ibadet imkânları, mahremiyete duyarlı alanlar ve yönlendirme sistemleri gibi temel unsurların bütüncül bir hizmet modeli içinde sunulamadığını göstermektedir. Bu bağlamda, her ne kadar Türkiye gibi Müslüman çoğunluğa sahip ülkelerde İslami hassasiyetlere genel olarak uyulsa da, bu hassasiyetlerin turizm sektöründe standartlaştırılmış bir hizmet yapısına dönüştürüldüğü söylenemez. Bu durum, inanç merkezlerinin yüksek potansiyeline rağmen ziyaretçi deneyiminin sınırlı kalmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla bulgular, hizmet yapılanmasının yalnızca fiziksel kapasite artışıyla sınırlı kalmayıp; marka yönetimi, kapasite geliştirme ve operasyonel yapı unsurlarını içeren Müslüman dostu turizm kriterleri çerçevesinde yeniden ele alınması gerektiğini göstermektedir.

4.10.2.1.8. Sürdürülebilirlikİle İlgili Bulgular

Çalışmada turizm paydaşlarına bölgenin inanç turizmi kapsamında sürdürülebilirliğine ilişkin soru sorulmuş ve sürdürülebilirliğin hangi etkenler üzerinden anlamlandırıldığı belirlenmek istenmiştir. “Sürdürülebilirlik” temasının, tüm temalar arasında referans bakımından ikinci sırada vurgulandığı (201 frekans) ve 8 kod, 4 alt tema altında yapılandığı görülmektedir. Bu tematik analiz, Şekil 14‘de hiyerarşik kod-alt kod modeliyle sunulmuştur.



Şekil14: Sürdürülebilirlik Teması Hiyerarşik Kod -Alt Kod Modeli

"Paydaş koordinasyonu" teması, frekans bakımından en çok vurgulanan (80) alt tema olmuştur. Bu alt temada "Kurumsal işleyiş ve denetim" kodu öne çıkmakta (45 frekans), bunu "Yönetim ve eşgüdüm" kodu (35 frekans) izlemektedir. Bulgular, inanç turizmi faaliyetlerinin sürdürülebilir biçimde yürütülebilmesi için kurumsal yapıların yanı sıra düzenleyici mekanizmalar ve denetim süreçlerinin kritik bir gereklilik olarak değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. Paydaşlar, merkezi yönetim, yerel yönetimler, Diyanet, üniversiteler ve sivil toplum aktörleri arasında görev tanımlarının netleştiği, kararların uygulanabildiği ve süreklilik arz eden bir koordinasyon yapısının önemini vurgulamaktadır. Bu durum, planlama, uygulama ve denetim süreçlerinin bütüncül bir yaklaşımla ele alınması gerektiğini göstermekte; sürdürülebilirliğin yalnızca iyi niyetli girişimlerle değil, bütçe tahsisi, planlama, denetim mekanizmaları ve uygulama takibi ile mümkün olabileceğine işaret etmektedir. Bu bulguları destekleyen paydaş görüşleri aşağıda sunulmuştur.

> *"Hem belediye olarak hem de turizm müdürlükleri, üniversiteler, diyanet bir araya gelmeli… iş birliği ile iyi çalışmalaryapılabilir." (K4)*

"Bir bütçe ayrılması lazım… belediyeler olsun, turizm ilçe müdürlükleri olabilir. Bunlara bütçe ayırıp, politikalar üretmeli…" (K5)

"Her kesim el atmalı, farklı mesleklerden insanlar bir araya gelerek planlama yapılmalı." (K20)

"Yerel yönetimler, STK'lar ve vakıflar birlikte çalışmalı, diğer illerle irtibat kurmalı…" (K12)

"Komisyon kurulabilir, bütçe ayrılabilir, Ar-Ge çalışması yapmak için birim kurulabilir… sosyal medya yönü olmalı, işbirliği yapılabilir. Tarih fakülteleriyle, ilahiyat fakülteleriyle, siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümleriyle etkileşime girilebilir."(K24)

"Mekânsal Düzen" teması, frekans bakımından ikinci sırada (43 frekans) yer almıştır. "Koruma ve süreklilik" (23) ile "Ziyaretçi olanakları" (20) kodları birbirine yakın frekans vurgusuna sahiptir. Bulgular, sürdürülebilirliğin somut kültürel mirasın korunması ve ziyaretçi ihtiyaçlarınıniyileştirilmesiyle doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca ulaşım, konaklama, yemek, hijyen, abdest alma yerleri, yönlendirme ve dinlenme alanları gibi altyapı unsurları ya da ziyaretçi olanaklarının iyileştirilmesinin, memnuniyeti artırarak sürdürülebilir ziyaret akışını desteklediği ifade edilmektedir. Bulgularla uyumlu görüşler şunlardır.

"Lavabo… ulaşım gibi ihtiyaçlarının giderilmesi ve insanların rahatça oturabileceği alanların oluşturulması gerekir."(K10)

"Mevcut eserlerin korunması, öncelikle korumak, yenilerinin açığa çıkartılması, restorasyonu… rehberlik hizmetlerinin düzgün yürütülmesi…" (K3)

"Konaklama yerleri biraz daha arttırılabilir… Konaklama imkânı olmadığı zaman ziyaretçilerin oraya gelme isteği azalıyor. Sosyal aktiviteleri arttıracak mekanlar yapılabilir." (K41)

"Yani tarihi bakımdan ayakta kalma süreci biraz belki burada sekteye uğramış olanlar olabilir. Yani yıkım halihazırda ziyarete uygun olmayıp da restorasyon yapılması gerekenler, bakımyapılması, çevre düzenlemesi yapılması gerekenler belki olabilir bu noktada…"(K7)

"İmaj Üretimi" teması, 42 frekans ile üçüncü sırada yer almaktadır. Bu tema kapsamında "tanıtım stratejisi" (27) kodu belirgin biçimde öne çıkarken, "rehberlik kapasitesi" (15) kodu daha sınırlı ancak tamamlayıcı bir rol üstlenmektedir.

Bulgular, sürdürülebilirliğin görünürlük ve anlatı gücüyle desteklenmesi gerektiğini göstermektedir. Paydaşlar, tanıtımın yalnızca duyuru niteliğinde değil; dijital platformlar, sosyal medya ve kamusal reklam alanları üzerinden sistematik biçimde yürütülen bütünleşik bir iletişim süreci olması gerektiğini vurgulamaktadır. Ayrıca ziyaretçi deneyiminin niteliğini belirleyen temel unsurun doğru ve etkileyici anlatım olduğu; bu nedenle profesyonel rehberlik kapasitesinin güçlendirilmesinin sürdürülebilir talep açısından kritik olduğu ifade edilmektedir. Bu bağlamda, hizmet yapılanması kapsamında ele alınan marka görünürlüğü uygulamalarının destinasyon imajının oluşumunu destekleyen temel araçlar olduğu görülmektedir. İmaj üretimi ise, tanıtım ve yönlendirme faaliyetlerinin algısal çıktısı olarak değerlendirilmektedir. Destekleyici görüşler aşağıda verilmiştir.

> *"Kandıra'da da mesela Tarihi Camilerde, Akçakoca türbesi olsun, Orhan Camii olsun, Ahlat Dede türbesi olsun Turizm müdürlüklerinde… tanıtım stratejisi olması lazım. Daha çok faydası olur." (K13)*

> *"…gittiğimde oranın bana bir ambiyans yaşattığını hissettim." (K12)*

> *"…insanların merak etmesini ve bu yerler üzerine düşünmesini sağlıyor." (K8)*

> *"Rehberlik hizmetlerini düzgün yürütmek, tanıtımını planlı yapmak, dijitalleşme çağındayız belki karekod oluşturmak…insanlar bunları görmek istiyorlar… bir anlam yüklemek istiyorlar, orya girdiğinizde bakış açınızla alakalı algınız" (K3)*

> *"…politika yapacaksın tanıtımlarla ilgili, sosyal medya önemli…bir dakikalık, iki dakikalık videolarla insanları sıkmadan sürekli gündemde tutacaksın."(K15)*

> *"Tanıtım günleri düzenlenebilir… sergiler yapılabilir. Diğer alanlarla etkileşime girip bu iş büyütülebilir."(K24)*

> *"Konferans, seminer, rehberlik gibi faaliyetler planlanabilir ve düzenli yapılabilir." (K22)*

"Sosyal Dayanıklılık" alt teması, dördüncü sırada (36 frekans) yer almaktadır. "Zihinsel dönüşüm" (18) ile "yerel ekonomik destek" (18) kodlarının eşit düzeyde vurgulanması, sosyal dayanıklılığın hem bireysel farkındalık ve tutum değişimi hem de yerel ekonomik katkılar üzerinden çok boyutlu bir yapı sergilediğini göstermektedir.

Bulgular, inanç turizmi faaliyetlerinin yalnızca ekonomik getiriler üretmekle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda bireylerin farkındalık ve bilinç düzeylerini artırarak toplumsal dayanıklılığı desteklediğini ortaya koymaktadır. Bu bulguları destekleyen paydaş görüşleri aşağıda sunulmuştur.

> *"...çocuklarda erken yaşta oluşacak manevi aidiyet ve tarih bilinci duygusu oluşursa bu büyüdükçe çocuklar onların çocuklarına sirayet edecek. Neslin devamlılığını bence bu sağlayacak." (K7)*
>
> *"Orhan Camii'nin, Yeni Cuma'nın, Fevziye'nin tarihleri yazılarak böyle bir bölüm oluşturarak... gelecek nesile aktarma noktasında yapılması gerektiğini düşünüyorum." (K11)*
>
> *"Gençler bu konuda ne kadar bilinçlenirse, ne kadar çalışırlarsa ülkemiz de o kadar ilerler." (K8)*
>
> *"İnsanların bu mekânları gezmesi, görmesi ve çevresine anlatması daha fazla insanın bu yerlere ilgi duymasını sağlayacaktır."(K14)*
>
> *"Ekonomik olarak da bu taraf desteklenebilir..." (K15)*
>
> *"O yörenin ekonomisine katkı yapmak istiyorlarsa ekonomik olarak desteklenmesi gerekir, ticaret canlanmış olur."(K9)*

Sürdürülebilirlik teması bulgularına göre, kurumlar arası iş birliği ve koordinasyon gereksiniminin en yüksek frekansta dile getirilmesi, sürdürülebilirliğin önündeki temel engelin aktörler arası kopukluk olarak algılandığını göstermektedir. Bu bulgu, çok paydaşlı eşgüdümün miras yönetimi ve dini turizm planlamasında belirleyici olduğunu vurgulayan çalışmalarla örtüşmektedir (Karataş vd., 2025; Oliva ve Trono, 2023; Avolio vd., 2024).

Elde edilen tüm bulgular genel olarak değerlendirildiğinde, inanç turizminin paydaşlar tarafından yalnızca ibadet temelli bir hareketlilik olarak değil; manevi deneyim, kültürel miras ve anlam arayışıyla bütünleşen çok boyutlu bir olgu olarak algılandığını göstermektedir. Bu bulgu, İnanç ve Turizm Etkileşimi ile İnanç Turizmi Algısı temaları kapsamında ortaya konulan, inanç ekseni ile turizm ekseninin iç içe geçtiğini ve deneyim ile maneviyatın kültürel farkındalık üretimiyle birlikte değerlendirildiğini gösteren bulgularla örtüşmektedir. Bu durum, Collins-Kreiner'in (2010) çalışmasında vurguladığı biçimde, modern inanç turizmi ve hac hareketlerinin "saf dinsel" ya da "saf turistik" kategorilere ayrılmasının giderek zorlaştığı

yönündeki değerlendirmelerle uyumludur. Collins-Kreiner, dini ziyaretler ve turizm arasındaki sınırların bulanıklaştığını ve ziyaret motivasyonlarının çoğu zaman hem kutsal hem de kültürel anlamlar içerdiğini belirtmektedir. Benzer şekilde Shinde (2015), dini mekânlara yönelik ziyaretlerin yalnızca ibadet amacı taşımadığını; mekânın tarihsel ve kültürel bağlamının da ziyaretçi deneyimini şekillendirdiğini ifade etmektedir. Bu bağlamda, çalışmada katılımcıların maneviyat, öğrenme ve kültürel farkındalığı birlikte vurgulamaları, Ziyaret Motivasyonları teması kapsamında belirlenen manevi ve inanç temelli, bilişsel ve deneyim temelli ile kültürel ve estetik temelli motivasyonların birlikte işlediğini göstermekte ve inanç turizminin "çok katmanlı deneyim" olarak tanımlanmasıyla tutarlıdır.

Diğer yandan araştırmada ortaya çıkan temkinli yaklaşımlar ve ticarileşme vurguları, Kutsal Mekân Koruma–Kullanma Dengesi teması kapsamında özellikle koruma boyutunda yer alan ticarileşme kaygısı, kutsallığın zedelenmesi ve mekânsal dönüşüm ile kullanım boyutunda ortaya çıkan ziyaretçi yoğunluğu ve yanlış uygulamalara ilişkin bulgularla paralellik göstermektedir. Shepherd (2002), kutsal alanların turizm bağlamında metalaştırılmasının, mekânın manevi anlamını zayıflatabileceğine dikkat çekmektedir. Aynı şekilde Olsen (2014), inanç turizminin ekonomik fırsatlar sunmasına rağmen, bu sürecin etik ve yönetsel hassasiyetler gözetilmeden yürütülmesi hâlinde kutsallık algısında aşınmaya yol açabileceğini belirtmektedir. Bu çalışmada katılımcıların "aşırı turizm" ve "manevi atmosferin zarar görmesi" yönündeki kaygıları, söz konusu çalışmalarla örtüşmektedir. Dolayısıyla bulgular, inanç turizminin gelişiminin yalnızca ziyaretçi sayısını artırmaya odaklanan bir yaklaşımla değil; kutsallığı koruyan, doğru yönlendirme ve ziyaretçi davranışlarının yönetimi ile desteklenen dengeli bir yönetim anlayışıyla ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Araştırmanın bir diğer önemli bulgusu, bölgenin inanç turizmi potansiyeline rağmen bu potansiyelin henüz sürdürülebilir bir destinasyon yapısına dönüşmediğidir. Bu durum, Bölgesel Potansiyel teması kapsamında ortaya konulan mekânsal potansiyel, rekabet potansiyeli ve tanıtım ve farkındalık boyutlarında belirlenen eksikliklerle doğrudan ilişkilidir. Buhalis'in (2000) destinasyon yönetimi yaklaşımı da turizm destinasyonlarının sürdürülebilir biçimde gelişebilmesi için planlama, paydaş iş birliği, altyapı ve tanıtım unsurlarının bütüncül biçimde ele alınması gerektiğini vurgulamaktadır.

Çalışmada paydaşların tanıtım eksikliği, kurumsal koordinasyon yetersizliği ve rehberlik sorunlarına işaret etmeleri, literatürde tanımlanan sürdürülebilir destinasyon yönetimi ilkeleriyle örtüşmektedir. Bu bağlamda, bulgularda öne çıkan ulaşım olanakları, hizmet boşlukları ve organize ziyaretlere ilişkin eksiklikler, Hizmet Yapılanması teması kapsamında operasyonel yapı, kapasite geliştirme ve marka yönetimi boyutlarının sürdürülebilir destinasyon gelişiminde kritik bir bileşen olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, hizmet sunumuna ilişkin bu eksiklikler, ziyaretçilerin inanç temelli beklentilerinin karşılanmasında standartlaşmış bir yaklaşımın henüz tam olarak gelişmediğine de işaret etmektedir. Bu durum, literatürde müslüman dostu turizm kapsamında ele alınan hizmet unsurlarının (ibadet imkânları, uygun hizmet sunumu vb.) destinasyon deneyimini destekleyici bir çerçeve sunduğu şeklinde değerlendirilebilir (Battour vd., 2017; Jafari & Scott, 2014). Ayrıca inanç turizminin yerel kalkınmaya katkı sağlayabilmesi için planlı, katılımcı ve uzun vadeli bir yönetim yaklaşımına ihtiyaç duyulduğunu vurgulamaktadır.

Son olarak, zihinsel dönüşüm ve yerel ekonomik destek boyutlarının birlikte vurgulanması, Çok Boyutlu Etkiler teması kapsamında ekonomik etki, sosyal etki ve tarihî-kültürel etki boyutlarının bir arada ortaya çıktığını göstermekte ve inanç turizminin toplumsal etkileşim, kültürel aktarım ve ekonomik canlanma üzerinden çok boyutlu bir etki alanı oluşturduğuna işaret etmektedir.

4.10.3. Kocaeli İslami Turizm Potansiyeline İlişkin SWOT Analizi Bulguları

İnanç turizmi destinasyonlarının planlanmasında yerel potansiyelin stratejik bir bakış açısıyla değerlendirilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu çerçevede SWOT analizi (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), bir destinasyonun güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditleri sistematik biçimde incelemeye olanak tanıyan etkili bir analiz yöntemidir (Çoban ve Karakaya, 2010:347). SWOT analizi, özellikle turizm alanında rekabet avantajı yaratmak, sürdürülebilirlik ilkelerine dayalı planlamalar geliştirmek ve bölgesel kalkınmayı destekleyecek politikaların oluşturulmasına zemin hazırlamak açısından işlevsel bir araçtır (Asadpourian vd., 2020).

Bu bağlamda Kocaeli, zengin İslami mirasa sahip cami ve mescitleri, tarihî yapıları ve kültürel dokusuyla İslami inanç turizmi açısından önemli bir potansiyel barındırmaktadır. Ancak bu potansiyelin sürdürülebilir turizm ilkeleri doğrultusunda etkin biçimde değerlendirilebilmesi ve yönetilebilmesi için, bölgenin mevcut durumunun bütüncül bir yaklaşımla ele alınması hatta müslüman dostu turizm standartlarına uyarlanması gerekmektedir. Bu kapsamda, çalışma sırasında paydaşlarla gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen veriler doğrultusunda Kocaeli ilinin İslami inanç turizmi potansiyeline ilişkin SWOT analizi oluşturulmuş ve Tablo 7'de sunulmuştur.

Tablo 7: Kocaeli İlinin İslami İnanç Turizmi Potansiyeline Yönelik SWOT Analizi

GÜÇLÜYÖNLER(Strengths)	**ZAYIFYÖNLER(Weaknesses)**
Bölgede yer alan zengin İslami miras varlığı (cami, türbe, şehitlikler)	Tanıtım, dijital içerik eksikliği
Sürdürülebilir tarihî ve kültürel yapıların çeşitliliği	Turistik deneyim çeşitliliği yetersiz (tematik turlar, etkinlikler vb.)
Üç semavi dine ait yapıların birlikte varlığı (dinler arası etkileşim potansiyeli)	Ziyaretçi profiline uygun yönlendirme, rehberlik ve planlama eksikliği
İstanbul'a yakınlık sayesinde erişilebilirlik ve potansiyel ziyaretçi akışı	Yerel farkındalık düzeyinin sınırlı olması
İnanç ve turizmin birbirini tamamlayan bir yapı olarak algılanması	Kurumsal ve yönetsel eşgüdüm eksikliği
Kutsal mekânların manevi değerinin yüksek olması	İnanç turizmine yönelik markalaşma yetersizliği
Doğal, tarihî ve kültürel unsurların birlikte bulunması (çok yönlü turizm potansiyeli)	Hizmet altyapı ve üst yapının yetersizliği
Yerel paydaşların büyük bölümünün potansiyelin farkında olması	İnanç turizmine özgü rota ve destinasyon planlamasının olmaması
Maneviyat ve kültürel kimlik aktarımına uygun İslami mekanlar	Turizm faaliyetlerinin daha çok deniz–kum–güneş ekseninde algılanması
Müslüman dostu turizm kriterlerine uyum sağlayabilecek kültürel, toplumsal ve dini altyapının mevcut olması	Müslüman dostu turizm standartlarının sahada yeterince karşılık bulmaması
FIRSATLAR(Opportunities)	**TEHDİTLER(Threats)**
Bölgenin alternatif turizm türleri ile çeşitlendirme potansiyeli	Koruma ve restorasyon yetersizliği
İstanbul'a yakınlık nedeniyle günübirlik ziyaret imkânı	İslami inanç mekanların zarar görmesi
Yerel yönetim desteği potansiyeli	İslami inanç mekanların ticarileşme riski
Kültürel farkındalık oluşturma imkânı	Yanlış/ bilinçsiz ziyaretçi davranışları ve vereceği zarar

Kırsal kalkınma fırsatı	Altyapı / üstyapı yetersizlikleri
İslami turizm rotaları geliştirme potansiyeli	Sürdürülebilirlik ilkelerine aykırı uygulamalara bağlı riskler
Müslüman dostu turizm standartlarına uygun hizmet altyapısı geliştirme potansiyeli	Müslüman dostu turizm standartlarının yetersiz veya yanlış uygulanmasına bağlı hizmet kalitesi ve destinasyon imajı kaybı
Ulusal ve uluslararası müslüman turist pazarına yönelik konumlanma fırsatı	İnanç temelli turizm talebinin beklentilerini karşılayamayan hizmet yapısına bağlı rekabet gücü zayıflığı

Tabloya göre Kocaeli'nin güçlü, zayıf yönleri ile fırsatları ve tehditleri aşağıda değerlendirilmiştir.

4.10.3.1. Güçlü Yönler

Kocaeli'nin İslami turizmi açısından en belirgin gücü, zengin ve çok katmanlı dini miras varlığıdır. Cami, türbe ve şehitliklerin yanı sıra üç semavi dine ait yapıların birlikte bulunması, bölgenin yalnızca İslami değil aynı zamanda dinler arası etkileşim açısından da önemli bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. İstanbul'a yakınlık ve ulaşım kolaylığı, bölgenin erişilebilirliğini artırırken; doğal, tarihî ve kültürel unsurların birlikte bulunması çok yönlü bir turizm gelişimine zemin hazırlamaktadır. Ayrıca kutsal mekânların yüksek manevi değeri ve yerel paydaşların bu potansiyelin farkında olması, inanç turizminin gelişimi açısından önemli bir avantaj sunmaktadır.

4.10.3.2. Zayıf Yönler

Bölgenin sahip olduğu İslami inanç turizmi potansiyeline rağmen, tanıtım ve dijital görünürlük eksikliği en temel sorunlardan biri olarak öne çıkmaktadır. İnanç turizmine yönelik deneyim çeşitliliğinin sınırlı olması, ziyaretçi memnuniyetini ve destinasyon çekiciliğini azaltmaktadır. Kurumsal ve yönetsel eşgüdüm eksikliği, planlı bir gelişim sürecinin önünde önemli bir engel teşkil ederken; rehberlik hizmetleri, yönlendirme, altyapı ve rota planlamasındaki yetersizlikler de yapısal sorunlar arasında yer almaktadır. Bununla birlikte, hizmet altyapısının yetersizliği ve Müslüman dostu turizm standartlarının sahada yeterince karşılık bulmaması, inanç temelli ihtiyaçların bütüncül bir hizmet modeli içinde sunulamadığını

göstermektedir. Ayrıca turizmin hâlen ağırlıklı olarak deniz–kum–güneş ekseninde algılanması, inanç turizminin destinasyon içindeki görünürlüğünü ve önceliğini sınırlamaktadır.

4.10.3.3. Fırsatlar

Kocaeli'nin alternatif turizm türleriyle entegre edilebilecek bir yapıya sahip olması, inanç turizmi açısından önemli bir fırsat sunmaktadır. İstanbul'a yakınlık, özellikle günübirlik ve kısa süreli ziyaretler için önemli bir avantaj sağlamaktadır. Yerel yönetimlerin sürece dâhil edilmesi, planlı ve sürdürülebilir bir gelişim açısından kritik bir fırsat olarak değerlendirilebilir. Ayrıca kültürel farkındalık oluşturma, kırsal kalkınmayı destekleme ve İslami turizm rotaları geliştirme potansiyeli, bölgenin turizm çeşitliliğini artırabilecek önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Bununla birlikte, müslüman dostu turizm standartlarına uygun hizmet altyapısının geliştirilmesi ve helal turizm pazarındaki artan talebin değerlendirilmesi, bölgenin ulusal ve uluslararası ölçekte rekabet gücünü artırabilecek önemli fırsatlar sunmaktadır.

4.10.3.4. Tehditler

İslami turizmin plansız gelişimi, kutsal mekânların korunması açısından önemli riskler barındırmaktadır. Koruma ve restorasyon yetersizlikleri, bu yapıların fiziksel olarak zarar görmesine neden olabilir. Ayrıca inanç turizminin ticarileşmesi, mekânların manevi değerinin zayıflamasına yol açabilecek bir tehdit oluşturmaktadır. Ziyaretçilerin bilinçsiz davranışları ve altyapı yetersizlikleri, hem ziyaret deneyimini hem de mekânların sürdürülebilirliğini olumsuz etkileyebilir. Bunun yanı sıra sürdürülebilirlik ilkelerine aykırı uygulamalar (taşıma kapasitesinin aşılması, restorasyonların aslına uygun yapılmaması, temizlik ve atık yönetimi yetersizlikleri, manevi atmosferin bozulması, turizm gelirlerinin yerel ekonomiye yansımaması vb.) uzun vadede destinasyonun turizm potansiyelini zayıflatabilecek önemli riskler arasında yer almaktadır. Buna ek olarak, müslüman dostu turizm standartlarının yetersiz ya da yanlış uygulanması, hizmet kalitesinin düşmesine ve destinasyon imajının olumsuz etkilenmesine yol açarak rekabet gücünü zayıflatabilecek bir diğer önemli tehdit unsuru olarak değerlendirilmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İnanç turizmi bireylerin dini vecibelerini yerine getirmek, kutsal mekânları ziyaret etmek ve manevi deneyim yaşamak amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatleri ifade eden, aynı zamanda kültürel ve sosyal boyutlar içeren çok yönlü bir turizm türüdür. Bu bağlamda, Kocaeli İslami inanç merkezleri ekseninde inanç turizmi potansiyelinin bütüncül bir bakış açısıyla ele alınması, destinasyonun mevcut durumunun ve gelişim alanlarının anlaşılması açısından önem taşımaktadır. Bu doğrultuda çalışma, Kocaeli ilinin İslami inanç turizmi potansiyelini, İslami inanç merkezleri özelinde, yerel turizm paydaşlarının görüşlerine dayalı olarak çok boyutlu bir bakış açısıyla değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Araştırma bulguları bütüncül olarak değerlendirildiğinde şu sonuçlara ulaşılmıştır.

Kocaeli iline ilişkin İslami inanç turizmi potansiyelinin, paydaş görüşleri doğrultusunda çok boyutlu bir yapı sergilediği ve bu yapının tematik analiz sonucunda belirli başlıklar altında yoğunlaştığı görülmektedir. Elde edilen temalar doğrultusunda bölgenin sahip olduğu potansiyel; mevcut sorun alanları, gelişim fırsatları ve olası riskler hakkında kapsamlı bir çerçeve sunmuş; bu çerçeve SWOT analizine temel oluşturmuştur.

Tematik bulgularda özellikle "bölgesel potansiyel", "inanç turizmi algısı" ve "ziyaret motivasyonları" temalarının öne çıkması, bölgenin güçlü bir manevi ve kültürel çekiciliğe sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Paydaşların inanç turizmini yalnızca ibadet odaklı bir faaliyet olarak değil; aynı zamanda kültürel öğrenme, kimlik inşası ve deneyimsel bir süreç olarak değerlendirmeleri, bu turizm türünün çok katmanlı yapısını desteklemektedir. Bu durum, SWOT analizinde yer alan güçlü yönlerin temelini oluşturmaktadır.

Bununla birlikte bulgular, Kocaeli'nin İslami inanç turizmi potansiyelinin yüksek ancak bütüncül bir yapı sergilemediğini ortaya koymaktadır. Bölgede güçlü bir şekilde var olan kutsal mekânlar ve bu mekânlara yönelik ziyaret niyeti bulunmasına rağmen, bu iki unsuru bütüncül ve sürdürülebilir bir turizm ürününe dönüştürecek hizmet altyapısının yeterince gelişmediği anlaşılmaktadır. Bu durum, "hizmet yapılanması", "rekabet potansiyeli" ve "tanıtım ve farkındalık" temaları kapsamında ortaya çıkan yapısal ve yönetsel eksikliklerle de örtüşmektedir. Paydaşlar tarafından dile getirilen rota eksikliği, tanıtım yetersizliği, kurumsal

eşgüdüm sorunları ve hizmet altyapısındaki boşluklar, bölgenin potansiyelinin turizm çıktısına dönüşmesini sınırlandırmaktadır. Bu bulgular, SWOT analizinde zayıf yönler olarak somutlaşmaktadır.

Araştırmada öne çıkan "sürdürülebilirlik" ve "kutsal mekânın koruma–kullanma dengesi" temaları ise, inanç turizminin yalnızca geliştirilmesi değil, aynı zamanda doğru biçimde yönetilmesi gerektiğini de ortaya koymaktadır. Ticarileşme, aşırı kullanım ve bilinçsiz ziyaretçi davranışlarına yönelik kaygılar, bu sürecin kontrolsüz ilerlemesi durumunda kutsal mekânların manevi değerinin zarar görebileceğini göstermektedir. Bu bağlamda SWOT analizinde belirlenen tehditler, tematik bulgularla doğrudan ilişkilidir.

Bu çerçevede, literatürde vurgulanan hizmet standartlarının (helal gıda, ibadet imkânları, uygun konaklama ve hizmet sunumu vb.) inanç merkezlerinin turizm potansiyelinin sürdürülebilir bir değere dönüştürülmesinde tamamlayıcı bir rol üstlendiği anlaşılmaktadır. Söz konusu standartlar müslüman dostu turizm yaklaşımı kapsamında değerlendirilebilir. Dolayısıyla yalnızca tarihî ve kutsal mekânların korunması ya da restore edilmesi yeterli olmayıp, bu merkezlerin çevresinde inanç temelli beklentilere uygun bir hizmet yapısının geliştirilmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak, tematik bulgular ve SWOT analizi birlikte değerlendirildiğinde, Kocaeli'de İslami inanç turizminin geliştirilmesi için temel ihtiyaç; mevcut potansiyelin bütüncül bir turizm ürününe dönüştürülmesini sağlayacak planlı, entegre ve hizmet odaklı bir yaklaşımın benimsenmesidir. Buna göre, inanç turizminin sürdürülebilir biçimde gelişebilmesi için yalnızca fiziksel mirasın değil, aynı zamanda bu mirası destekleyen hizmet altyapısının da güçlendirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Bu doğrultuda, elde edilen bulgular ve sonuçlar ışığında, Kocaeli'de İslami inanç turizminin sürdürülebilir ve bütüncül bir yapıya kavuşturulmasına yönelik paydaş temelli öneriler aşağıda sunulmuştur.

Yerel Yönetimlere Yönelik Öneriler

- Kocaeli genelinde İslami inanç merkezlerini kapsayan tematik turizm rotaları (cami–türbe–şehitlik eksenli) oluşturulmalı ve haritalandırılmalıdır.

- İl ve ilçe düzeyinde bütüncül destinasyon yönetimi ve koordinasyon birimi kurulmalı; belediyeler arası eşgüdüm güçlendirilmelidir.
- Dijital tanıtım altyapısı (çok dilli web siteleri, mobil uygulamalar, QR kodlu bilgilendirme sistemleri) geliştirilmelidir.
- Kutsal mekânlarda ziyaretçi yönlendirme, bilgilendirme ve davranış kurallarına ilişkin düzenlemeler yapılmalıdır.
- İnanç merkezleri çevresinde ulaşım, çevre düzenlemesi, temizlik ve yönlendirme tabelaları iyileştirilmelidir.
- Turizm faaliyetleri planlanırken taşıma kapasitesi ve koruma–kullanma dengesi gözetilmelidir.

Merkezi Kurumlara Yönelik Öneriler

- Kültür ve Turizm Bakanlığı koordinasyonunda, Kocaeli'yi de kapsayan ulusal inanç turizmi stratejilerine entegre planlamalar yapılmalıdır.
- Diyanet İşleri Başkanlığı ile iş birliği içinde, ilde bulunan inanç merkezlerinde doğru bilgilendirme ve rehberlik hizmetleri standartlaştırılmalıdır.
- Restorasyon ve koruma süreçleri, özgünlüğü koruyacak şekilde bilimsel kriterlere göre yürütülmelidir.
- Müslüman dostu turizm standartlarına yönelik rehberler ve teşvik mekanizmaları geliştirilmelidir.
- Yerel destinasyonlara yönelik tanıtım kampanyaları ve uluslararası pazarlama faaliyetleri artırılmalıdır.

Turizm Sektörü Aktörlerine Yönelik Öneriler

- Tur operatörleri tarafından Kocaeli'deki inanç merkezlerini içeren tematik tur paketleri geliştirilmelidir.
- Konaklama ve yeme-içme işletmelerinde inanç temelli ihtiyaçlara duyarlı hizmet sunumu (helal gıda, ibadet imkânları vb.) güçlendirilmelidir.
- Profesyonel rehberlik hizmetleri geliştirilerek, ziyaretçilere hem dini hem kültürel içerik sunulmalıdır.

- İnanç turizmi, doğa turizmi, gastronomi ve kültür turizmi ile entegre edilerek deneyim çeşitliliği artırılmalıdır.
- İşletmelerde personel eğitimi (kültürel duyarlılık, ziyaretçi yönetimi, hizmet kalitesi) önceliklendirilmelidir.

Yerel Halk ve Sivil Toplum Kuruluşlarına Yönelik Öneriler

- Yerel halkın inanç turizmine yönelik farkındalık ve sahiplenme düzeyi artırılmalıdır.
- STK'lar aracılığıyla kültürel mirasın korunması ve doğru tanıtımına yönelik projeler geliştirilmelidir.
- Ziyaretçilere yönelik doğru davranış, saygı ve bilinçli kullanım kültürü teşvik edilmelidir.
- Yerel üreticiler desteklenerek inanç turizmi ile bağlantılı yerel ekonomik faaliyetler (el sanatları, yöresel ürünler vb.) güçlendirilmelidir.
- Gönüllülük ve toplumsal katılım ile kutsal mekânların korunmasına yönelik yerel inisiyatifler oluşturulmalıdır.

Üniversiteler ve Akademik Çalışmalara Yönelik Öneriler

- Kocaeli'de İslami inanç turizmi potansiyeline ilişkin nicel ve nitel veri temelli akademik çalışmaların artırılması, destinasyonun bilimsel olarak tanımlanmasına katkı sağlayacaktır. Özellikle ziyaretçi profili, motivasyon, memnuniyet ve deneyim boyutlarını inceleyen saha araştırmalarına ihtiyaç duyulmaktadır.
- Üniversiteler tarafından bölgedeki inanç merkezlerini kapsayan envanter ve veri tabanı oluşturma çalışmaları yürütülmelidir. Bu sayede Kocaeli'nin inanç turizmi kaynakları sistematik biçimde kayıt altına alınarak planlama süreçlerine bilimsel veri sağlanabilir.
- İslami inanç turizminin destinasyon yönetimi, sürdürülebilirlik ve koruma–kullanma dengesi çerçevesinde ele alındığı disiplinler arası araştırmalar (turizm, sosyoloji, ilahiyat, şehir planlama, güzel sanatlar vb.) teşvik edilmelidir.

- Üniversite–yerel yönetim iş birliği kapsamında uygulamalı araştırma projeleri ve pilot uygulamalar geliştirilerek, akademik bilginin sahaya aktarılması sağlanmalıdır.
- Bölgedeki inanç merkezlerine yönelik ziyaretçi davranışları, mekânsal kullanım ve taşıma kapasitesi analizleri gerçekleştirilerek sürdürülebilir yönetim politikalarına bilimsel katkı sunulmalıdır.
- Müslüman dostu turizm kapsamında değerlendirilebilecek hizmet unsurlarının, Kocaeli özelinde uygulanabilirlik ve etki analizlerinin yapılması, hizmet yapılanmasının geliştirilmesine yönelik akademik bir zemin oluşturulmalıdır.
- Üniversiteler bünyesinde inanç turizmi, kültürel miras yönetimi ve sürdürülebilir turizm konularına yönelik ders içerikleri ve uzmanlaşma alanları geliştirilmelidir.
- Lisansüstü düzeyde Kocaeli inanç turizmi odaklı tez, proje ve bilimsel yayınların artırılması, literatürde bölgeye ilişkin bilgi birikimini güçlendirecektir.

Kocaeli'de İslami inanç turizminin sürdürülebilir biçimde geliştirilebilmesi, çok paydaşlı bir yönetim anlayışı çerçevesinde; fiziksel mirasın korunması, hizmet altyapısının güçlendirilmesi ve destinasyonun bütüncül bir turizm ürünü hâline getirilmesi ile mümkün olacaktır. Bu süreç, aynı zamanda üniversiteler ve araştırma kurumları tarafından üretilecek bilimsel bilgi ile desteklenen, veri temelli ve disiplinler arası bir yaklaşımın benimsenmesini gerektirmektedir.

KAYNAKLAR

Kitaplar

Acar, A. (2019). *Türkiye'de Dış Turizm Faaliyetlerinin Ekonomik Etkileri*. İstanbul Üniversitesi Yayınları.

Akgündüz, A. (1996). *İslam'da cami ve fonksiyonları*. Osmanlı Araştırmaları Vakfı.

Aktaş, G. (2020). Sürdürülebilir Turizm ve Eğlence İşletmeleri. İçinde; *Sürdürülebilir Turizm*. Ed. M. Kozak, ss. 191-205. Ankara: Detay Yayıncılık.

Alyakut, Ö. & Akpulat, N. A. (2020). *Kültür Turizmi Ekseninde Yaratıcı Turizm*. Ed. Tülay Polat Üzümcü, Ankara: Pegem Akademi

Ashworth, G. J. & Tunbridge, J. E. (2000). *The tourist-historic city: Retrospect and prospect of managing the heritage city*. Oxford: Elsevier.

Assmann, J. (2011). *Cultural memory and early civilization: Writing, remembrance, and political imagination*. Cambridge University Press.

Avcıkurt, C. (2023*). Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım.* Ankara: Detay Yayıncılık

Balkı, Ş. (1999). *Nicomedia'nın Büyülü Yüzü İzmit.* İzmit Rotary Kulübü

Batman, O. (2016). *Helal turizm ve İslami turizm kavramları üzerine bir değerlendirme*. Detay Yayıncılık.

Baysal, H., Aydın, M., & Demir, A. (2016). *Etkinlik yönetimi ve organizasyon*. Detay Yayıncılık.

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

Boyatzis, R. E. (1998). *Transforming Qualitative Information: Thematic Analysis and Code Development*. California: Sage Publishing.

Bramwell, B. & Lane, B. (2000). Tourism collaboration and partnerships: Politics, practice and sustainability. Channel View Publications.

Creswell, J. W. & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage.
Creswell, J. W. (2017). *Nitel Araştırmalar için 30 Temel Beceri.* (Çev: H. Özcan). Ankara: Anı Yayıncılık.
Crotty, M. (1998). *The foundations of social research: Meaning and perspective in the research process*. Sage.
Çakır, S. (1999). *Turizmin ekonomik etkileri ve Türkiye ekonomisindeki yeri*. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınları.
Çaycı, A. (2006). *Şehitlik ve Gazilik Kavramlarının Türk Kültüründeki Yeri*. Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları.
Çeken, H. (2003). *Küreselleşme: yabancı sermaye ve Türkiye turizmi*. İstanbul: Değişim Yayınları
Çetinkaya, M. (2019). *İnanç Turizmi: Kültürel Zenginlikten Ekonomik Potansiyele*. Sakarya: Değişim Yayınları.
Daly, J., Kellehear, A. & Gliksman, M. (1997). *The Public Health Researcher: A Methodological Approach*. Melbourne: Oxford University Press.
Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (2011). Introduction: The Discipline and Practice of Qualitative Research. *The Sage Handbook of Qualitative Research* (4th Edition). California: Sage Publishing.
Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The Sage handbook of qualitative research* (5th ed.). Sage.
Diyanet İşleri Başkanlığı. (2013). *İlmihal I: İman ve ibadetler* (8. baskı.). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
Durkheim, E. (2005). *Dinsel Yaşamın İlkel Biçimleri*. (Çev. Ö. Akınhay). İstanbul: Dost Kitabevi.
Ekiz, D. (2015). *Bilimsel araştırma yöntemleri: Yaklaşım, yöntem ve teknikler* (4. bs.). Ankara: Anı Yayıncılık.
Eliade, M. (2003). Dinsel İnançlar ve Düşünceler Tarihi. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
Eroğlu, S. & Erbay Aslıtürk, G. (2017). *Etkinlik turizmi ve destinasyon pazarlaması*. Detay Yayıncılık.
Erzen, J. N. (2011). *İslam mimarisinde cami*. Yapı Kredi Yayınları.
Eyice, S. (1992). *İstanbul Yazıları, İstanbul*: Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu
Fıratlı, N. (1971). *İzmit (Nikomedia) kazıları ve araştırmaları*. İstanbul: İstanbul Arkeoloji Müzeleri Yayınları.
Forrester, M. A. & Sullivan, C. (2018). *Doing Qualitative Research in Psychology: A Practical Guide*. New York: Sage Publishing.
Foss, C. (2002). *Nikomedia: An Ancient Capital Rediscovered*. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.
Galitekin, N. (2010). *Kocaeli'de Osmanlı eserleri*. Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Yayınları.
Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.
Geray, C. (2006). *Toplumsal araştırmalarda nicel ve nitel yöntemlere giriş*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
Gerstel, S. E. J. (2012). *Rural lives and landscapes in late Byzantium: Art, archaeology, and ethnography*. Cambridge University Press.
Given, L. M. (2021). *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. SAGE Publications.
Goodwin, G. (2003*). A History of Ottoman Architecture*. Thames & Hudson.

Greffe, X. (1994). *Le tourisme rural*. Paris: Economica.
Gümüş, N. (2025). İnanç Turizmi: Kavramsal Bir Bakış. Ed. İsa Bayhan, *Multidisipliner Bir Yaklaşımla Özel İlgi Turizmi içinde,* Gaziantep:Özgür Yayınları.
Günay, Ü. & Güngör, H. (2001). *Türk din sosyolojisi*. İnsan Yayınları
Güvenç, B. (2018). *İnsan ve Kültür*, İstanbul: Boyut Yayıncılık
Hall, C. M. (2008). Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships. Pearson Education.
Hennink, M., Hutter, I. & Bailey, A. (2020). *Qualitative Research Methods*. London: Sage Publishing.
Hughes, P., Sharpley, R., & Stone, P. R. (2013). *Tourism and religion: Issues and implications*. Channel View Publications.
İnalcık, H. (1997). *Osmanlı'da Devlet, Hukuk, Adalet*. Eren Yayıncılık.
İnalcık, H. (2009). *Devlet-i 'Aliyye: Osmanlı İmparatorluğu üzerine araştırmalar I.* Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
İnalcık, H. (2015). *Osmanlı İmparatorluğu klasik çağ (1300–1600)*. Yapı Kredi Yayınları.
Karasar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemi* (24. Baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık.
Kazdhan, A. (1991). *The Oxford Dictionary of Byzantium*. Oxford University Press.

Keskin, E. (2019). Gastronomi Turzmi, *Turizm Ansiklopedisi Türkiye* içinde, Ed: Orhan İçöz ve Muzaffer Uysal, Ankara: Detay Yayıncılık
Kitchin, R. (2014). *The Data Revolution: Big Data, Open Data, Data Infrastructures and Their Consequences*. California: Sage Publication.
Kocaeli Sanayi Odası. (2023). *Kocaeli sanayi raporu*. Kocaeli Sanayi Odası Yayınları.
Kozak, M. (2012). *Turizm Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
Kozak, M., Kozak, N., & Kozak, M. A. (2010). *Genel Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
Köroğlu, A. (2015). *Turizme giriş*. Detay Yayıncılık.
Kuban, D. (2007). *Osmanlı mimarisi*. Yapı Endüstri Merkezi Yayınları.
Kuran, A. (1986). *Osmanlı mimarisi*. Hürriyet Vakfı Yayınları.
Kvale, S. (1994). *Interviews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. California: Sage Publications.
Kvale, S. (2007). *Doing Interviews*. SAGE Publications.
Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
Malcolm, F. & Scott, M. (2022). *A Philosophy of Faith Belief, Truth and Varieties of Commitment.* New York: Routledge
Mandalia, S. (2023). Tourism Education in the Digital Era: Navigating Innovation and Transformation. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, Proceedings of the International Conference on Social Science and Education (ICoeSSE 2023), Atlantis Press.
McKercher, B. & du Cros, H. (2002). Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management. Haworth Press.
Medlik, S. (2003). *Dictionary of Travel, Tourism & Hospitality*. Butterworth-Heinemann, Oxford.
Merriam, S. B. (2018). *Nitel Araştırma Desen ve Uygulama için Rehber*. (Çev: S. Turan). Konya: Atlas Akademi Yayın.

Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
Morinis, A. (1992). *Sacred Journeys: The Anthropology of Pilgrimage*. Greenwood Press.
Moufakkir, O. & Kelly, I. (Eds.). (2010). *Tourism, progress and peace*. CABI.
Necipoğlu, G. (2005). *The age of Sinan: Architectural culture in the Ottoman Empire*. Princeton University Press.
Ocak, A. Y. (2000). *Türk halk inançlarında evliya kültü*. Türk Tarih Kurumu Yayınları.
Ocak, A. Y. (2013). *Osmanlı Toplumunda Zındıklar ve Mülhidler: 15. ve 17. Yüzyıllarda İnanç Dışı Gruplar*. Dergâh Yayınları.
Oktayer, A., Erkal, M., & Atay, L. (2007). *İnanç Turizmi ve Türkiye Uygulamaları*. İstanbul: Beta Yayınları.
Oktayer, N., Susam, N. & Çak, M. (2007). *Türkiye'de Turizm Ekonomisi*. İstanbul Ticaret Odası Yayın No:200769, İstanbul
Orbaşlı, A. (2007). *Architectural Conservation: Principles and Practice*. Blackwell Publishing.
Ortaylı, İ. (2011). *Osmanlı'yı yeniden keşfetmek*. Timaş Yayınları.
Özgen, I. (2020). Sürdürülebilir Turizm ve Yiyecek İçecek İşletmeleri. İçinde; *Sürdürülebilir Turizm Kavramlar-Uygulamalar*, Ed: M. Kozak, ss. 191-206. Ankara: Detay Yayıncılık.
Öztüre, A. (1969). *Resim, fotoğraf ve belgelerle Nicomedia: İzmit tarihi*. İstanbul: Çeltüt Matbaası.
Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods (4th ed.).* Sage.
Sarı, F. (2007). *Turizm Endüstrisi*. İstanbul: Beta Yayınları.
Schwandt, T. A. (2014). *The Sage dictionary of qualitative inquiry* (4th ed.). Sage.
Seidman, I. (2006). *Interviewing as Qualitative Research: A Guide for Researchers in Education and The Social Sciences*. New York: Teachers College Press.
Sezgin, M. (1995). *Turizm ve Otelcilik Sektörü*. Ankara: Turhan Kitabevi.
Shackley, M. (2001). Managing Sacred Sites: Service Provision and Visitor Experience. Continuum.
Shinde, K. A. (2021). *Religious tourism and pilgrimage: Management, marketing and sustainability*. Wallingford: CABI.
Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
Şahin, M. (2007). *Kamu Ekonomisi ve Sivil Toplum Kuruluşları*. Ankara: Seçkin Yayınlar.
Şahiner, M. (2012). *Turizm Türleri ve Uygulama Örnekleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
Şen Şahin, S. (2019). Kültürel Miras Turizmi, *Turizm Ansiklopedisi Türkiye* içinde, Ed. Orhan İçöz ve Muzaffer Uysal, Ankara: Detay Yayıncılık.
Taşköprülüzâde, A. (1985). *Mevzûâtü'l-ʿUlûm.* (Haz. Osman Türker). İstanbul: IRCICA.
Timothy, D. J. & Boyd, S. W. (2003). *Heritage tourism*. Harlow: Pearson Education.
Timothy, D. J. & Nyaupane, G. P. (Eds.). (2009). *Cultural heritage and tourism in the developing world: A regional perspective*. London: Routledge.
Timothy, D.J. & Olsen, D.H. (2006). *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. London: Routledge.
Timur, A., Dönmez, A., & Yıldız, M. (2014). *Etkinlik turizmi ve yönetimi*. Detay Yayıncılık.

Topbaş, O. N. (2015). *İslam İlmihali*. İstanbul: Erkam Yayınları.
Trigg, R. (2024). *Faith: A Very Short Introduction*. Londra: Oxford University Press.
Turner, V. (1969). *The ritual process: Structure and anti-structure*. Chicago: Aldine Publishing.
Tümer, G. (1986). *Dinler Tarihine Giriş*. Ankara: Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları.
Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu- TÜBİTAK- (2022). *Türkiye'de yeşil dönüşüm ve sürdürülebilir üretim politikaları raporu*. TÜBİTAK Yayınları.
Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi. (1993). Cami. TDV Yayınları.
Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi. (2004). Mescit maddesi. TDV Yayınları.
Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (2025), "Bölgesel Göstergeler", 2019–2023.Gazianten:Özgür Yayınları
Uçkun, G., Atalı, L., Polatel, O., Aktaş, A. & Şener, V. (2025). *Şehrimiz Kocaeli*. Kocaeli İl Milli Eğitim Müdürlüğü
Uludağ, S. (1993). *Din Felsefesi*. İstanbul: Dergah Yayınları.
Ulugün, Y. (2002). *İzmit tarihi ve kültürü*. Kocaeli Rotary Kulübü Yayınları.
Ulutürk, M. & Güripek, E. (2025). İnanç Turizmi Destinasyonu. *Türkiye Turizm Ansiklopedisi*, Ankara: Detay Yayıncılık
Uzunçarşılı, İ. H. (1988). *Osmanlı Devleti'nin İlmiye Teşkilatı*. Türk Tarih Kurumu Yayınları.
Ürkmez, E. (2007). *İzmit'te Türk eserleri*. Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Yayınları.
Vukonić, B. (1996). *Tourism and Religion*. Emerald Group Publishing Limited
Yazır, E. H. (1979). *Hak Dini Kur'an Dili (Tefsir).* İstanbul: Eser Yayınları.
Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (10. baskı). Seçkin Yayıncılık.
Yıldırım, M. (2017). *Etkinlik turizmi ve destinasyon yönetimi*. Detay Yayıncılık.
Yolal, M. (2017). *Etkinlik turizmi*. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
Yüce, R. (1998). *İzmit ve çevresi tarihi: Kocaeli ve 1950'ye kadar Sakarya tarihsel notlar ve anılar*. İzmit: İzmit Rotary Kulübü Yayınları.
Zürcher, E. J. (2004). *Turkey: A modern history*. I.B. Tauris.

Makaleler, Bildiriler, Diğer Basılı Yayınlar

Adamış, E., Aydın, S. & Tuna, M. (2024). İznik'te İnanç Turizminin Paydaşlar Açısından Değerlendirilmesi: GZFT Yaklaşımı ile Stratejik Bir Analiz. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, *8*(2): 78-95.
Akmeşe, H., Ataman, D. & Aras, S. (2018). Somut Kültürel Mirasın Turizm Açısından Değerlendirilmesi: Mardin İli Örneği, *Journal of Social And Humanities Sciences Research*, 5 (29): 3598-3607.
Aksoy, A. (2021). Yerel Halkın Turizme Katılımı ve Katılım Düzeylerinin Belirlenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.
Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies,* 3/3: 79-89.
Aksu, V. (2003). *Türkiye'nin kış turizmi potansiyeli*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Alaeddinoğlu, F. ve İzi, M. (2024). İnanç Turizmi ve Toplumsal Hafıza İlişkisi. *Journal of Academic Tourism Studies*, 5(2): 209-222.

Aliağaoğlu, A. (2004). Sosyo-Kültürel Miras Turizmi ve Türkiye'den Örnekler, *Turkish Journal of Geographical Sciences*, 12 (2): 50-64

Alio, A.A. & Serrano, M.M. (2025). Religious Architecture, Public Space, and Contemporary Society. *Religions*, 16, 7: 862

Aref, F. (2011). Barriers to community capacity building for tourism development in communities in Shiraz, Iran. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(3): 347–359.

Arpacı, Ö., Pamukçu, H., & Batman, M. (2015). Helal turizmin gelişimi ve Türkiye'deki durumu üzerine bir değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 22–34.

Arslan, E. (2022). Nitel Araştırmalarda Geçerlilik ve Güvenilirlik. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *51*(1): Ö395-Ö407.

Asadpourian, Z., Rahimian, M. & Gholamrezai, S. (2020). SWOT-AHP-TOWS analysis for sustainable ecotourism development in the best area in Lorestan Province, Iran, *Social Indicators Research*, 152(1), 289-315.

Avolio, B., Prados-Peña, M.B. & Pardo, E. (2024). Volunteer Tourism: A Systematic Literature Review. *Sage Open* , *14* (2), 21582440241260924.

Ayaz, N. & Eren, M. (2020). Türkiye'de İnanç Turizmi Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5 (2): 284-300.

Aydoğdu, A. ve Duman, S. (2017). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi: Kastamonu Örneği, *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 6 (1): 4-23.

Ayorekire, J., Obua, J., Mugizi, F. & Byaruhanga, B.M. (2020). Opportunities and Challenges of Religious Tourism Development in Uganda: Policy, Planning and Institutional Perspectives. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 8 (3):12.

Ayu, W.A., Harianto, S., Purnomo, N.H. ve Buwana, I. (2025). An Outdoor Learning Approach Through The Use Of Cultural Heritage Sites To Improve Students' Cultural Literacy. *The Indonesian Journal of Social Studies, 8(1) (2025): 69-86*

Badurina, J. D. & Frleta, D. S. (2021). Tourism Dependency and Perceived Local Tourism Governance: Perspective of Residents of Highly-Visited and Less-Visited Tourist Destinations. *Societies,11*(3), 79-91.

Baljon, J. B. & Çalışkan, İ. (1999). Şah Veliyyullah Dehlevî'ye Göre Hak Ve Batıl Din. *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (3): 291-298.

Baltacı, A. (2018). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(2), 368–388.

Barkan, Ö. L. (1942). Osmanlı İmparatorluğu'nda bir iskân ve kolonizasyon metodu olarak vakıflar ve temlikler. *Vakıflar Dergisi*, 2, 279–386.

Barker, C. & Pistrang, N. (2005). Quality Criteria under Methodological Pluralism: Implications for Conducting and Evaluating Research. *American Journal of Community Psychology*, *35*(3-4), 201-212.

Birge, J. K. (1994). *The Bektashi Order of Dervishes*. Luzac Oriental.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü- UNWTO. (2014). *Global report on religious tourism*. Madrid: World Tourism Organization.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü –UNWTO. (2019). Sustainable Tourism for Development. World Tourism Organization.

Bornhorst, T., Ritchie, J. R. B., & Sheehan, L. (2010). Determinants of tourism success for DMOs. *Journal of Travel Research, 49*(3), 572–589.

Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3*(2), 77-101.

Bryman, A., Becker, S. & Sempik, J. (2008). Quality Criteria for Quantitative, Qualitative and Mixed Methods Research: A View from Social Policy. *International Journal of Social Research Methodology,11*(4), 261-276.

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management, 21*(1), 97–116.

Bulgan, G.ve Ergençiçeği, A. (2021). Engelli Bireylerin Restoranlarda Yaşadıkları Erişim Sorunları. *Vizyoner Dergisi, 12*(29), 46-64.

Byrd, E. T. (2007). Stakeholders in Sustainable Tourism Development and Their Roles: Applying Stakeholder Theory to Sustainable Tourism Development. *Tourism Review*, *62*(2). 6-13.

Campos, AC, Guerreiro, MM & Beevor, MC (2025). Storytelling in Heritage Tourism: Exploring Co-creative Experiences from the Tourist Perspective. *Museum Management and Curatorship*, *40* (2): 225-250.

Can, M. (2015). *Etkinlik turizminin destinasyon pazarlamasındaki rolü* (Yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Choi, H. C. & Sirakaya, E. (2005). Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: Development of sustainable tourism attitude scale. Journal of Travel Research.

Cohen, E. (1992). Pilgrimage and Tourism: Convergence and Divergence. *Sacred Journeys*, 7(2), 47–61.

Collins-Kreiner, N. (2010). Researching pilgrimage: Continuity and transformations. *Annals of tourism research*, 37(2), 440-456.

Cömert, M. ve Özkaya Durlu, F. (2014). Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi, *Journal of Tourism And Gastronomy Studies*, 2/2: 62-6.

Çalık, İ. & Adam, S. (2020). Helal turizm kapsamında destinasyon rekabetçiliği: İslam İşbirliği Teşkilatı ülkeleri üzerine bir değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 1234–1252.

Çarıkcı, K., Meral, H., Berkil, S., Çalışır, A., Önala, L. & Arslan, Ö. (2024). Nitel Araştırmalarda Tematik Analiz, *Socrates Journal of Interdisciplinary Social Studies*,10(37): 127-140

Çeken, H., Karadağ, M., & Dalgın, S. (2007). Kırsal kalkınmada yeni bir yaklaşım: Kırsal turizm. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(5), 1–14.

Çetin, G. & Bilgihan, A. (2016) Kültür Turistlerinin Destinasyonlardaki Deneyimlerinin Bileşenleri. *Turizmde Güncel Konular*, 19, 137-154.

Çetin, M. (2000). Osmanlı fetih hareketlerinde uç beylerinin rolü. *Türkler Ansiklopedisi*, 6, 50–65.

Çetin, M., Şentürk, F. K. & Kervankıran, İ. (2017). Kocaeli ilinin turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(54): 1000–1012.

Çıracı, H., Turgut, S. ve Kerimoğlu, E. (2008). Sürdürülebilir Turizm Gelişimi için Bir Yönetim Modeli Önerisi: Frig Vadisi Örneği. *İstanbul Teknik Üniversitesi Dergisi*, 2, 89-102.

Çoban, B. & Karakaya Y. E. (2010). Geleceği Planlamada Stratejik Yönetim ve Swot Analizi: Kavramsal Yaklaşımlar, *e-Journal of New World Sciences Academy*, V. 5, 4: 342-352

Demirci, A. & Uysal, A. (2019). Kırsal Kalkınmada Hayvancılığın Rolü: Kocaeli Örneği, Sosyoekonomi Dergisi, 27(41), 137–152.

Doğanay, H. & Zaman, M. (2020). İnanç turizmi kapsamında Türkiye'deki türbelerin coğrafi analizi. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1), 1–17.

Doğancı, M. (2015). Nikomedia antik kenti ve arkeolojik buluntularının değerlendirilmesi. *Uluslararası Kocaeli Tarihi Sempozyumu Bildirileri*, 245–260.

Dredge, D. (2006). Networks, Conflict and Collaborative Communities. *Journal of Sustainable Tourism, 14*(6), 562-581.

Dulles, A. (2023). Nature and Object of Faith. *The Assurance of Things Hoped For: A Theology of Christian Faith* kitabı içinde, online baskı, Oxford Academic, 185-203.

Duman, T. (2011). Value of Islamic tourism offering: Perspectives from the Turkish experience. *World Islamic Tourism Forum (WITF) Proceedings*.

Duran, E. (2005). Türbelerin Sosyo-Kültürel İşlevi. *İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 10(2): 75–88.

Dursun, B. & Güzel, R. (2022). Kocaeli'nin Turizm Potansiyeli Üzerine Bir Değerlendirme. *Turizm ve Yerel Kalkınma Dergisi*, 5(2): 85–104.

Dündar, M. (2020). Kur'an'da Din Adamlarına Yapılan Eleştiriler. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (49): 495-516.

Erkal, M. (2015). İnanç Mekânlarının Turistik Değeri Üzerine Bir Değerlendirme: Yerel Camiiler Örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 2(3), 45–61.

Erken, N. (2015). Milli Hafızanın Mekânları: Türkiye'de Şehitlikler ve Anıtlar. *Toplumsal Tarih*, 256, 42–47.

Ertaş, E. & Cengiz, E. (2021). İnanç turizmi kapsamında dini mekânlara yönelik ziyaret motivasyonları. *Turizm ve Rekreasyon Dergisi*, 3(1), 45–59.

European Bank for Reconstruction and Development- EBRD- (2021). *Green economy transition approach 2021–2025*..

Eysenbach, G. & Köhler, C. (2002). How Do Consumers Search for and Appraise Health İnformation on the World Wide Web? Qualitative Study Using Focus Groups, Usability Tests, and In-depth Interviews. *BMJ (Clinical Research Ed.), 324*(7337): 573-577.

Fassin, Y. (2012). Stakeholder Management, Reciprocity and Stakeholder Responsibility. *Journal of Business Ethics,* 109, 83-96.

Future Market Insights. (2024). *Religious tourism market outlook (2024–2034)*. Future Market Insights.

Geçgin, E., & Korucuk, S. (2017). İnanç Turizmi ve Ziyaretçi Motivasyonları. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 17(3), 1–18.

Gharamaleki, M. R. E., Bayat, G. ve Pourkarimi, P. (2018). The Role Of Historical Attractions In The Development Of Cultural Heritage Tourism And Facilitating Inter-Cultural Interactions Between Iran And Turkey, *Türkbilim*, Aralık: 216-223.

Grand View Research. (2024). *Religious tourism market size, share & trends analysis report (2024–2030)*. Grand View Research.

Gümüş, N. & Kulakoğlu Dilek, N. (2018). *Turizmin sınıflandırılması*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, 12(3), 21-29.

Güngör, A. (2018). Kocaeli (Nikomedia) tarihinde Hristiyanlık ve şehitlik olgusu. *Uluslararası Kocaeli Tarihi ve Kültürü Sempozyumu Bildirileri*, 65–80.

Güngör, Y. (2016). *İlk çağda Nikomedia (İzmit)'dan Hristiyanlık tarihine yayılan ışık: Saint Barbara.* 3. Uluslararası Gazi Süleyman Paşa ve Kocaeli tarihi sempozyumu bildirileri. Kocaeli, 25-27 Mart.

Gürbüz, S. & Aydın, B. O. (2018). İslami İnanç Destinasyonlarının Tanıtımında Youtube Videolarının Kullanımı. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6 (1): 539-568

Güzel Şahin, G. ve Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak Gastronomi Turizmi: İstanbul'un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3 (2): 63-73

Hacıoğlu, N. & Göral, R. (2017). *Türkiye'nin Helâl Turizm Pazarındaki Yeri: Akdeniz Destinasyonlarıyla Karşılaştırmalı Bir Analiz*. 1. International Halal Tourism Congress Proceeding Book, Ed. Kutay Oktay, Hüseyin Pamukçu, / 07-09 April 2017 / Alanya / Turkey

Han, V., Polat G. & Coşkun S. (2022). Türkiye'de Turizm Gelişiminin Çevresel Bozulma Üzerine Etkisinin Değerlendirilmesi. *Fiscaoeconomia,* 6 (2): 345-361.

Hanafi, A. & Yudhiasta, S. (2024). Pengembangan Potensi Pariwisata Melalui Wisata Edukasi Di Kampung Budaya Samin Bojonegoro, *7* (2): 863-873.

Henderson, J. C. (2002). Tourism and religion: a neglected relationship. *Tourism Recreation Research,* 27(2), 55-60.

Henderson, J. C. (2011). Religious Tourism and Its Management: The Hajj in Saudi Arabia. *International Journal of Tourism Research*, 13(6), 541–552

İslam İşbirliği Teşkilatı- İSEDAK- (2018). Müslüman Dostu Turizm: İslam Ülkelerinde Arz ve Talep Yönlerinin Anlaşılması. İSEDAK Koordinasyon Ofisi, Ankara.

Kaplan, R. (2021). Türkiye'de ziyaret fenomeni ve türbe kültürü üzerine bir değerlendirme. *İlahiyat Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 120–140.

Karataş, E., Özköse, A. & Heyik, M.A. (2025). Kentsel kitlesel turizm ve kırsal terk edilme için sürdürülebilir miras planlaması: Safranbolu–Amasra ekokültürel rotasına entegre bir yaklaşım. *Sürdürülebilirlik*, *17* (7): 31-57.

Kartal, E. (2019). *İmanın psikolojik unsurları*. Journal of Analytic Divinity, 3(1), 94–102.

Kaya, A. (1999). *İnanç Turizmi ve Türkiye'deki Uygulamalar*. Turizmde Güncel Gelişmeler Semineri Bildirileri, Ankara.

Kaya, A. (2008). Türkiye'de tarihî yapıların korunması ve yeniden işlevlendirilmesi. *METU Journal of the Faculty of Architecture*, 25(2), 245–260.

Kayhan, V. (2006). Hak Dinin Tek Oluşu. *Fırat Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, *11*(1).

Kırlı, M. (2020). Yerel Kimlik ve Anma Pratikleri: Şehitliklerin Sosyokültürel Rolü. *Kent Araştırmaları Dergisi*, 3(1): 77–91.

Kızılırmak, İ. (2006). Türkiye'de düzenlenen yerel etkinliklerin turizm üzerindeki etkileri. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 181–196.

Kiger, M. E. & Varpio, L. (2020). Thematic Analysis of Qualitative Data: AMEE Guide, 131. *Medical Teacher, 42*(8), 846-854.

King, N. (2004). Using Templates in The Thematic Analysis of Text. In C. Cassell & G. Symon (Eds.), *Essential Guide to Qualitative Methods in Organizational Research* (pp. 257-270). UK: Sage Publishing.

Kiper, T., Özyavuz, M. & Korkut, A. (2011). Doğal Peyzaj Özelliklerinin Kırsal Turizm Gelişimine Etkisi: Tekirdağ İli Şarköy İlçesi Örneği, *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi,* 8 (3): 22-35

Köse, A. (2018). Kent İmajı ve Cami Mekânı: Yeni Cuma Camii Örneği. *Şehir ve Toplum Dergisi.*

Küçükkömürler, S., Boran Şirvan, N. ve Sezgin Ceyhun, A. (2018). Dünyada ve Türkiye'de Gastronomi Turizmi, *Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi,* 2 (2): 78-85

Laflı, E. (2019). Nikomedia'da Şehitlik ve Erken Hristiyanlık. *Anadolu Tarih Araştırmaları*, 13(1): 135-152.

MARKA – Doğu Marmara Kalkınma Ajansı. (2023). Kocaeli Bölgesel Gelişim Stratejisi.

Marlizar, M., Lastri, S., & Erlinda, E. (2025). İslami Turizm Geliştirme Stratejisi: Yerel Bilgeliğin ve Dijital İnovasyonun Entegrasyonu. *Paylaş: İslami Ekonomi ve Finans Dergisi*, *14* (1): 516-541.

MasterCard-CrescentRating. (2016). *MasterCard-CrescentRating Global Muslim Travel Index 2016*. Singapore: MasterCard-CrescentRating.

McDonogh, G. (2003). Religion, Space, and Identity in the Contemporary City. Journal of Urban Affairs.

McKercher, B. & Ritchie, M. (1997). The Third Tier of Public Sector Tourism: A Profile of Local Government Tourism Officers in Australia. *Journal of Travel Research,36*(1), 66-72.

Morgül, Ş. M. (2006). *Trakya Bölgesinde Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesine İlişkin Analiz: Kırklareli Örneği*, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi

Nora, P. (1989). Between memory and history: Les lieux de mémoire. *Representations*, 26, 7–24.

Okuyucu, A. & Somuncu, M. (2013). Türkiye'de inanç turizmi: Mevcut durum, sorunlar ve öneriler. *Ankara Üniversitesi Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi*, 12, 1–20.

Olcay, A., & Albuz, A. (2016). Türkiye'de İnanç Turizmi Potansiyelinin Ekonomik Açıdan Değerlendirilmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 28, 1–17.

Oli, L. B. & Woli , L. (2024). The Potential for Religious Tourism in the Panchakoshi Area of Dailekh. Medha: A Multidisciplinary Journal, 7(1): 107–124.

Oliva, L. & Trono, A. (2023). Heritage Sites, Devotion, and Quality Improvement in Tourism: Promotion and Management of Ancient Marian Worship Sites along the Appian Way in Puglia and Basilicata. *Religions*, *14* (12), 1548.

Olsen, D. H. (2014). A scalar comparison of motivations and expectations of experience within the religious tourism market. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 1(1), 5.

Orams, M. B. (2002). *Marine tourism: Development, impacts and management*. Routledge.

Önal, R (2015). İmam Mâtürîdî Teolojisinden Semantik Analizler:'Din & Şeriat & Hak Din & İslâm'Kavramları Örneği. *Balıkesir Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, *1*(1), 61-78.

Özcan, Z. K. & İbiş, N. (2022). Sektörel Kalkınmada Turizm ve Belediyeler: Eğirdir Örneği. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, *11*(3), 327-343.

Özdoğan, O. (2009). *Kış turizmi ve Türkiye'de kış turizminin gelişimi* (Yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özleyen, E. (2017). *Manisa İlinin İnanç Turizmi Potansiyelinin Paydaşlar Tarafından Değerlendirilmesi*. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Öztemiz, S. (2017). *Türkiye'de Dijital Kültürel Miras Ürünlerine Açık Erişim*, İstanbul: Hiperlink.
Öztürk, M. & Yıldız, A. (2021). Kocaeli'de Alternatif Turizm Olanakları ve Gelişim Potansiyeli. *Turizm ve Rekreasyon Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 134–150.
Pamukçu, H. & Arpacı, Ö. (2016). Helal turizm kapsamında konaklama işletmelerine yönelik bir değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 146–160.
Pew Research Center. (2014). *The world's Muslims: Religion, politics and society*. Pew Research Center.
Pike, S., & Page, S. J. (2014). Destination marketing organizations and destination marketing. *Tourism Management, 41*, 202–227.
Pratiwi, RD & Efendi, E. (2025). Medan şehrindeki Meshun Ulu Camii'nde Dini Turizm Gelişiminin Yönetimi. *Al-Fikra: İslami Bilimsel Dergi*si, *24* (1): 1-13.
Presenza, A., Sheehan, L., & Ritchie, J. R. B. (2005). Towards a model of the roles and activities of destination management organizations. *Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Science*, 3, 1–16.
Purwanto, S. (2022). Analyzing the Role of Local Government in Tourism Village Development: An Empirical Investigation from Kampung Wisata Payo, *International Academic Conference on Tourism (INTACT*) *"Post Pandemic Tourism: Trends and Future Directions"*, Indonesia, 455-461.
Raj, R. & Morpeth, N. D. (2007). *Religious Tourism and Pilgrimage Management: An International Perspective*. CABI.
Rejman, K., Duran-Sánchez, A., & Álvarez-García, J. (2016). Religious Tourism–A Review of the State of Research. *Journal of Tourism Research*, 21(4), 564–578.
Richards, G. (2007). Cultural Tourism: Global and Local Perspectives. Binghamton: Routledge.
Rinschede, G. (1992). Forms of Religious Tourism. *Annals of Tourism Research*, 19 (1): 51-67.
Seçkin, M. & Bozdağ, L. (2016). Kocaeli'deki Osmanlı dönemi camilerinin mimari özellikleri ve turizm potansiyeli. *Uluslararası Kocaeli Sempozyumu Bildirileri*, 2, 145–160.
Sezer, S. (2015). Anadolu'da arkeolojik buluntular ve kültürel mirasın korunması üzerine bir değerlendirme. *Arkeoloji ve Sanat Dergisi*, 150, 65–85.
Sharpley, R. (2002). The Tourism Development Puzzle: Local Responses and Policy Options. *Current Issues in Tourism*, 5(5), 373–384.
Sharpley, R. (2009). Tourism development and the environment: Beyond sustainability? Earthscan.
Shepherd, R. (2002). Commodification, culture and tourism. *Tourist studies*, 2(2): 183-201.
Shinde, K. A. (2015). Religious tourism and religious tolerance: insights from pilgrimage sites in India. *Tourism Review*, 70(3), 179-196.
Stausberg, M. (2014). Religion and Tourism: Crossroads, Destinations and Encounters. *Tourism Management Perspectives*, 12, 25–30.
Sutrisno, N.W.A. (2024). Pancasila Perspektifinden Zillennial Kuşağı İçin Sosyal Medya İletişim Etiği. *JCIC: CIC Sosyal Araştırma ve Danışmanlık Enstitüsü Dergisi*, *6* (1): 29-43.

Şahiner, M., Şahiner, A. & Kaya, M. (2017). Helal turizm kapsamında tüketici algıları üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 460–470.

Şenel, Z. & Çelik, s. (2023). Turizm paydaşlarının Şırnak inanç turizmine yönelik algıları. *Toursim & Recreation*, 5 (2) 43-57

Şimşek, A. ve Selçuk, N. G. (2018). Gastro Turistlerin Tipolojisinin Belirlenmesi: Gaziantep Ölçeğinde Bir Araştırma, *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi,* 3 (1): 28-43

Şimşek, A. ve Selçuk, N. G. (2018). Gastro Turistlerin Tipolojisinin Belirlenmesi: Gaziantep Ölçeğinde Bir Araştırma, *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi,* 3 (1): 28-43

Tarakçı, M. (2004). Tevrat ve İncil'in tahrifi ile ilgili Kur'an ayetlerinin anlaşılması sorunu. *Usûl İslam Araştırmaları*, *2*(2).

Temren, B. (1998). Din Antroplojisi Açısından İnanç Ve Din Olgusuna İlişkin Bir Degerlendirme. *Ankara Üniversitesi Dil Ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, *38* (1-2), 301-311.

Thomas, D. R. (2006). A General Inductive Approach for Analyzing Qualitative Evaluation Data. *American Journal of Evaluation, 27*(2), 237-246.

Tilson, D. J. (2005). Religious Tourism in Antiquity. *Journal of Heritage Tourism*, 3(2), 95–104.

Timothy, D. J. (2007). Empowerment and stakeholder participation in tourism destination communities. In A. Church & T. Coles (Eds.), *Tourism, Power and Space* (pp. 199–216). Routledge.

Timur, S., & Getz, D. (2008). A network perspective on managing stakeholders. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 20*(4), 445–461.

Tosun, C. (2002). Host Perceptions of Impacts: A Comparative Tourism Study. *Annals of Tourism Research*, *29*(1), 231-253.

Tosun, C. (2006). Expected Stays, Perceived Service Quality and Returns in a Turkish Coastal Resort. *Tourism Management*, 27(6): 1184-1191.

Türker, N., Akça, E. & Uçar, M. (2019). Dini Mekânları Ziyaret Eden Turistlerin Seyahat Motivasyonları: Kastamonu İlinde Bir Uygulama. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1): 111-132.

Tütüncüler, M. (2024). *İlâhî Kitapların Tahrif Edilmesine Yönelik Kur'ân'da Yer Alan Eleştiriler* (Doctoral dissertation, Gaziantep Islam Science and Technology University).

Uygun Yazıcı, S. (2023). İnanç Turizmi Kavramının Tarihsel Uygulamalarına Bir Örnek: İnkubasyon. *Trakya Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 13 (25): 145-155

Ünver, H. (2019). Antik Nikomedia'da Hristiyanlık. *İzmit Akademi Dergisi*, 2(1): 498–508.

Üzümcü, T. P., Çelik, A., Otar, S., & Hacıalioğlu, A. (2019). Kırsal alanların sürdürülebilir turizm amaçlı kullanılması: Kocaeli-Kandıra örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences,* 5(2): 92–102.

Winn, M. I. (2001). Building Stakeholder Theory with A Decision Modeling Methodology. *Business and Society, 40*(2), 133-166.

Yağar, F. & Dökme, İ. (2018). Nitel araştırmaların planlanması: Araştırma soruları, örneklem seçimi, veri toplama ve analiz süreci. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38(2), 587–610.

Yavuz, Y. (1993). Türbe. *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, 31: 331–339.
Yavuz, Y. (2010). "Cami", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi* (TDV İA), c. 7, s. 9–17.
Yel, A. M. (2015). Türkiye'de ziyaret yerleri ve halk inançları. *Milli Folklor*, 27(105), 23–35.
Yıldırım, M. (2010). Türbe Ziyaretleri ve Halk İslamı. İlahiyat Tetkikleri Dergisi, 33(2): 127–152.
Yurt, A. (2017). Kent Mekânında Cami: Sosyal Bir Kurum Olarak Mahalle Camiileri. *Şehir ve Toplum Dergisi*, 5(1): 89–104.
Zengin, B. (2010). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisine Reel ve Moneter Etkileri. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 5 (1): 102-126

Elektronik Kaynaklar

Aas, C., Ladkin, A., & Fletcher, J. (2005). Stakeholder collaboration and heritage management. Annals of Tourism Research, 32(1), 28–48. https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.04.005 Erişim Tarihi: 03.03.2025
Akçakoca Anıt Mezarı. https://www.kandira.gov.tr/akcakoca-anit-mezari Erişim: 11.10.2025
Akçakoca Bey Türbesi, https://www.kandira.bel.tr/foto/akcakocabey-turbesi#fotodetay-2, Erişim Tarihi:02.02.2026
Baç Çınarlı Camii, https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/kocaeli/gezilecekyer/bac-cinarli-camii, Erişim: 25.12.2025
Battour, M. & Ismail, M. N. (2015). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150–154. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008
Battour, M., Battor, M. & Ismail, M. N. (2012). The mediating role of tourist satisfaction: A study of Muslim tourists in Malaysia. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(3), 279–297. https://doi.org/10.1080/10548408.2012.666174
Battour, M., Ismail, M. N. & Battor, M. (2017). The impact of destination attributes on Muslim tourist satisfaction. *International Journal of Tourism Research*, 19(5), 1–12. https://doi.org/10.1002/jtr.2136
Battour, M., Ismail, M. N., & Battor, M. (2018). Muslim travel behavior in halal tourism. *Journal of Islamic Marketing*, 9(2), 274–289. https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2016-0093
Çoban Mustafa Paşa Camii ve Külliyesi Görseli, https://www.kocaeli.bel.tr/camiiler-kulliyeler-turbeler.html, Erişim Tarihi: 20.02.2026
Doğan, M., & Efe, R. (2019). Türkiye'de inanç turizmi kapsamında ziyaret edilen kutsal mekânlar üzerine bir değerlendirme. *Turkish Studies*, 14(3), 1500–1515. https://doi.org/10.29228/TurkishStudies.XXXXX
Fevziye Camii Görseli, https://www.turkiyenintarihieserleri.com/?oku=2795, Erişim Tarihi: 20.02.2026
Fevziye Camii, https://kocaeli.ktb.gov.tr/Eklenti/135130,brosurpdf.pdf?0, Erişim: 25.07.2025

Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. Tourism Management, 29(3), 403–428. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017 Erişim Tarihi: 22.04.2025

Haq, F. & Jackson, J. (2009). Spiritual journey to Hajj: Australian and Pakistani experience and expectations. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 6(2), 141–156. https://doi.org/10.1080/14766080902885206

Hikmetiye Camii, https://kartepe.bel.tr/haber/sultan-2-abdulhamid-han-in-yaptirdigi-kocaeli-deki-hikmetiye-camii-yillara-meydan-okuyor-0039, Erişim: 25.06.2025

İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2025). İnanç Turizmi. https://istanbul.ktb.gov.tr/TR-276236/inanc-turizmi.html Erişim: 11.08.2025

Jafari, J., & Scott, N. (2014). Muslim world and its tourisms. *Annals of Tourism Research*, 44, 1–19. https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.08.011

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi (2025). Tarihçe, https://www.kocaeli.bel.tr/tarihce.html Erişim tarihi: 12.06.2025

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi (2024). Kocaeli İlinde Sanayi ve Ticaret. https://www.kocaeli.bel.tr/sanayi-ve-ticaret.html, Erişim: 22.02.2026

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi. (t.y.). *Kandıra Orhan Camii*. Erişim tarihi: 11 Ocak 2026, https://www.kocaeli.bel.tr/camiiler-kulliyeler-turbeler.html

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi. (t.y.). *Sultan Baba Türbesi*. Erişim tarihi: 11 Ocak 2026, https://www.kocaeli.bel.tr/tr/main/pages/camiiler-kulliyeler-turbeler/235

Kocaeli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2025). Kocaeli Coğrafi Yapısı ve Haritası. https://kocaeli.ktb.gov.tr/TR-69186/cografya.html Erişim: 25.12.2025

Kocaeli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2023). Kocaeli İli Turizm Potansiyeli Raporu. https://kocaeli.ktb.gov.tr/ Erişim Tarihi: 22.03.2025

Kocaeli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2025). Kocaeli. https://kocaeli.ktb.gov.tr/Eklenti/135130,brosurpdf.pdf?0 Erişim: 22.03.2025

Kocaeli İl Tarım ve Orman Müdürlüğü (2020). Kocaeli Tarım İstatistikleri, https://kocaeli.tarimorman.gov.tr/Lists/KutuMenu/Attachments/2/Kocaeli%20Tar%C4%B1m%20%C4%B0statisti%C4%9Fi.pdf, Erişim Tarihi: 16.04.2025

Kocaeli İl Tarım ve Orman Müdürlüğü (2025). 2025 Yılı Faaliyet Raporu. https://kocaeli.tarimorman.gov.tr/Menu/58/Faaliyet-Raporu Erişim Tarihi: 16.04.2025

Kocaeli Valiliği (2025). Kocaeli'de Tarım ve Hayvancılık. https://www.kocaeli.gov.tr/kocaelinde-tarim-ve-hayvancilik Erişim: 12.12.2025

Kocaeli Valiliği (2025). Şehrimiz. https://www.kocaeli.gov.tr/sehrimiz Erişim: 12.12.2025

Müslüman Dostu Turizm, https://ebook.comcec.org/Home?k=MTE1OA==&u=MTAxNw==&lang=1 Erişim: 25.06.2025

Namazgah (İzmit) Şehitliği, https://gezgorkocaeli.com/gezi-rehberi/bagcesme-namazgah-sehitligi/, Erişim Tarihi: 20.02.2026

Olguner, F. (t.y.). Bâtıl. *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. Erişim tarihi: 25 Ocak 2026, https://islamansiklopedisi.org.tr/batil , Erişim Tarihi: 20.02.2026

Salomao, A. (2023, September 20). The Art of Interpretation: A Journey Through Thematic Analysis [web log content]. https://mindthegraph.com/blog/thematic-analysis/ Erişim Tarihi: 01.01.2024.
Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, OSB Bilgi Sistemi, 2023. https://www.sanayi.gov.tr/sanayi-bolgeleri/organize-sanayi-bolgeleri-hizmetleri Erişim tarihi:25.11.2025
Servetiye Karşı Köyü Taş Camii. https://basiskelegezi.com/servetiye-karsi-koyu-tas-cami/ Erişim: 25.11.2025
Servetiye Şehitliği. http://kocaelitarihi.com/places/servetiye-muzesi/, Erişim Tarihi: 20.02.2026
Sharpley, R., & Jepson, D. (2011). Rural tourism: A spiritual experience? Annals of Tourism Research, 38(1), 52–71. https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.05.002 Erişim tarihi: 18.02.2026
Stephenson, M. L. (2014). Deciphering 'Islamic hospitality': Developments, challenges and opportunities. *Tourism Management*, 40, 155–164. https://doi.org/10.1016/j .tourman.2013.05.002
Tarım ve Orman Bakanlığı. (t.y.). Kocaeli Doğa Turizmi Uygulama Eylem Planı 2013–2023. https://bolge1.tarimorman.gov.tr/Documents/menu-dosyalar/Do%C4%9Fa%20Turizmi%20Master%20Planlar%C4%B1/Kocaeli%20TTMP.pdf, Erişim: 10.05.2025
Tarihi Orhan Camii, Kocaeli. https://www.kocaeli.bel.tr/haber/687-yildir-ayakta-duran-tarihi-orhan-cami-34272.html. Erişim: 04.04.2025
Turizmde Sürdürülebilirlik, https://doi.org/10.1080/09669582.2010.517315 Erişim Tarihi: 05.05.2025
Türk Dil Kurumu (2025). Destinasyon Tanımı, https://sozluk.gov.tr/ Erişim. 12.12.2025
Türk Dil Kurumu. (2018). *Miras*. Güncel Türkçe Sözlük. https://sozluk.gov.tr/
Türk Dil Kurumu. (2020). *Etkinlik*. Güncel Türkçe Sözlük. https://sozluk.gov.tr/
Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (2025a). Hayvansal Üretim İstatistikleri 2018–2023, https://data.tuik.gov.tr , Erişim: 5 Haziran 2025.
Türkiye Seyahat Acentaları Birliği- TURSAB- (2024).2023-2024 Ocak-Aralık Dönemi Konaklama İstatistikleri Karşılaştırması. https://www.tursab.org.tr/konaklama-istatistikleri/2023-2024-karsilastirmasi Erişim: 31.12.2025
Uğurkan, E. (2019). *Yeni Cuma Camii*. Türkiye Turizm Ansiklopedisi, https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/yeni-cuma-camii, Erişim: 17.06.2025
UNESCO (2003). Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. https://ich.unesco.org/doc/src/15164-EN.pdf Erişim: 10.10.2025
UNESCO (2012). What is Intangible Cultural Heritage? https://ich.unesco.org/en/what-is-intangible-heritage-00003, Erişim:24.12.2025
Yeni Cuma Camii görseli, https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/kocaeli/gezilecekyer/pertev-mehmet-pasa-yeni-cuma-camii-ve-kulliyesi, Erişim Tarihi: 20.02.2026
Zaveri, A. (2023). Content Analysis vs Thematic Analysis: A Closer Look [web log content]. https://mindthegraph.com/blog/content-analysis-vs-thematic-analysis/ (Erişim Tarihi: 01.01.2024).

EKLER LİSTESİ

EK 1: Görüşme Soruları
EK2: Tarihi Nitelik Taşıyan Cami Ve Mescitler
Tablo 8: Tescilli Cami-Mescit Envanter Bilgisi
EK3: Tescilli Cami-Mescitler
Tablo9: Tescilli Cami-Mescit Envanter Bilgisi
EK 4: Tescilsiz Cami –Mescitler
Tablo10: Tescilsiz Cami –Mescitlerin Listesi
EK 5: Tescilli Türbe – Yatırlar
Tablo 11: Tescilli Türbe – Yatır Envanter Bilgisi
EK 6: Tescilsiz Türbe ve Yatırlar
Tablo12: Tescilsiz Türbe ve Yatırların Listesi
EK 7: Tescilli Şehitlik – Şehit Kabri
Tablo13: Tescilli Şehitlik – Şehit Kabri Envanter Bilgisi
EK 8: Tescilsiz Şehitlik ve Şehit Kabirleri
Tablo14: Tescilsiz Şehitlik ve ŞehitKabri Listesi

EK 1: Görüşme Soruları

Bu görüşme formu, "Kocaeli İlinde İslami İnanç Merkezlerinin Turizm Potansiyeli: Paydaş Görüşleri Üzerine Bir İnceleme" kapsamında yürütülen bilimsel araştırma için hazırlanmıştır. Araştırmanın amacı, Kocaeli ilinde İslami inanç turizmine ilişkin destinasyon paydaşlarının görüşlerini belirlemektir. Bu doğrultuda sizden elde edilecek veriler yalnızca bilimsel amaçlarla kullanılacak olup, kişisel bilgileriniz gizli tutulacak ve üçüncü kişilerle paylaşılmayacaktır.

Görüşme süresince vereceğiniz yanıtlar tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Dilediğiniz zaman görüşmeden çekilme hakkına sahipsiniz. Görüşme sırasında ses kaydı alınması planlanmakta olup, bu kayıtlar yalnızca araştırma amacıyla kullanılacak ve analiz süreci tamamlandıktan sonra imha edilecektir.

Bu formu yanıtlayarak araştırmaya gönüllü olarak katıldığınızı ve yukarıda belirtilen hususları kabul ettiğinizi beyan etmiş olursunuz.

Sorular

1. İnanç ve turizm olgularının birlikteliği (kesişimi) konusunda ne düşünüyorsunuz?
2. İnanç turizmini kendi perspektifinizden nasıl tanımlarsınız?
3. Sizce ziyaretçilerin dini mekânları ziyaret etmelerindeki temel motivasyonlar (nedenler) nelerdir?
4. Kocaeli'nin inanç turizmi potansiyeline sahip olduğunu düşünüyor musunuz? Varsa bu potansiyel unsurlar nelerdir?
5. İnanç turizmi faaliyetlerinin gelişmesinin bölgeye sosyo-ekonomik ve kültürel anlamda nasıl etkileri (katkıları) olacağını öngörüyorsunuz?
6. Turizm hareketliliğinden doğacak bu katkıların, İslami mekânların manevi atmosferini ve kutsallığını nasıl etkileyeceğini düşünüyorsunuz?
7. Yerel turizm paydaşı olarak (veya kurumunuz/işletmeniz adına), inanç turizmine yönelik ne tür hizmetler sunuyorsunuz veya sunmayı planlıyorsunuz?
8. Kocaeli'deki inanç turizmi potansiyelini sürdürülebilir bir yapıya kavuşturmak için ne gibi stratejik adımlar atılmalıdır?

EK 2: Tarihi Nitelik Taşıyan Cami ve Mescitler

Tablo 8: Tarihi Nitelik Taşıyan Cami ve Mescitlere Dair Veriler

Sıra	İlçesi	Cami Adı	İbadet Durumu	Adres	Yapım	Yapı Malzemesi	Çatı Şekli
1	İzmit	AKCAKOÇA MH. H. AYVAZ .C	Açık	Akçakoca Mahallesi Alaca Mescit Sokak No: 79 İzmit / Kocaeli	1857	Ahşap	Çatılı
2	İzmit	AKÇA C.	Açık	Karabaş Mahallesi Abdurrahman Yüksel Cadde No: 36 İzmit / Kocaeli	1967	Tuğla	Kubbeli
3	İzmit	AKÇAKOCA MH.DERE C.	Açık	Akçakoca Mahallesi Akçakoca Sokak No: 10 İzmit / Kocaeli	1328	Taş	Çatılı
4	Çayırova	AKSE C.	Açık	Akse Mahallesi Rahmi Dibek Cadde No: 226 Çayırova / Kocaeli	1910	Tuğla	Çatılı
5	Körfez	ATALAR C.	Açık	Atalar Mahallesi Seyhan Sokak No: 1 Körfez / Kocaeli	1884	Taş	Çatılı
6	İzmit	BAÇ ÇINARLI C.	Açık	Cedit Mahallesi Turan Güneş Cadde İzmit / Kocaeli	1934	Taş	Çatılı
7	Körfez	BELEN MH.C.	Açık	Belen Mahallesi Belen Merkez Mevkii Küme Evler No: 35 Körfez / Kocaeli	1877	Taş	Çatılı
8	Gebze	ÇOBAN MUSTAFA PAŞA C.	Açık	Hacıhalil Mahallesi 1102. Sokak No: 12 Gebze / Kocaeli	1523	Taş	Kubbeli
9	Gölcük	D.DEREYALI C.	Açık	Değirmendere Yalı Mahallesi Faruk Demirer Cadde No:33 Gölcük / Kocaeli	2018	Tuğla	Çatılı
10	Kartepe	DERBENT HİKMETİYE C.	Açık	Derbent Mahallesi Doğukan Cadde No: 2 Kartepe / Kocaeli	1885	Taş	Çatılı
11	Körfez	DEREKÖY MH. EĞNEDİK Lİ C.	Açık	Dere Mahallesi Eğnedikli Mevkii Küme Evler No:8 Körfez/Kocaeli	1985	Tuğla	Çatılı
12	İzmit	FEVZİYE C.	Açık	Tepecik Mahallesi Cevdet Hoca Cadde No: 11 İzmit / Kocaeli	2004	Betonblok	Çatılı
13	Gölcük	HACI DAVUTAĞA C.	Açık	Yukarı Mahallesi Yukarı Değirmendere Cadde No: 2 Gölcük / Kocaeli	1928	Ahşap	Çatılı
14	Körfez	HEREKE SÜMER C.	Açık	Agah Ateş Mahallesi Hereke Cumhuriyet Cadde No:18 Körfez/ Kocaeli	1845	Taş	Çatılı
15	İzmit	HÜSEYİN PAŞA C	Açık	Çukurbağ Mahallesi Gülümser Sokak No: 27 İzmit / Kocaeli	1870	Tuğla	Çatılı

16	İzmit	İMARET C.	Açık	Kemalpaşa Mahallesi İmaret Yokuşu Sokak No: 35 İzmit / Kocaeli	1524	Taş	Çatılı
17	Karamürsel	KARABALİ C.	Açık	4 Temmuz Mahallesi Hasan Akova Cadde No: 1 Karamürsel / Kocaeli	1570	Tuğla	Çatılı
18	Kandıra	KEFKEN MH.C.	Açık	Kefken Mahallesi Cumhuriyet Cadde No: 36 Kandıra / Kocaeli	1867	Taş	Çatılı
19	Kandıra	KURTYERİ MH.AŞAĞI KURTYERİ C.	Açık	Kurtyeri Mahallesi Kızıltepe Sokak No:19 Kandıra / Kocaeli	2001	Betonblok	Çatılı
20	Çayırova	MİRAC C.	Açık	AkseMahallesi455. Sokak No: 13 Çayırova/Kocaeli	2014	Tuğla	Diğer
21	Kandıra	ORHAN C.	Açık	Orhan Mahallesi Ağva İstanbul Cadde No: 11 Kandıra / Kocaeli	1305	Taş	Çatılı
22	İzmit	ORHAN C.	Açık	Orhan Mahallesi Medrese Sokak No: 1 İzmit / Kocaeli	1331	Taş	Çatılı
23	İzmit	PORTAKAL MESCİDİ	Açık	Akçakoca Mahallesi Çukurçeşme Sokak No: 24 İzmit / Kocaeli	1780	Tuğla	Çatılı
24	Gölcük	SARAYLI C.	Açık	Saraylı Mahallesi Saraylı Merkez Mevkii Küme Evler No: 171 Gölcük / Kocaeli	1959	Taş	Çatılı
25	Karamürsel	SARIKUM C.	Açık	4 Temmuz Mahallesi Sarıkum Cadde No:34 Karamürsel / Kocaeli	1920	Taş	Çatılı
26	Başiskele	SERVETİYE KARŞI MH.TAŞ C.	Açık	Servetiye Karşı Mahallesi Hasanağa Mevkii Küme Evler No:11 Başiskele/Kocaeli	1885	Taş	Çatılı
27	Dilovası	SEYYİD HACI VELİYİDDİN AĞA ÇARŞI C.	Açık	Tavşancıl Mahallesi Fikri Bengi Cadde No: 11 Dilovası / Kocaeli	1817	Taş	Çatılı
28	Gebze	SULTAN ORHAN C.	Açık	Sultan Orhan Mahallesi Menzilhane Cadde No: 30 Gebze / Kocaeli	1324	Taş	Kubbeli
29	Karamürsel	SULUDERE MH. C.	Açık	Suludere Mahallesi Suludere Merkez Mevkii Küme Evler No:18 Karamürsel/Kocaeli	1881	Tuğla	Çatılı
30	Dilovası	TAVŞANCIL MH. MERKEZ C.	Açık	Tavşancıl Mahallesi Erdoğan Cadde No:11 Dilovası / Kocaeli	1901	Taş	Çatılı
31	İzmit	TEPECİK C.	Açık	Tepecik Mahallesi Cami Sokak No:16 İzmit/ Kocaeli	1911	Taş	Çatılı
32	Dilovası	TEPECİK MH.C.	Açık	Tepecik Mahallesi İstanbul Cadde No:8 Dilovası / Kocaeli	1870	Taş	Çatılı

33	İzmit	UZUNKAVAK SELVİLİ C.	Açık	Tavşantepe Mahallesi Esen Sokak No: 128 İzmit / Kocaeli	1997	Betonblok	Kubbeli
34	Kartepe	UZUNTARLA MRK.C.	Açık	Uzuntarla Mahallesi Sultan Beyazıt Cadde No: 64 Kartepe / Kocaeli	1933	Betonblok	Çatılı
35	İzmit	ÜNİVERSİTE MESCİDİ	Açık	Kabaoğlu Mahallesi Prof Baki Komsuoğlu BulvarNo:101İzmit/ Kocaeli	2007	HafifPanel	Çatılı
36	İzmit	VELİAHMET C.	Açık	Veliahmet Mahallesi Alaca Mescit Sokak No: 17 İzmit / Kocaeli	1598	Taş	Çatılı
37	İzmit	YALI CAMİİ	Açık	Ömerağa Mahallesi Şahabettin Bilgisu CaddeNo:99İzmit/ Kocaeli	1509	Betonblok	Çatılı
38	İzmit	YENİ CUMA C.	Açık	Karabaş Mahallesi Pertev Paşa Cadde No: 2 İzmit / Kocaeli	1568	Taş	Kubbeli
39	Körfez	YK.HEREKE C.	Açık	Yukarı Hereke Mahallesi Çarşı Cadde No:1 Körfez/Kocaeli	1907	Taş	Çatılı
40	İzmit	YUMURTACI C.	Açık	Hacıhasan Mahallesi Sırrıpaşa Cadde No:14 /1İzmit/ Kocaeli	1631	Taş	Çatılı
41	İzmit	ZEYTİNLİ BAHÇEC	Açık	Veliahmet Mahallesi Hasan Elbeyoğlu Sokak No: 1 İzmit / Kocaeli	1885	Kerpiç	Çatılı
42	İzmit	ZIBINLI MESCİDİ	Açık	Veliahmet Mahallesi Hacı Hürrem Yokuşu Sokak No: 2 İzmit / Kocaeli	1880	Ahşap	Çatılı

Kaynak: Kocaeli İl Müftülüğü

EK3: Tescilli Cami-Mescitler
Tablo9: Tescilli Cami-MescitEnvanter Bilgisi

Sıra	İlçe	Mahalle	Camii/MescidAdı	Paf ta	Ad a	Parsel	Tescil Durum u
1	İzmit	Karabaş Mah.	Akça Camii	14	465	1	Tescilli
2	İzmit	Uzunlar	Anbarcı Köyü Camii	1		2635	Tescilli
3	İzmit	Çukurbağ Mah.	Hüseyin Paşa (Çukur)Camii		418	2	Tescilli
4	İzmit	Veliahmet Mah.	Alaca Mescid	29	358	17	Tescilli
5	İzmit	Cedit	Urgancı Ahmet Çelebi Camii	55	450	1, 2	Tescilli
6	İzmit	Tepecik Mah.	Fevziye Camii	2	240	2	Tescilli
7	İzmit	Bekirpaşa Bekirdere Mah.	Selvili (Uzunkavak) Camii	30		1935	Tescilli
8	İzmit	Akçakoca Mah.	Portakal Mescidi	85	365	22	Tescilli
9	İzmit	Ömerağa	Pertev Mehmet Paşa Külliyesi	15	667	1	Tescilli
10	İzmit	Muratlar	Muratlar Camii ve Çeşmesi	10		476	Tescilli
11	İzmit	Kemalpaşa	İmaret Camii	4	219	3	Tescilli
12	İzmit	Orhan	Orhan Camii	104	346	1	Tescilli
13	İzmit	Akçakoca	Akçakoca (Dere) Camii	86	369	4	Tescilli
14	İzmit	Ömerağa	Yalı (ÇalıkAhmet Ağa)Camii	13	283	7	Tescilli
15	İzmit	Akçakoca	HacıAyvaz Camii		372	2, 3	Tescilli
16	İzmit	Hacıhasan	Yumurtacı Mescidi	21	399	1	Tescilli
17	İzmit	Veliahmet	Zıbıncı Mescidi	29	353	1	Tescilli
18	İzmit	Veliahmet Mah.	Zeytinlibahçe Camii		362	2	Tescilli
19	İzmit	Tepecik Mah.	Tepecik Camii		235	3	Tescilli
20	İzmit	Bulduk Mah.	Bulduk Köyü Camii			2184	Tescilli
21	Gebze	Hacı halil	Çarşı (Kazım Efendi) Camii	1	181	7	Tescilli
22	Gebze	Sultan Orhan Mah.	Sultan Orhan Camii	7	212	1	Tescilli
23	Gölcük	Yukarı Değirmendere	Hacı Davut Ağa Camii	56		2887	Tescilli
24	Gölcük	Değirmendere	Yalı Camii	5	903	2,3	Tescilli
25	Gölcük	Saraylı Köyü	Saraylı Köyü Camii	47		1658	Tescilli
26	Gölcük	Nüzhetiye Köyü	Hacı Ali Paşa Camii		180	1	Tescilli
27	Kandıra	Merkez	Orhan Camii	25	176	1	Tescilli
28	Kandıra	Döngelli Köyü	Sultan Orhan Camii		110	1	Tescilli
29	Kandıra	Kefken	Kefken Köyü Camii		167	2	Tescilli
30	Kandıra	Ağaçağıl Köyü	Ağaçağıl Camii		127	223	Tescilli
31	Kandıra	Tatarahmet Köyü	Tatar Ahmet Camii		129	8	Tescilli
32	Kandıra	Kaymaz Araman Köyü	SultanOrhanCamii				Tescilli
33	Kandıra	Çarşı Mh	Kandıra Çarşı Camii		146	1	Tescilli
34	Karamürsel	Camii Atik Mah.	Karabali Camii	3	95	1	Tescilli
35	Karamürsel	Sarıkum Mah.	Sarıkum Camii	11	508	6	Tescilli

36	Karamürsel	Hacı Ömer Ağa Mah.	Karamürsel Camii	6	69	3	Tescilli
37	Karamürsel	Osmaniye Mah.	Uzundere Camii		106	250	Tescilli
38	Körfez	Hereke	Sümer Camii		144	1	Tescilli
39	Körfez	Yarımca	Çerkez Mehmet Efendi (Atalar) Camii		155	1	Tescilli
40	Başiskele	Servetiye Karşı Köyü	Taş Camii		110	4	Tescilli
41	Başiskele	Tepecik Köyü	Tepecik Camii		115	16	Tescilli
42	Kartepe	Uzuntarla Beldesi	Uzuntarla Merkez Camii	38		1195	Tescilli
43	Kartepe	Hikmetiy e Beldesi	Hikmetiye Camii	7	233	2	Tescilli
44	Kartepe	Eskieşme Mah.	Eskieşme Camii		137	7	Tescilli
45	Dilovası	Tavşancıl	Yukarı Camii	8		1580	Tescilli
46	Dilovası	Tavşancıl	Çarşı Camii	8		1580	Tescilli
47	Dilovası	Tavşancıl	Merkez(Cuma) Camii	9		1528	Tescilli
48	Çayırova	Güzeltepe Köyü	Akse Camii		881	1	Tescilli
49	Derince	Çavuşlu Köyü	Akpınar Camii		237	1	Tescilli
50	Darıca	—	—				—

Kaynak: Kocaeli Kültür Varlıklarını Koruma Kurulu

EK 4: Tescilsiz Cami –Mescitler

Tablo10: Tescilsiz Cami –Mescitlerin Listesi

Sıra	İlçe	Mahalle	Yapı Adı	Pafta	Ada	Parsel	Tescil Durumu
1	İzmit	Hacıhızır Mahallesi	Arapzade Mescidi	25	405	7	Tescilsiz
2	İzmit	Kadıköy	Kanlıbağ Camii	18	576	5, 6	Tescilsiz
3	İzmit	Kaynarca Mh Camdüzü Mevkii	Kaynarca Camii			3080	Tescilsiz
4	İzmit	Körfez Mahallesi	Erenler Cami	19	2553	1	Tescilsiz
5	İzmit	Eseler	Eseler Camii		124	21-27-30	Tescilsiz
6	Gebze	Sultan Orhan Mah.	İlyas Bey Camii	9	459	7	Tescilsiz
7	Gebze	Hacı Halil Mah.	Merdivenli Cami (Karabakal Mescid)		59	1	Tescilsiz
8	Gebze	Mustafa Paşa Mah.	İbrahim Paşa (Köşklüçeşme) Namazgâhı				Tescilsiz
9	Gebze	Orhan Yılmaz Mah.	Gebze Ahmet Ağa Çeşmeli Namazgâhı				Tescilsiz
10	Gölcük	Örcün Mah.	Örcün Köyü Camii (KeresteciHacı Mahmut Camii)				Tescilsiz
11	Gölcük	Şevketiye Köyü	Şevketiye Köyü Camii			366	Tescilsiz
12	Gölcük	Ayvazpınar Köyü	Ayvazpınar Camii	6		109	Tescilsiz
13	Gölcük	Merkez Mah.	Merkez Camii				Tescilsiz
14	Gölcük	Kavaklı Mah.	Halıdere Yalı Camii				Tescilsiz
15	Gölcük	Ulaşlı	Ulaşlı Camii	10		575	Tescilsiz
16	Karamürsel	Pazarköy Mah.	Pazarköy Camii				Tescilsiz
17	Karamürsel	Ereğli	Ereğli Merkez Camii			1971, 1972, 1973, 1978	Tescilsiz
18	Karamürsel	Ulaşlı	Ulaşlı Camii (Kilise)	10		575	Tescilsiz
19	Karamürsel	Hacı Ömer Ağa Mahallesi	Çarşı İskele Camii	6	65	1	Tescilsiz
20	Darıca	Cami Mah.	Eski Camii				Tescilsiz

21	Kandıra	Kışla Mevkii	Kışla Camii		106	38	Tescilsiz
22	Kandıra	Mancarlar Köyü	Mancarlar Köyü Camii		107	38	Tescilsiz
23	Kandıra	Aydınlık Mahallesi	Şefik Camii	11	456(E:)32	6(E:7)	Tescilsiz
24	Körfez	Koacalar Mh - Şemşettin Köyü	Sultan Orhan Cami			2353	Tescilsiz
25	Körfez	Belen Mh	Belen Köyü Camii			1885	Tescilsiz
26	Derince	Çenedağ Mahallesi	Derince Merkez Camii		4646	1	Tescilsiz
27	Kartepe	Suadiye Beldesi	Merkez Camii	18		2640	Tescilsiz
28	Kartepe	Uzuntarla Merkez Mahalle	Mescit Camii		132	1	Tescilsiz
29	Kartepe	Uzunçiftlik	Çiftlik Camii	G24-A-22-D4c	567	1	Tescilsiz
30	Dilovası	Tepecik Köyü	Tepecik Köyü Camii	9		1205	Tescilsiz
31	Çayırova	—	—				—
32	Kartepe	—	—				—
33	Başiskele	—	—				—

Kaynak:http://kocaelitarihi.com/places/tags/kocaelinin-tarihi-camileri/,https://www.kocaeli.bel.tr/camiiler-kulliyeler-turbeler.html, https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/kocaeli/gezilecekyer

EK 5: Tescilli Türbe – Yatırlar

Tablo11: Tescilli Türbe – Yatır Envanter Bilgisi

Sıra	İlçe	Mahalle	Türbe/Konu	Pafta	Ada	Parsel	TescilDurumu
1	İzmit	Hacıhasan Mah.	Nebi Efendi Türbesi	—	397	3	Tescilli(Bursa KTVKK, 2003/9784)
2	İzmit	Veliahmet Mah.	Karaca Ahmet Türbesi	—	358	10	Tescilli (İ.2.N.KTVKK, 1995/3785)
3	İzmit	Veli Ahmet Mah.	Şeyh Numan Efendi Türbesi	—	354	24	Tescilli (GEEAYK, 1979/11612)
4	İzmit	Orhan Mah.	EseDede Türbesi	104	347	13	Tescilli (GEEAYK, 1979/11612)
5	Gebze	Sultan orhan	İlyasbey Mezarı(Cami i tescilden düşürülmüş)	9	459	7	MezarıTescili (KTVKBK, 2010/1682)
6	Gebze	Osman yılmaz	Malkoçoğlu (MehmetBey) Türbesi	47	E:197	Y:5945	Tescilli–1. Grup (İİKTVKK, 1991/2637)
7	Gebze	Sultan orhan	Kadı Fazlullah Efendi Türbesi	7	98	17	Tescilli (İİKTVKK, 1991/2637)
8	Gölcük	Örcün Köyü	Sultan Baba Türbesi ve Mezarlık	—	—	536	Tescilli – 2.Grup(GEEAYK, 1983/15072)
9	Karamürsel	Pazar Köy	KarşıBaba Kabri	1	—	22	Tescilli (KTVKBK, 2009/863)

Kaynak: Kocaeli Kültür Varlıklarını Koruma Kurulu

EK 6: Tescilsiz Türbe ve Yatırlar

Tablo12: Tescilsiz Türbe ve Yatırların Listesi

Sıra	İLÇE	MAHALLE	KONU	TESCİL KAYDI
1	İZMİT	Bayraktar Mah.	Elif Ana Türbesi	TESCİLSİZ
2	İZMİT	Tavşantepe Mah.	Çorbacı Arap Dede Türbesi	TESCİLSİZ
3	İZMİT	Arızlı Mah.	Arızlı Köyü Türbesi	TESCİLSİZ
5	İZMİT	Alihocalar Mah.	Ali Hocalar Türbesi	TESCİLSİZ
6	İZMİT	Mecidiye Mah.	Uzun Hasan Türbesi	TESCİLSİZ
7	İZMİT	Gökçeören Mah.	Sadıklar Türbesi	TESCİLSİZ
8	İZMİT	Balören Mah.	Keçeci Seyit Ahmet Türbesi	TESCİLSİZ
9	İZMİT	Orhan	Eser Baba Türbesi	TESCİLSİZ
10	GEBZE	Hacı Halil Mah.	Çoban Mustafa Paşa Türbesi	TESCİLSİZ
11	GÖLCÜK	Hasaney n Mah.	Eyüp Sabri Kalyoncuoğlu Türbesi	TESCİLSİZ
12	GÖLCÜK	Yukarı Değirmendere Mah.	Abdurrahman Baba Türbesi	TESCİLSİZ
13	KANDIRA	Topluca Mah.	Şabanlar Köyü Türbesi	TESCİLSİZ
14	KANDIRA	Kırkarmut Mah.	Ruşenler Köyü Türbesi	TESCİLSİZ
15	KANDIRA	Merkez Erikli Mah.	Akpınar Türbesi/Yatırı	TESCİLSİZ
16	KANDIRA	Duraklı Mah.	Topuz Dede Türbesi	TESCİLSİZ
17	KANDIRA	Kocakaymaz Mah.	Aksakal Türbesi	TESCİLSİZ
18	KANDIRA	Akdurak Mah.	Üç Bey Türbesi	TESCİLSİZ
19	KANDIRA	Akdurak Mah.	Ahlat Dede Türbesi	TESCİLSİZ
20	KARAMÜRSEL	Akçat Mah.	Akça Dede Türbesi	TESCİLSİZ
21	KARAMÜRSEL	4 Temmuz Mah.	Peşin Dede ve Arap Dede Türbesi	TESCİLSİZ
22	KARAMÜRSEL	4 Temmuz Mah.	Şeyh Ali Dede Türbesi	TESCİLSİZ
23	KARAMÜRSEL	Pazarköy Mah.	Sırrı Sultan Türbesi	TESCİLSİZ
24	KARAMÜRSEL	Fulacık Mah.	Dokuzlar Dede Türbesi	TESCİLSİZ
25	KARAMÜRSEL	Osmaniy e Mah.	Sünni Baba Türbesi	TESCİLSİZ
26	KARAMÜRSEL	Camiatik Mah.	Vasiye Nine Türbesi	TESCİLSİZ
27	KARAMÜRSEL	İsmailağa	Derviş Ali Kabri	TESCİLSİZ
28	KÖRFEZ	Sipahiler Mah.	Kurt Baba Türbesi	TESCİLSİZ

29	KÖRFEZ	Karayakuplu Mah.	Mustafa Dede Türbesi	TESCİLSİZ
30	KÖRFEZ	YukarıHereke Mah.	Hereke Yayla Türbesi	TESCİLSİZ
31	DERİNCE	KaşıkçıMah.	Kaşıkçı Köyü Türbesi	TESCİLSİZ
32	DERİNCE	Karagöllü Mah.	Dümbüldek Dede Türbesi	TESCİLSİZ
33	BAŞİSKELE			
34	KARTEPE			
35	DİLOVASI			
36	ÇAYIROVA			
37	DARICA			

Kaynak:http://kocaelitarihi.com/places/tags/kocaelinin-tarihi-camileri/,
https://www.kocaeli.bel.tr/camiiler-kulliyeler-turbeler.html,
https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/kocaeli/gezilecekyer

EK 7: Tescilli Şehitlik – Şehit Kabri

Tablo13: Tescilli Şehitlik – Şehit Kabri Envanter Bilgisi

Sıra	İlçe	Mahalle	Şehitlik/Konu	Pafta	Ada	Parsel	Tescil Durumu
1	İzmit	Orhan Mah.	İzmit Şehitliği	105	988	E:41,Y:45,46,47	Tescilli
2	İzmit	Orhan Mah.	Orhan Polis Şehitliği	105	988	E:41,Y:45,46,47	Tescilli
3	Gebze	—	—	—	—	—	—
4	Gölcük	—	—	—	—	—	—
5	Kandıra	—	—	—	—	—	—
6	Karamürsel	—	—	—	—	—	—
7	Körfez	—	—	—	—	—	—
8	Derince	—	—	—	—	—	—
9	Başiskele	—	—	—	—	—	—
10	Kartepe	—	—	—	—	—	—
11	Dilovası	—	—	—	—	—	—
12	Çayırova	—	—	—	—	—	—
13	Darıca	—	—	—	—	—	—

Kaynak: Kocaeli Kültür Varlıklarını Koruma Kurulu

EK 8: Tescilsiz Şehitlik ve Şehit Kabirleri

Tablo14: Tescilsiz Şehitlik ve Şehit Kabri Listesi

Sıra	İlçe	Mahalle	ŞehitlikAdı	Tescil Durumu
1	İZMİT	Orhan Mah.	İzmit'in İlk Şehit Pilotu Remzi Bey'in Mezar Ve Mezar Kitabesi	TESCİLSİZ
2	İZMİT	Orhan Mah.	Namazgah Şehitiği	TESCİLSİZ
3	GEBZE	Gaziler Mah.	Gebze Şehitliği	TESCİLSİZ
4	GÖLCÜK	Dumlupınar Mah.	1 Mart Üsküdar Şehitliği	TESCİLSİZ
5	GÖLCÜK	Halıdere Mah.	Tek Mezar Şehit Kabri	TESCİLSİZ
6	KANDIRA	Akıncı Mah.	Akıncı Köyü Şehitliği	TESCİLSİZ
7	KARAMÜRSEL	Yalakdere Mah.	Hüseyin Güldal Şehitliği	TESCİLSİZ
8	KARAMÜRSEL	Kızderbent Mah.	Kızderbent Şehitliği	TESCİLSİZ
9	KÖRFEZ	Yavuz Sultan Selim Mah.	Körfez Deprem Şehitliği	TESCİLSİZ
10	KÖRFEZ	Yavuz Sultan Selim Mah.	Körfez Şehitliği	TESCİLSİZ
11	BAŞİSKELE	Yuvacık Mah.	Çamlıtepe İstiklal Şehitliği	TESCİLSİZ
12	KARTEPE	Arslanbey Başaran Mah.	Şehit Mezarları	TESCİLSİZ
13	DARICA	Kazım Karabekir Mah.	Darıca Şehitliği	TESCİLSİZ
14	DİLOVASI	—	—	—
15	ÇAYIROVA	—	—	—
16	DERİNCE	—	—	—

Kaynak:http://kocaelitarihi.com/places/tags/kocaelinin-tarihi-camileri/,
https://www.kocaeli.bel.tr/camiiler-kulliyeler-turbeler.html,
https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/kocaeli/gezilecekyer

EK 9: Özgeçmiş

ÖZGEÇMİŞ

Ad Soyadı: Kadir AKGÜN
Doğum Tarihi:
Doğum Yeri:
Mail:

Eğitim

Yüksek Lisans Tez Konusu: Kocaeli İlinde İslami İnanç Merkezlerinin Turizm Potansiyeli: Paydaş Görüşleri Üzerine Bir İnceleme (2022 - 2026)
Yüksek Lisans: Sosyal Bilimler Enstitüsü \ Turizm İşletmeciliği Programı
Lisans: Sakarya Üniversitesi – İlahiyat – (2021)
Lisans: Anadolu Üniversitesi - Konaklama İşletmeciliği – (2018)
Ön Lisans: Anadolu Üniversitesi/Açıköğretim Fakültesi - İlahiyat / İlahiyat (Önlisans) – (2010)
Lise: Açık Öğretim Lisesi – (2007)

Bilimsel Yayınlar

Ulusal ve Uluslararası Hakemli Dergilerde Yayınlar

Akgün, K., Polat Üzümcü, T. ve Alyakut, Ö. (2024). Kuran-ı Kerim'de Geçen Temizlik Ayetlerinin Konaklama Hizmetleri Bağlamında Analizi. *Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi,* 14, 1465-1488.

Bildiriler

Akgün, K., Polat Üzümcü, T., & Alyakut, Ö., (2023). Content Analysis Of The Related To Cleaning In The Verses Ofthe Holy Quran. 1st International Congress of Hygiene Research in Hospitality Industry (pp.76). Kocaeli, Turkey