

## **BATTALGAZİ (ESKİ MALATYA) İNANÇ TURİZMİ POTANSİYELİNİN SWOT ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ<sup>1</sup>**

Miraç Yücel BAŞER

*Yüksek Lisans Öğrencisi, Gaziantep Üniversitesi, SBE, Turizm İşletmeciliği ABD, Gaziantep,  
Türkiye*

*E-mail: mrcbaser201711@outlook.com*

*ORCID: 0000-0002-9394-8815*

Doç. Dr. Atınç OLCAY

*Öğretim Üyesi, Gaziantep Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu, Otel,  
Lokanta ve İkrâm Hizmetleri Bölümü, Gaziantep, Türkiye*

*E-mail: olcay@gantep.edu.tr*

*ORCID: 0000-0003-0407-5467*

	<b>Özet</b>
<b>Makale Bilgisi:</b>	
Geliş: 06/09/2021	
Düzeltilme: 12/11/2021	
Kabul: 13/11/2021	
<b>Anahtar Kelimeler:</b>	
<i>Turizm</i>	
<i>İnanç Turizmi</i>	
<i>Battalgazi İnanç Turizmi</i>	
	<p>Anadolu'nun tarih boyunca farklı medeniyetlere ev sahipliği yapması her bölgesinde zengin tarihi, kültürel ve dini eserlerin yer almasını sağlamıştır. Hitit, Asur, Urartu, Pers, Komagene, Pontus, Selekos, Roma krallığı, Bizans, Selçuklu, Memlük, Dulkadiroğullarına ve Osmanlı devleti hakimiyeti altında olan Malatya çeşitli eser ve yapıları bünyesinde bulunduran bir il olmaktadır. Malatya'nın ilk yerleşim olan Battalgazi ilçesinin zengin dini eserlere sahip olmasına karşın, inanç turizmi açısından potansiyelin neden değerlendirilemediği ve konuyla ilgili yeterli akademik araştırmanın olmaması araştırmanın temel problemini oluşturmaktadır. Bu bağlamda Battalgazi ilçesinin inanç turizmi potansiyelinin irdelenerek ortaya çıkarılmasının amaçlandığı çalışmada kamu dairesi ve özel sektör olmak üzere konu hakkında fikir sahibi 11 kişi ile görüşme yapılarak bulgulara ulaşılmaya çalışılmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanan Swot Analizle 5 ana tema ve 53 alt temaya ulaşılmıştır. Ulaşılan bulgular neticesinde Battalgazi'nin kümbet, türbe, cami, namazgah, medrese gibi zengin eserlere sahip olduğu ancak tanıtım, reklam ve yatırımların yetersiz olmasından dolayı geri planda kaldığı görülmüştür. Bununla birlikte 2021 yılı itibari ile UNESCO Dünya Mirası Kalıcı Listesine giren Arslantepe Höyüğü'nün Battalgazi ilçesi inanç turizmi açısından fırsat oluşturacağına ulaşılmıştır.</p>

<sup>1</sup> Bu çalışma Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalında hazırlanmakta olan "Malatya İli İnanç Turizmi Potansiyeli: Battalgazi İlçesi Örneği" isimli tezden üretilmiştir.

## **THE EVALUATION WITH SWOT ANALYSIS OF BATTALGAZI (OLD MALATYA) FAITH TOURISM POTENTIAL**

Miraç Yücel BAŞER

*Graduate Student, Gaziantep University, Institute of Social Sciences, Department of Tourism Management, Gaziantep, Turkey*

*E-mail: mrcbaser201711@outlook.com*

*ORCID: 0000-0002-9394-8815*

Assoc. Prof. Dr. Atınç OLCAY

*Lecturer, Gaziantep University, Vocational School of Tourism and Hospitality, Department of Hotel, Restaurant and Catering Services, Gaziantep, Turkey*

*E-mail: olcay@gantep.edu.tr*

*ORCID: 0000-0003-0407-5467*

---

Article Info:

Received: 06/09/2021

Revised: 12/11/2021

Accepted: 13/11/2021

Keywords:

*Tourism*

*Religious Tourism*

*Religious Tourism of*

*Battalgazi*

---

**Abstract**

The fact that Anatolia has hosted different civilizations throughout history ensures that each region offers historical, cultural and religious artifacts. Malatya, which is under the rule of Hittite, Assyrian, Urartu, Persian, Komagene, Pontus, Selefkos, Roman kingdom, Byzantine, Seljuk, Mamluk, Dulkadiroğlus and Ottoman state, is a province that contains various artifacts and structures. Battalgazi, the first settlement of Malatya province, has rich religious resources. In this direction, the main problem of the research is why the potential cannot be evaluated in terms of faith tourism and there is not enough academic research on the subject. In the light of these explanations, in this research it is aimed to reveal the faith tourism potential of Battalgazi district by examining it. In the study, it was tried to reach the findings by interviewing 11 people who have an idea about the subject, including the public administration and the private sector. With the SWOT Analysis prepared in line with the data obtained, 5 main themes and 53 sub-themes were reached. Accordingly findings, it has been seen that Battalgazi has rich works such as a cupola, tomb, mosque, namazgah, and madrasah, but it remains in the background due to insufficient promotion, advertising and investments. In addition, it has been reached that Arslantepe Mound, which has entered the UNESCO World Heritage Permanent List as of 2021, creates an opportunity for faith tourism in the Battalgazi district.

## 1. GİRİŞ

1900'lerin başından itibaren yurt içi seyahatlerin 1960'lardan sonra uluslararası seyahatlerin ilerleme kaydetmesi turizmin 20. yüzyıl boyunca gelişmesine neden olmuştur (Sharpley, 2006: 15). Küreselleşme ile birlikte ekonomik, teknolojik ve sosyal koşullarda yaşanan değişimler tüketim kalıplarında değişime yol açarak turizmin dinamik yapısı ile birlikte farklı türlerin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bu doğrultuda gelişen turizm pazarı içerisinde yer alan inanç turizminin yıllık 20 milyar \$ ciroya sahip olması turizm, sosyoloji, psikoloji gibi alanlardaki araştırmacıların dikkatini çekerken (Huang ve Pearce, 2019: 1; Kim vd., 2019: 185) her yıl 300 ila 330 milyon turistin dünyanın önemli dini mekanlarına seyahat etmesi inanç turizminin ekonomik açıdan gelişen bir pazar olmasına ve birçok destinasyonun ön plana çıkmasına neden olmaktadır (Tkaczynski ve Arli, 2018: 75). 167 İslamiyet, 129 Hristiyanlık ve 20 Musevi dinlerine ait olmak üzere toplamda 316 eserin yer aldığı Türkiye inanç turizmi kapsamında önemli bir destinasyon olmaktadır (Okuyucu ve Somuncu 2013: 632).

Türkiye'nin inanç turizmi kapsamında sahip olduğu zenginlik geniş coğrafyası içinde birçok destinasyonun ön plana çıkmasına ve inanç turizmi için potansiyel sağlamaktadır. Malatya ili sınırları içerisinde yer alan Battalgazi ilçesinde inanç turizmi açısından potansiyel bir destinasyon örneği olmaktadır. Hem Malatya'nın ilk yerleşim yeri olması hem de Anadolu Selçuklu ve Osmanlı devletine bağlı bir yerleşim olması ilçede çok sayıda inanç turizmi ile ilişkili yapıların (türbe, cami, namazgah, kümbet, medrese vb.) yer almasını sağlamıştır. Battalgazi ilçesi her ne kadar inanç turizmi açısından zengin bir potansiyele sahip olsada bu geri planda kaldığı ve konuyla ilgili yeterli çalışmaların yapılmadığı görülmektedir. Bu kapsamda Battalgazi ilçesinin inanç turizmi potansiyelinin neden değerlendirilemediği ve konuyla ilgili yeterli akademik araştırmanın olmaması araştırmanın temel problemini oluşturmaktadır. Bu problemi ele alan çalışmada Battalgazi ilçesinin inanç turizmi potansiyelinin irdelenerek ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Diğer taraftan çalışmada bölgenin inanç turizm sorunlarını ortaya çıkarıp bu sorunlara çözüm önerileri getirerek inanç turizmi politikalarının geliştirilip, iyileştirilmesine ve destinasyon yöneticilerinin doğru pazarlama stratejileri uygulayabilmelerine katkıda bulunulması da amaçlanmaktadır. Bu amaçlar doğrultusunda öncelikle inanç turizmi, Dünya'da ve Türkiye'de inanç turizmi ve Battalgazi inanç turizmi potansiyeli hakkında alanyazın taraması yapılmıştır. Sonrasında araştırmanın birincil verilerine ulaşmak için Battalgazi ilçesi inanç turizmi potansiyeli hakkında fikir sahibi 11 kişi ile yüz yüze görüşme yapılarak bölgenin inanç turizmine ilişkin bulguları elde edilmiştir. Elde edilen bulgular içerik ve betimsel analiz yöntemine tabi tutularak sonuçlara ulaşılmıştır.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. İnanç Turizmi ve Önemi

Antik çağlardan beri insanlığın dine olan bağlılıklarının, seyahat etmeye iten bir motivasyon olduğu (Duran-Sanchez vd., 2018: 1). M.Ö. 3000 tarihinde Mısırda 'ki tapınaklara ve piramlara tanrıların mezarlarına dini seyahatler yapıldığı (Rejman vd., 2016: 565) Romalıların dini ve ruhani amaçlarla İskender'in ya da Sokrates'in yaşadığı yerlere yolculuklara çıktığına ve Yahudilerin Kudüs'teki tapınaklara dini bayramlarında dua etmek için seyahat gerçekleştirdikleri bilinmektedir (Tilson, 2005: 12). Yanı sıra Kudüs'e gerçekleşen

seyahatlerin Roma imparatorluğunda Hristiyanlığın yayılması ile daha fazla artması tarih boyunca önemini korumasında etkili olmuştur (Okonkwo ve Nzeh, 2009: 287).

Mısır, Hindistan ve Yunanistan'ın ilk çağlarından itibaren turizm sektörünün en eski biçimlerinden birisi olarak küresel turizm pazarının giderek büyüyen ve çeşitlenen dalını temsil eden inanç turizmi (Iliev, 2020: 131) katılımcıların kısmen ya da tamamen dini nedenlerle motive oldukları seyahatleri kapsamaktadır (Rinschede, 1992: 52). Temelinde kutsal yerleri ziyaret etme, dini faaliyetlere katılma ve izleme gibi dini görevleri (hac) yerine getirmek amacıyla gerçekleştirilen seyahatler olarak görülmektedir (Eren, 2019: 64). Buna karşın Rot vd. (2014: 80) inanç turizmi ile ilgili terimlerin tanımlanması ve sınıflandırılmasında genel kabul görmüş bir tanım olmadığını hac ziyareti ve inanç turizminin birbirinden farklı olarak kabul edildiğini vurgulamaktadır.

İnanç turizmi ve hac kavramları üzerine ilgili literatür incelendiğinde Casellas vd. (2013: 138)'e göre inanç turizmi, turizm sektörü yapısını temel alan ancak dini deneyime ilişkin unsurlardan oluşan dini kuruluşlar tarafından düzenlenmiş kültürel geziler olarak ifade edilmektedir. Griffin ve Raj (2017: 3) inanç turizmi ve hacin dini amaçlarla yapılan seyahatleri kapsadığını fakat inanç turizminde birincil amacın kültür turizmine dahil olan (inka tapınakları, piramitler) gibi yerler hariç dini öneme sahip faaliyetlere (kongre, konferans, kamp vb.) katılmak olduğunu belirtirken, Puşcaşu (2015: 133) ise dini miras turistlerinin dini bir amaçtan ziyade kültürel ve tarihi ilgi kapsamında seyahat ettiklerini, dini turistlerin ise sadece kutsal bir amaç için seyahate çıktıklarını ifade etmektedir. En nihayetinde inanç turizmi dinlerle ilişkili ibadet yerlerini ziyaret etme ya da dini temalı etkinliklere katılmayı kapsarken (Griffin ve Raj, 2017: 4) tarih, doğa, kültür gibi dünyevi kavramları da içerebilmektedir (Abad-Galzacorta vd., 2016: 51).

İnanç turizmin tarihi kökenleri ve genişliği göz önünde bulundurulduğunda çeşitli dinler ve kültürlerle tanışmak için benzersiz koşullar sağladığı, farklı bölge ve ülkelerin kültür ve inanç temsilcileriyle sosyokültürel deneyimleri karşılaştırmaya ve ilişkiler kurmaya imkan tanıdığı, dindar ya da dindar olmayan herkese hitap etmesi ve yılın her döneminde aktif bir turizm çeşidi olmasından dolayı destinasyonları için tamamlayıcı bir unsur olmaktadır (Alecü, 2010: 61; Rysbekova, vd., 2014: 960; Büyükşalvarcı, vd., 2017: 47).

Değişen turist istekleri karşısında giderek artan inanç turizmi seyahatleri kültürel değerlerin korunması ve turizme kazandırılması açısından önem arz ederken (Uca, 2019: 54) hac vazifelerini yerine getirmek amacıyla dini seyahatlere katılan kişilerin yoğunluğu ile de ülkeleri ekonomik açıdan etkileyerek dış ödemeler dengesi üzerinde olumlu etkilere sebep olmaktadır (Karaman, vd., 2011: 2013). Her yıl 300 ila 330 milyon turistin dünyanın önemli dini mekanlarını seyahat ettiği ve bu seyahatlerin yerel ekonomiler üzerinde olumlu etkilere neden olduğu görülmektedir. Örnek verilecek olursa İsrail'in 2016 yılı toplam turizm gelirinin 4.3 milyar \$ olduğu ve seyahatlerin %23'ünün inanç turizm kapsamında gerçekleştiği diğer taraftan Suudi ekonomisinde GSYH'nın %3,4'ünü kapsayan turizm gelirlerinin %46'sının inanç turizmi kapsamında karşılandığına ulaşılmaktadır (Shtudiner vd., 2018: 169; Shaheen, 2019: 28).

## **2.2. Türkiye'de İnanç Turizmi**

Anadolu topraklarının tarih boyunca Helenistik, Hitit, Roma, Bizans, Osmanlı gibi çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapması birçok bölgesinde zengin dini ve kültürel kaynakların yer

almasına neden olmuştur (Kozak vd., 2020: 36; Karaman, 2017: 184; Erkol ve Zengin, 2012: 1106). Bununla birlikte 1492'den sonra Yahudilerin Anadolu'ya yerleşmeleri ve Hristiyanlığın ilk çağından itibaren önemli havarilerin Anadolu topraklarında yaşamaları önemli mabet, tapınak, sinagog ve kilisenin oluşumunu sağlayarak günümüzde Türkiye'nin inanç turizmi açısından önemli bir destinasyon olmasında etkili olmuştur (Sandıkçı vd., 2018: 2080; Küçük, 2013: 76-109). Türkiye sahip olduğu kutsal değerleri inanç turizmi kapsamında 1995 yılında sunmaya başlamış olup çok sayıda tur operatörü, basın mensubu ve uzmanların katılımıyla 1995-1998 yılları arasında gerçekleştirilen turlar ile inanç turizminin ön plana çıkarılması amaçlanmış ilerleyen tarihlerde 1. ve 2. inanç turizmi günleri sempozyumunun düzenlenmesiyle Türkiye inanç turizmi seyahatleri yayılmaya başlamıştır (Kökşen, 2020: 75-76).

Türkiye'de inanç turizmi kapsamında yer alan tarihi eser ve yapılar incelendiğinde 316 eserin yer aldığı bu eserlerin 167 tanesinin İslamiyet, 129'unun Hristiyanlık ve 20 tanesinin ise Musevi dinlerine ait olmaktadır (Okuyucu ve Somuncu, 2013: 632). Bu eserler ve dini mekanlar incelendiğinde Hristiyanlığın ilk kiliseleri olarak kabul edilen 7 kiliseler (Pergamum, Ephesus, Thyatira, Philadelphia, Smyrna, Sardis, Laodicea), Mersindeki St.Paul Anıt Müzesi, Antakya St. Pier Anıt Müzesi, Selçuk Efes'te yer alan Meryem Ana evi, Antalya'da yer alan Hristiyanlıkta kutsal olarak kabul edilen nobel baba (Aya Nikolas) mezarı, Trabzon Sümela Manastırı, İstanbul Ayasofya Müzesi, Aya İrini ve Aya Yorgi kiliseleri ve Balıklı Göl önemli çekim merkezleri olmaktadır (Kürkçüoğlu ve Erkol, 2013; Kahraman ve Türkay, 2014; Olcay ve Albuz, 2016; Kunt ve Güngör, 2017; Demir, 2017; Taştan ve Kızılırmak, 2019).

İnanç turizmi kapsamında Türkiye'ye yapılan seyahatler ve boyutları incelendiğinde her yıl 25 Nisanda Yeni Zelanda ve Avustralya'dan insanların Şafak ayini töreni için Anzak koyuna geldiğine (Öztürk ve Bekiroğlu, 2009: 178), 1963 yılında Papa VI. Paul'un Hac yeri olarak kabul ettiği Antakya'da yer alan St.Pierre Kilisesine 29 Haziranda din adamlarının dini törenlere katılım sağlamak için bölgeye seyahat ettiğine (EyKay vd., 2015: 64), Hristiyanlığın ilk kilisesi olarak kabul edilen St. Paul Kilisesinin yer aldığı Psidia Kentine (Isparta) hac için ve St. Paul yürüyüşü için her yıl Hristiyanların ziyaret ettiğine ulaşılmaktadır. Bu durum Türkiye'nin inanç turizmi değerleri ile birlikte etkinlikleri ve festivallerini de ön plana çıkarmaktadır (Ongun ve Türkoğlu, 2016: 154). Bu ifadeyle Türkiye'de inanç turizmi kapsamında ziyaret mekanlara ilişkin istatistikler Tablo 1'de şu şekilde gösterilmektedir;

**Tablo 1. İnanç Turizmi Kapsamında Türkiye'de Ziyaret Edilen Mekanlar (2019)**

Kutsal Mekan	Destinasyon	Ziyaretçi Sayısı
Ayasofya Müzesi	İstanbul	3.727.361
Sümela Manastırı	Trabzon	201.474
Göbeklitepe Ören Yeri	Şanlıurfa	400.195
Akdamar Anıt Müzesi	Van	218.137
Karanlık Kilise	Nevşehir	121.978
Ani Örenyeri	Kars	175-968
St. Jean Ören Yeri	İzmir	165.151
Aya İrini Anıt Müzesi	İstanbul	71.926
St. Pierre Anıt Müzesi	Hatay	152.202

**Kaynak:** DOSİM, 2020

En nihayetinde Türkiye'nin inanç turizmi potansiyelini arttırmak ve destinasyonların ön plana çıkmasını sağlamak için geliştirilen Türkiye Turizm Stratejisi 2023 geliştirilmiştir. Bu



stratejide geliştirilen inanç turizmi koridoru Mersin Tarsus ilçesinden başlayan Hatay, Gaziantep, Şanlıurfa, Mardin illerini kapsayan bununla birlikte Tarsus ve Mardin arasında yer alan karayolunun geliştirilmesi, Şanlıurfa’da son bulan demiryolu bağlantısının Diyarbakır’dan Siirt’e uzatılması, tarihi dokuların iyileştirilip butik otellerin desteklenmesi gibi çalışmalar amaçlanarak Türkiye’nin inanç turizmi açısından sahip olduğu değerleri ön plana çıkararak pazar payını arttırmada etkili olacağı düşünülmektedir (TUSİAD, 2014: 13).

### 2.3. Dünya’da İnanç Turizmi

2015 Dünya inanç nüfusuna göre 7.3 milyar insan nüfusunun 2.3 milyarını Hristiyan, 1.8 milyarını Müslüman, 1.2 milyarını belirli bir dine bağlı olmayan, 1.1 milyarını Hindu, 0.5 milyarını Budistler, 0.4 milyar belirli bir halk dinine bağlı olanlar, 0.1 milyarını diğer dinler ve 0.01 milyarını Yahudiler oluşturmaktadır (Hackett vd., 2017: 8). Bu ifadeyle dinlerde kutsal seyahat olarak kabul edilen hac yolculukları İslam, Hristiyanlık, Budizm, Hinduizm vb., çeşitli dinlerin önemli bir parçası olarak insanların inançları doğrultusunda kutsal yerlere seyahat etmesine sağlamaktadır (Hudman ve Jackson, 1992: 107; Collins-Kreiner, 2010: 440).

2019 yılında dünyada seyahat eden turist sayısının 1.4 milyar kişiye ulaştığı ekonomik hacminin 1.7 trilyon \$ olduğu göz önünde bulundurulduğunda toplam seyahatlerin %28’sinin sağlık ve din amacıyla gerçekleştiğine ulaşılmaktadır (UNWTO, 2020). Diğer taraftan Covid-19 pandemisinin etkisi göz önünde bulundurulduğunda 2020 yılında uluslararası turist varışlarının %73 turizm gelirininde ise %72,6 gerilediği 2021 yılının ilk yedi ayında (ocak-temmuz) uluslararası turist varışlarının 2020 yılının ilk yedi ayına kıyasla %40 düştüğüne ulaşılmaktadır (UNWTO, 2021). İlgili literatürde inanç turizmi açısından seyahatlerin yoğun olarak yapıldığı bölgeler ele alındığında Kudüs (İsrail), Mekke ve Medine’nin (Suudi Arabistan) Yahudilik, Hristiyanlık ve İslamiyet açısından önemli destinasyonlar olduğuna ulaşılmaktadır (Raj, 2012: 99; Woodward, 2004: 174). Kudüs, Mekke ve Medine dışında küresel anlamdaki diğer inanç turizmi destinasyonları incelendiğinde Hindistan’da yer alan Chola ve Hampi Tapınakları (Singh, 2015: 2-3), İspanya’daki ‘San Sebastian de Garabandal’ tapınağı, İtalya’daki ‘San Damiano’ tapınakları (Nolan ve Nolan, 1992: 70), Vatikan’daki Aziz Petrus bazilikası ve Nepal’deki Lumbini (Fourie vd., 2015: 52), Avusturya’daki 11. yy’a ait hac merkezi olan Mariahilf kilisesine ulaşılmaktadır (Dimitrov, 2019: 84). Öte taraftan 250.000 kişilik nüfusu olan Polonya Czestochowa kasabasını her yıl yaklaşık 4.5 milyon kişinin hacılık görevi için ziyaret ettiği (Terzidou vd., 2008: 115) inanç turizminin genişliğine ve kapsamına örnek olmaktadır. Bu ifadeyle 2018-2019 yıllarında inanç turizmi kapsamında en çok ziyaret edilen mekanlar Tablo 2’de gösterilmektedir;

**Tablo 2. İnanç Turizmi Kapsamında Dünya’da Ziyaret Edilen Mekanlar 2018-2019**

Kutsal Mekan	Destinasyon	Yıllık Ziyaretçi
Senso-ji ve Meiji Tapınağı	Tokyo/Japonya	30 Milyon
Kashi Vishwanath Tapınağı	Hindistan	22 Milyon
Our Lady Guadalupe Bazilikası	Meksika	20 Milyon
Notre Dame Katedrali	Paris/Fransa	14 Milyon
Mekke, Suudi Arabistan	Arabistan	13 Milyon
Ağlama Duvarı	Kudüs/İsrail	11 Milyon
Vatikan	Roma/İtalya	4 Milyon
Lumbini Buda’nın Doğum Yeri	Nepal	1.5 Milyon
Karnak Tapınağı, Luxor, Mısır	Luxor/Mısır	1 Milyon

**Kaynak:** Sledge, 2020, s. 72.

İnsanların dini amaçlar doğrultusunda seyahat etmesine neden olan etkinlikler ve festivaller incelendiğinde her yıl Katolik kilisesi tarafından hazırlanan ibadet eylemleri, dini müzik konserleri ve dini liderlerle toplantılar gibi aktiviteleri içeren ‘Dünya Gençlik Günü’ (Narbona ve Arasa, 2018: 379), Hindu dini için önemli olan ve festivalden ziyade Hindu dini uygulamalarını içeren ‘Diwali’ festivali (Booth, 2016: 217), Japonya’da hastalık tanrısına ithafen düzenlenen ‘Gion Matsuri’ festivali (Porcu, 2020: 41-43) ve Ahit’e göre hasat bayramı olarak adlandırılan ve dünyanın birçok yerinden insanı Kudüs’te bir araya getiren ‘Pentecost’ festivalline ulaşılmaktadır (Marshall, 1977: 347-348; Diboro, 2019: 100-101).

#### **2.4. Battalgazi (Eski Malatya) İlçesi İnanç Turizmi Potansiyeli**

Roma döneminde ‘Melita’ olarak adlandırılan şu an ki ismi ile Battalgazi (Eski Malatya) olan ilçe Malatya şehir merkezine 8 km uzaklıkta yer alan denizden yüksekliği 900 metre olan, kuzey ve doğusunda Karakaya Baraj Gölü, Batısında Akçadağ ilçesi bulunan 299 km<sup>2</sup> yüzölçümüne sahip bir yerleşim yeri olmaktadır (Şentürk ve Gülseren, 1995: 36; Eskici, 2013: 15). 1839 yılında yer değiştirmeye başlayan Malatya bu tarihten önce yüksekte olmasından dolayı bölgede yaşayan insanlar tarafından Eski Malatya olarak adlandırılmış olup 1987 yılında yapılan nüfus sayımından sonra Battalgazi ismini alarak ilçe olarak kayıtlara geçirilmiştir (Arslan ve Hayli, 2007: 3; Elibüyük, 2013: 203).

Malatya müzeleri, camileri, türbeleri, kaleleri ve doğal güzellikleriyle ön plana çıkan bir il olmaktadır (Köksal, 1994: 104). Dünya Kültür Miras listesinde yer alan Kommagene uygarlığına ev sahipliği yapmış olan Nemrut Dağının Adıyaman Kahta ve Malatya Pütürge ilçeleri arasında yer alması (Karabacak, 2013: 349), tarihi M.Ö.7000 kadar uzanan Cafer Höyüğü’nün il sınırları içerisinde bulunması Malatya’nın kültürel ve tarihsel olarak zengin kaynaklara sahip bir il olduğunu göstermektedir (Gögebakan, 2018: 122). Arslantepe ve Karakaya Baraj Gölü kazılarında çıkarılan tarihi eserler şehir merkezindeki Arkeoloji müzesinde sergilenirken şehirde yer alan Beş konaklar, bakırcılar çarşısı bölgeyi ziyaret eden turistlerin uğrak noktaları olmaktadır (Karataş ve Türk, 2017: 119).

Malatya’nın ilk yerleşim yeri olan Battalgazi tarih boyunca M.Ö. 1200 tarihinde Hititlere sonrasında Asur, Urartu, Pers, Komagene, Pontus, Selefkos, Roma krallığı, Bizans, Selçuklu, Memlük, Dulkadiroğullarına ev sahipliği yapmış sonrasında 1516 yılında 1. Selim tarafından Osmanlı devletinin himayesi altına girmiştir (Eskici, 2013: 19-20; Aytaç, 2013: 15-16; Sever, 2016: 2139; Gülsoy, 2016: 1231; Kozan, 2020: 17-18). Battalgazi’nin çeşitli medeniyetlere ev sahipliği günümüze han, kale surları, kale kapıları, çeşme, hamam ve tarihi konutlar gibi kültürel yapıların ulaşmasında etkili olmuştur. Öte taraftan tarihi, zenginliğinin yanı sıra inanç turizmi açısından çeşitli yapıların yer aldığı görülmektedir. Bu ifadeyle Battalgazi (Eski Malatya) ilçesinde yer alan dini yapılar incelendiğinde Ulu Cami, Yeni Cami, Emir Ömer Mescidi ve Türbesi, Sıddı Zeynep Türbesi, Melik Sanullah Cami, Kanlı Kümbet, Ali Baba Namazgahı, Nefise Hatun Kümbeti, Kırk Kardeşler Şehitliği, Karahan Cami, Hırslı Baba Türbesi, Hötüm Dede Türbesi, Halfetih Minaresi, Hasan Basri Türbesi, Edir ve Bedir Türbesi, Ali Baba Türbesi, Bahri Cami, Ahmet Duran Mescidi ve Türbesi, Ak Minare Cami, Zeynel Abidin Türbesi, Vaiz Ocağı Cami ve Türbesi, Tahtalı Minare Cami, Sütlü Minare (Çermik) Cami, Şahabiyye-i Kübra ve Sugra Medresesi yapılarına ulaşılmaktadır (Güngördü, 2007; Eskici, 2013; Sever, 2016;

Karataş, 2017). Bu doğrultuda ilgili yapılara ilişkin bilgiler Tablo 3'te ifade edilmeye çalışılmıştır.

**Tablo 3. Battalgazi İnanç Turizmine İlişkin Dini Yapılar**

<b>Ulu Cami:</b> İlk olarak 7.yy.'da Araplar tarafından yaptırıldığı yıkıldıktan sonra ise Anadolu Selçuklu devleti Sultanı 1. Alaeddin Keykubat döneminde 1224 tarihinde Mansur Bin Yakup'un emri ile tekrar yaptırıldığı bilinmektedir (Başbüyük, 2015: 40).
<b>Emir Ömer mescidi ve türbesi:</b> Abbasi Halifesi Mütevekkil zamanında Malatya'nın Bizans'tan alınmasından sonra H.232'de şehrin valisi olan Emir Ömer Bey'in öldükten sonra adına yaptırılmıştır (Oymak, 2013: 92).
<b>Sıddı Zeynep türbesi:</b> 13.yy ait Selçuklular eseri olduğu kabul edilmektedir. Sıddı Zeynep'in kim olduğu kesin olarak bilinmese de halk tarafından Battalgazi'nin eşi olduğu menkıbesi kabul edilmektedir (Oymak, 2013: 99; Sever, 2016: 2146).
<b>Kanlı kümbet:</b> 14. yy'a ait Osmanlı eseri olduğu düşünülmektedir. Üst tarafta ziyaret odası alt tarafında ise mezar odası bulunan yapının ismi de göz önünde bulundurulduğunda Osmanlı döneminde suçluların idam edildiği yer olarak kullanıldığına ulaşılmaktadır (Eskici, 2013: 155-158; Başbüyük, 2015: 37; Aslan ve Güneş, 2016: 1003).
<b>Nefise Hatun kümbeti:</b> Kümbetin içindeki mezarda Hz. Muhammed'in soyundan gelen Emir Sührab bin Şeyh Hasan Bey'in kızı Hacı Nefise Hatunun adı yazmaktadır. Kümbetin hangi yıllar arasında inşa edildiği bilinmemekle birlikte 18.yy'a ait olduğu düşünülmektedir (Yılmaz vd., 2014: 1188; Eskici, 2016: 91- 93).
<b>Hasan Basri türbesi:</b> 1986 yılında Turizm Kültür Bakanlığı tarafından şimdiki yerine taşınan türbenin tarihi kesin olarak bilinmese de 1312 ve 1325 tarihine ait Mamüretü'l-Aziz Salnamelerinde ziyaretgah olarak geçmektedir (Oymak, 2013: 87-89).
<b>Zeynel Abidin türbesi:</b> Hz. Hüseyin'in küçük oğlu olan İmam Zeynel Abidin Alevilik inancında kutsal bir zat olarak kabul edilmektedir. Karakaya Barajı suları altında Atabey köyü sınırları içinde yer alan türbe 1986 yılında günümüzdeki yerine taşınarak inşası başlanmış olup Vakıf olarak hizmet vermektedir (Yazıcıoğlu, 2013: 759-764).
<b>Ahmet Duran mescidi:</b> Şehir surları dışında yer alan mescidin birinci kitabesinde M 1793 , ikinci kitabesinde ise M 1806 tarihi yazmaktadır. İki kitabeye göre mescidin 18. yy sonları ya da 19. yy başlarına ait olduğu düşünülmektedir (Şentürk vd., 1992: 82; Eskici, 2013: 131-133).
<b>Ali Baba türbesi:</b> Battalgazi'nin oğlu olduğu rivayet edilen Alibaba türbesinin 13.yy'da inşa edildiği düşünülen yapı Anadolu Selçuklu Devleti eserleri arasında yer almaktadır (Metin, 2010: 193; Yağbasan, 2013: 132).
<b>Karahan camii:</b> Miraley Hüseyin Bey tarafından yaptırıldığı düşünülen Camii'nin H.1308/M.1890 tarihinde depremde zarar gördüğü sonrasında H.1316/M.1898 tarihinde halkın yardımıyla tekrar sağlamlaştırıldığına ulaşılmaktadır. Osmanlı dönemi eseri olmaktadır (Şentürk vd., 1992: 83; Altan, 2011: 262).
<b>Kırk Kardeşler şehitliği:</b> 2011-2012 yılları arasında kazı çalışmaları yapılan Kırklar mezarlığı, Selçuklu mezarlığı olarak da isimlendirilmektedir. Mezarların Battalgazi'nin şehit olan 40 askerine ait olduğu düşünülmektedir (Oymak, 2013: 89-90; Aytac, 2016: 970).
<b>Vaiz Ocağı camii ve türbesi:</b> 1394 tarihinde Memlük sultanı Melikü'z Zahir Berkuk zamanın da inşa edilmiştir. İçerisinde bulunan mezarlardan birinin Koza Vaize diğeri Battalgazi'nin lalası olan Tevabil Gaziye üçüncüsünün ise Battalgazi'nin hanımı Sıddı Zeynep hatuna ait olduğu düşünülmektedir (Oymak, 2013: 95).
<b>Halfetih minaresi:</b> Halfetih minaresinin Ulu camii ve Melik Sunullah camii minarelerinde olduğu gibi tamamının tuğladan yapılması 13.yy'a ait olduğunu göstermektedir (Eskici, 2013: 11-96).
<b>Hırslı Baba türbesi:</b> Battalgazi ilçesi Meydanbaşı mahallesi Gazi ilköğretim okulu bahçesinde yer alan türbe hakkında bilgi verecek kayıtlar yer almamaktadır. Günümüzde türbe olarak nitelendirilen yerde sadece mezar olmaktadır (Sever, 2016: 2145).
<b>Sütlü Minare camii:</b> Caminin yapılış tarihini ifade eden bir bilgi olmamasına karşın kitabesinde M 1808'de onarım gördüğüne ulaşılmaktadır. Evliya Çelebi'nin 1530 tarihli kayıtlarında 'Efka-ı Mescid-Çermük' ismiyle kaydedilen caminin bundan ötürü 1530 yıllarından önce yapıldığı düşünülmektedir (Eskici, 2013: 114; Sever, 2016: 2150).

**Kaynak:** Yazar tarafından derlenerek oluşturulmuştur.

### 3. ALANYAZIN TARAMASI

Cabyova (2016) inanç ve kültür turizminin mevcut durumunu tespit etmek için hazırladığı çalışmada St. Cyril ve Metodiy güzergahı üzerinde yer alan ve inanç turizmi açısından zengin kaynaklara sahip olan belediyeleri belirleyerek çalışan kişilere anket uygulamıştır. Toplamda



535 kişiye anket uygulanan çalışmada St. Cryil ve Methodius yolunun çevredeki kutsal yerlere ilgiyi arttırdığı ve gençleri çektiği bununla birlikte bölgede turistler tarafından çekici dini mekanların yer aldığı oluşturulacak rota ile inanç turizmi açısından zengin olan bölgeler arasında bisiklet turları ile insanların çekilebileceği ve potansiyelin arttırılabileceğine ulaşılmaktadır. Horak vd. (2015) Çek Cumhuriyeti'nin güneyinde yer alan Moravna ve güneydoğusunda yer alan Zlin bölgelerinin mevcut inanç turizmi durumunu değerlendirdiği çalışmada kilise, kamu alanı, turistik bölgelerde 1015 kişiye anket uygulayarak verilere ulaşmaya çalışmıştır. Anket sonuçları katılımcıların %43'ünün hiç inanç turizmine katılmadığı, %18'inin kendi yaşadığı bölgelerde yer alan mekanları ziyaret ederek inanç turizmine katıldığı ve katılımcıların %85'i genel olarak bölgelerinde yer alan dini yapı ve anıtların yeterli potansiyele sahip olduğu konusunda hem fikirlerdir. Bununla birlikte araştırma Moravna ve Zlin bölgelerinde yer alan rotaların yetersiz olduğu birbiri ile birleştirilmesinin yeni hac rotası oluşturacağı, 1. Rotanın Vranov-Velehrad-Krtiny bölgelerini birleştirdiği ve 109 km uzunluğunda olduğu 2. Rotanın Mikulov-Breclav-Mikulcice'yi birleştirip 55 km olduğu ve son rotanın ise Radshost-Rajnochovice-St.Hostyn birbirine bağlayarak 59 km uzunluğu ile her bir rotanın uzunluk, arazi yapısı düşünüldüğünde bisiklet ve yürüyerek tamamlanacağı belirtilmektedir. Diğer taraftan Moravna ve Zlin bölgelerinde inanç turizminin gelişimi için üç önceliği olduğu birincisinin altyapının düzenlenmesi olduğu, ikincisi inanç turizminin teşviki için pazarlama çalışmalarının yapılması üçüncü olarak ise bölgedeki faaliyetlerin koordineli bir şekilde gerçekleşmesi için ortaklıkların geliştirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır

Canoves vd. (2012) ise çalışmalarında miras ve kültür turizmi ile bağlantılı olan Katalanya'daki Montserrat Manastırı, İspanya'nın kuzey batı ucuna giden Santiago Hac yolu ve Granada gerçekleştirilen kutsal Endülüs haftasını ele alarak bölgedeki inanç turizmi hakkında anlayış geliştirmeye çalışmışlardır. Çalışmanın sonuçları Montserrat Manastırının Katalanya'nın kültürel mirasını ifade ettiği bölgenin doğal park alanı özelliği taşınmasından dolayı her ne kadar kültürel açıdan ziyaretçiler gelse de manastıra ibadet için gelen kişilerin de yer aldığını belirtmektedir. Diğer taraftan 1989 yılında UNESCO'nun Santiago de Compostela kasabasını Dünya Mirası olarak tanıması sonrasında bölgenin ön plana çıkmasına bölgede yer alan hac yolunun tanınmasına neden olmuştur. Bununla birlikte kasabada yer alan anıtsal binalar ve gerçekleştirilen dini etkinlikler inanç turizmi merkezine neden olduğunu vurgulamaktadır. Grana'da gerçekleştirilen kutsal haftanın ise şehrin en köklü etkinliği olarak en fazla ziyaretçiyi çektiği 2010 yılından beri Dünya Mirası Etkinliğine dahil edilen etkinliğin inançlarına bakılmaksızın farklı dinlerden kişileri katılımına sebep olduğu belirtilmektedir. Sonuç olarak 3 bölgenin temel ziyaret nedeni dini olmasa da manastırın kültürü korumadaki rolü, hac yolunun sahip olduğu manzaralar ve festivalin gerçekleştiği yerdeki anıtlar tek başlarına çekicilik unsuru olmadığı inanç turizmi ile birlikte potansiyel oluşturduğuna ulaşılmaktadır.

İlgili alanyazında'da görüldüğü üzere destinasyonların sahip olduğu zengin dini unsur ve yapılar inanç turizmi açısından önemli çekicilik unsuru olmaktadır. İnanç turizminde insanları seyahate teşvik eden bu çekicilikler kendi aralarında oluşturulacak bir rota ile mevcut potansiyelin destinasyon bütününe yayılacağını göstermektedir. Battalgazi ilçesi göz önünde bulundurulduğunda birbiriyle ilişkili türbe, mescit, cami, kümbet, namazgah vb., yapılarla sahip olması oluşturulacak yeni rotalar doğrultusunda inanç turizmi açısından elverişli bir bölge olmaktadır. Öte yandan Canoves vd. (2012)'nin çalışmalarında İspanya'da yer alan Santiago

de Compostela kasabasının UNESCO'nun Dünya Mirası olarak tanınması sonrasında inanç turizmi kapsamında ön plana çıktığı düşünüldüğünde Battalgazi ilçesinde yer alan Arslantepe Höyüğünün 26 Temmuz 2021 tarihinde UNESCO Dünya Mirası Listesi kaydedilmesinin bölgenin inanç turizmi değerleri üzerinde olumlu bir etki oluşturacağı düşünülmektedir. En nihayetinde Battalgazi ilçesinin inanç turizmi potansiyelinin incelendiği bu araştırmanın konu hakkında tecrübe ve fikir sahibi kişilerle yüz yüze görüşülerek hazırlanması ilçenin inanç turizmi açısından mevcut durumunun daha kapsamlı bir şekilde ifade edilmesine yardımcı olacağı düşünülmektedir.

#### 4. YÖNTEM

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Öncelikle alan yazın taraması yapılarak araştırmanın kuramsal çerçevesi hazırlanmış olup araştırma konusu ile ilgili olan, inanç turizmi, Türkiye ve Dünya'da inanç turizmi ve Battalgazi ilçesi inanç turizmi eserleri ile ilgili konu başlıkları açıklanmaya çalışılmıştır. Literatür taraması (alan yazın) bir konuyla ilgili teorik ve kavramsal bir araştırma olarak ilgili konunun özeti, analizi ve yorumunu kapsamakla birlikte *'başarılı bir çalışmanın kendisinden önce gelen tüm bilgi, düşünce ve araştırmalara dayanması bir çalışmanın giriş sürecinde en önemli adım olmaktadır'* şeklinde ifade edilmektedir (Anderson, 1998: 83). Bu doğrultuda alan yazın taraması yapılırken makale, kitap, bildiri, tez, resmi kurumların internet siteleri gibi çeşitli kaynaklar kullanılarak çalışmanın teorik bilgileri zengin tutulmaya çalışılmıştır. İkinci aşamada ise nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi kullanılarak araştırmaya ilişkin birincil veriler elde edilmiştir. Maxwell (2018: 75) araştırma sorularının, araştırmanın neyi öğrenmeyi ve ne anlamayı amaçladığını açık bir şekilde belirttiğini ifade ederken Karataş (2015: 68-69) ise araştırma sorularının araştırmanın konusunun soru şekline dönüştürülmüş biçimi olarak kuramsal çerçevedeki bilgilerden faydalanılarak hazırlandığını belirtmektedir. Bu ifadeyle araştırmada yarı yapılandırılmış görüşmede kullanılan sorular hazırlanırken Battalgazi ilçesinin inanç turizmine ilişkin genel soruları (inanç turizmi potansiyelini nasıl değerlendirirsiniz? ya da inanç turizmi kapsamında ziyaret edilen mekanlar nelerdir?) araştırmanın temel amacını oluşturduğu için kullanılmıştır. Diğer taraftan alanyazında ilgili araştırmalar da Battalgazi ilçesinin inanç turizmiyle ilgili reklam, tanıtım, pazarlama, yatırım faaliyetleri ya da dini eserlerin korunmasına ilişkin bilgilerin eksikliği nedeniyle araştırmaya dahil olan diğer sorular hazırlanmıştır. Bununla birlikte Battalgazi ilçesinin mevcut inanç turizmi potansiyelinin yanı sıra gelecekte olası tehdit ve fırsatlarının belirlenmesi içinde swot analizi tercih edilmiştir. Bu araştırmanın tezden türedildiği göz önünde bulundurulduğunda soruların hazırlanış aşamasında sürekli danışman ile irtibatta olunarak fikirleri alınmış ve tavsiyeleri doğrultusunda düzeltmeler yapılmıştır.

Nitel araştırma, bir olgu hakkında 'nasıl', 'neden' ve 'ne' sorularını yanıtlamayı amaçlayan (Haven ve Grootel, 2019: 232) vaka çalışması, gözlem ve mülakat gibi ampirik materyallerin kullanıldığı çok yöntemli araştırmaları ifade etmektedir (Aspers ve Corte, 2019: 142). Nitel araştırmanın nicel araştırmaya göre daha esnek yapıya sahip olmasının elde edilen bilgi ve bulguların derinine incelenmesinde etkili olduğu (Kozak, 2018: 31) göz önünde bulundurulduğunda araştırmada verilerinin daha derinlemesine incelenmesi için nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Diğer taraftan araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme,

araştırılan konunun görüşülen kişi tarafından nasıl algılandığı hakkında ayrıntılı yanıtlara ulaşmada etkili olduğu için nitel araştırmalarda önemli olmaktadır (Qu ve Dumay, 2011: 246). Tüm bu bilgiler doğrultusunda Battalgazi ilçesi inanç turizmi potansiyeli hakkında yeterli çalışmanın olmadığı göz önünde bulundurulduğunda çalışmada elde edilmek istenen verilere derinlemesine ulaşmak için nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiştir.

Nitel araştırmalarda, nicel araştırmalarda olan genellemenin (tümdengelim) aksine yorumlamanın (tümevarım) söz konusu olması (Kozak, 2018: 30) evrende muhtemel zenginliği, çeşitliliği, aykırılığı ve farklılığı temsil edecek bütün bir resim elde edilmesini gerektirmektedir. Bu nedenle nitel araştırmalarda araştırmacının evreni yerine örneklemini ön plana çıkarmaktadır (Karataş, 2015: 70). Nitel araştırmaların bilgi zenginliği üzerine dayalı olduğu ve çalışmaya en fazla katkı sağlayacak uygun katılımcıların belirlenmesi gerektiği (Fossey vd., 2002: 726) ifadesini göz önünde bulunduran bu çalışmada konuyla ilgili birincil verilerin elde edilmesi için amaçlı örneklem yöntemi ile alt türü olan maksimum çeşitlilik ve kartopu örnekleme tercih edilmiştir. Bu yöntemle araştırmada İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Battalgazi Belediyesi, Seyahat Acentaları, 5 Yıldızlı Oteller ve Sivil Kalkınma Kuruluşlarında görevli Malatya'nın inanç turizmi potansiyeli hakkında bilgi sahibi 11 kişiye ulaşılmıştır. Araştırma kapsamındaki belirlenen kişilerle 28/06/2021 ve 06/07/2021 tarihleri arasında görüşülerek verilere ulaşılmıştır. Araştırma da örneklem büyüklüğünün 11 kişi olduğu göz önünde bulundurulduğunda, Sandelowski (1995: 179) nitel araştırmalarda örneklemin büyüklüğünün göreceli olduğunu belirtmektedir. Bu durum ise örneklem büyüklüğünün 'ne bilmek istediğinize', 'araştırmanın amacına', 'neyin güvenli olacağına' gibi sorulara bağlı olarak belirlenmesini sağlamaktadır (Marshall, vd., 2013: 12). Alan yazın incelendiğinde farklı çalışmalarda, nitel araştırmalarda örneklem sayısının 5-50 arası kişi (Dworkin, 2012: 1319), 20-30 arası kişi (Marshall, vd., 2013: 20), 30-60 arası kişi ve (Morse, 2000: 4), 12 kişinin (Guest, vd., 2006, s. 74) yeterli olacağı düşüncesine ulaşılmaktadır. Örneklem sayısının kesin olarak bir karara bağlanamaması göz önünde bulundurulduğunda Malterud, vd. (2015: 4) '*eğer katılımcıların birbiri ile olan kombinasyonu, çalışmanın amacı için spesifik (belirli) ve görüşme diyalogu güçlü ise az sayıda katılımcıya ihtiyaç duyulmaktadır. Aksi takdirde katılımcıların kombinasyonunun araştırma sorusu ile daha az spesifik ve diyalogların zayıf olması durumunda daha fazla katılımcıya ihtiyaç duyulacaktır*' şeklinde ifade etmektedirler. Tüm bu bilgiler ışığında araştırmacının konusuyla ilişkili ya da konuya hakim kişiler belirlenerek önce araştırma konusu anlatılmış olup sonrasında görüşmeler yapılmıştır.

**Tablo 4. Görüşme Yapılan Kişi Listesi**

No	Cinsiyet		Yaş	Eğitim Durum	İkamet Süresi	Meslek
	Erkek	Kadın				
K1	✓		49	Lisans	Yerli	Seyahat Acentası- İşletmeci
K2	✓		33	Lisans	Yerli	Seyahat Acentası-İşletmeci
K3	✓		53	Lisans	Yerli	Turizm Bakanlığı-Rehber
K4	✓		34	Lisans	Yerli	Otel-Yönetici
K5	✓		38	Lisans	1.5 yıl	Otel-yönetici
K6	✓		48	Lisans	Yerli	Seyahat Acentası-İşletmeci
K7	✓		42	Lisans	12 yıl	Turizm Bakanlığı-Enformasyon Memuru
K8	✓		38	Lisans	3.5 yıl	Fırat Kalkınma Ajansı-Turizm Tanıtım ve markalaşma birimi
K9		✓	58	Lisans	Yerli	Battalgazi Belediyesi-Kültür ve Sosyal İşler Bölümü
K10	✓		26	Lisans	9 Ay	Otel Yönetici
K11	✓		41	Lisans	10 yıl	Akademisyen

Merriam (2018: 170-177) çalışmasında ‘nitel veri analizi nasıl yapılır?’ konusuna değinerek nitel bir araştırmada veri analizi yapılırken önce araştırmanın amacına cevap verebilir nitelikte kodlanan veriler ile kategori oluşturulduğunu sonrasında oluşan dűzinelere kategorilerin birbiri arasında sınıflandırılıp isimlendirildiği şeklinde ifade etmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın verilerinin analiz edilmesinde öncelikle içerik analizi tercih edilmiştir. Çünkü içerik analizi ‘*verileri önce kategorize edilebilen ve kodlanabilen bölümlere ayırarak yorumlamayı, kuramlaştırmayı veya anlamlandırmayı ardından kategorileri birbiriyle ilişkilendirerek tüm veri seti için model oluşturmayı içermektedir*’ (Jackson, vd., 2007: 24). Öncelikle çalışmanın içerik analizi örneklem büyüklüğünün zorlayıcı ve kafa karıştırıcı olmaması nedeni ile Maxqda ve Nvivo gibi paket programlar yerine manűel şekilde gerçekeştirilmiştir. İlk olarak araştırmanın ham verilerini oluşturan ses kayıtları bilgisayar ortamında yazıya dűnűřtűrűlerek dikkatli şekilde okunmuş birbiri ile ilişkili olanlar bir araya getirilerek ana temalar ve alt temalar oluşturulmuştur. Nitel araştırmalarda elde edilen verilerin okuyuculara yorumlanmış ve özetlenmiş şekilde sunulmasının yanı sıra katılımcıların yanıtlarının sık sık doğrudan alıntı edilmesini kapsayan analiz türű betimsel analiz olmaktadır (Özdemir, 2010, s. 336). Bu ifadeyle oluşturulan temaların yorumlanması ve katılımcıların verdikleri yanıtın birebir aktarılması için de betimsel analiz yönteminden yararlanılmıştır. Katılımcıların cevaplarının birebir alıntı yapıldığı yerlerde (‘’) işareti kullanılmış olup katılımcıların kimliğinin gizliliği içinse K1, K2, K3, ...K10 şeklinde numaralandırılmıştır.

## 5. BULGULAR

‘Battalgazi İlçesinin İnanç Turizmi Potansiyelini Nasıl Deđerlendirirsiniz?’ ve ‘Bu Potansiyel Kapsamında Ziyaret Edilen Başlıca Mekanlar Nelerdir?’ sorusuna ilişkin bulgular Battalgazi’nin yani Eski Malatya’nın aslında şehrin ilk yerleşim yeri olması ve köklű tarihi ile bir çok cami, mescit, kümbet ve türbe gibi inanç turizmi açasından zengin eserlerin ilçede yer almasına neden olduğu ancak bu kaynakların turizmde önemli bir konuma sahip olmasına ilişkin çalışma ve stratejilerinin zayıf olmasının bölgenin inanç turizmi potansiyelinin ön plana çıkmasını olumsuz etkilediğine ulaşılmaktadır. Katılımcılar ilgili soruya ilişkin bulgular incelendiğinde ‘*Bařta 13.yy’da inřa edilen Ulu cami olmak üzere, kümbet, türbe ve namazgah gibi yapılar ilçenin inanç turizmi altında değerlendirilmesinde etkili olan önemli varlıklar olmaktadır*’ (K2) şeklinde ifade edilirken K9’a göre ‘*Battalgazi aslında biz turizm paydaşları tarafından düşünürsek tarihi ve kültűrel özelliğiyle ön plana çıkmaktadır. Bu kültűrel özelliğinin en büyük örneği bölgede yer alan Mustafa Pařa Kervansarayı ve Poyraz Konağı olmaktadır. Diđer taraftan tabi ki inanç turizmi potansiyeli de barındırmaktadır. Mesela ilçede yer alan Hasan Basri ve Zeynel Abidin Türbesi çok önemli mekanlar olmaktadır. Biz her ne kadar bölgedeki eserlere tarihi ve kültűrel turizm açasından baksak da inanç turizmi açasından elverişli ve zengin bir bölge olmaktadır*’ şeklinde yorumlanmaktadır. Elde edilen bulgular Battalgazi’nin inanç turizmi açasından mevcut arzının olduğu ancak yeterli talebin olmadığını göstermektedir. Öte yandan bölgede başlıca ziyaret edilen mekanlara ilişkin bulgularda Ulu Cami, Hasan Basri Türbesi, Zeynel Abidin Türbesi ve Kanlı Kümbet ’in ön plana çıktığına ulaşılmaktadır. Bu bulgu neticesinde bölgenin araştırmanın 1. teması inanç turizmine ilişkin çekicilik unsurları nelerdir olup, elde edidilen bulgular doğrultusunda İslamiyet dini açasından çekicilik unsurları alt temaya olarak belirlenmiştir.

‘İnanç Turizmi Kapsamında Battalgazi İlçesi Kimler Tarafından Ziyaret Edilmektedir?’ ve ‘İlçeyi Ziyaret Eden Kişiler Kapsamında Konaklama İmkanını Nasıl Değerlendirirsiniz?’ sorusuna ilişkin bulgularda ziyaretçi profilinin ağırlıklı olarak iç pazardan oluştuğu, hem yerli halk hem il dışındaki kişiler tarafından ziyaret edildiğine ulaşılmaktadır. Katılımcıların soruya ilişkin bulguları göz önünde bulundurulduğunda ‘İlçenin ziyaretçilerini Malatya ve çevresinden gelen kişiler oluşturmaktadır. Ziyaretçileri göz önünde bulundurduğumuzda tur şeklinde gelen kafilelerin daha yoğun olduğunu görmekteyiz. Tur kafileleri ziyaretleri sırasında öncelikle Ulu camiye uğramaktadırlar’ (K3), ‘İl dışından gelen kişiler ve Malatya’nın yerli halkı temel ziyaretçileri oluşturan kitle olmaktadır. Yanı sıra Mustafa Paşa kervansarayı ve Ulu camiye il dışından günlük turlarda rağbet görmektedir’ (K9) şeklinde ifade edilmektedir. Bölgenin genel olarak yerel halk ve il dışından günlük tur kapsamında gelen kişiler tarafından ziyaret edildiğine ulaşılmaktadır. Tur kapsamında gerçekleştirilen turların günlük olması araştırmaya ilişkin ‘bölgenin konaklama imkanlarını nasıl değerlendiriyorsunuz?’ sorusuna aslında bir cevap olmaktadır. Soruya ilişkin bulgular Battalgazi ilçesinin merkez yerleşkesi yani yapıların olduğu bölgede her herhangi bir konaklama imkanının olmadığını ilçenin merkeze yakın olmasından dolayı konaklama ihtiyacının merkezdeki otellerden karşılandığını göstermektedir. Katılımcıların birçoğu konaklama imkanlarının yeterli olduğunu belirtirken, K4, K5, K8, K9, ve K11 ilçenin konaklama imkanlarının şehir merkezinden karşılanmasına karşın bölge için olumsuz olduğunu vurgulamaktadırlar. Bu durumu K5’ göre ‘Battalgazi bölgesinde herhangi bir konaklama imkanı yer almamaktadır ve bu büyük bir eksiklik olmaktadır. Bölgede bir butik tarzı otelin yapılması ilçenin turizmde daha aktif ve etkin olmasına neden olacaktır’ şeklinde yorumlanırken K11’e göre ise ‘Malatya’nın büyük şehir olmasıyla birlikte Battalgazi ilçesinin sınırları içerisinde her ne kadar 5 yıldızlı, 4 yıldızlı, 3 yıldızlı oteller yerini alsa da yeterli olmamaktadır. Battalgazi’nin tarihini ve kültürünü yansıtacak pansiyonlar ve butik otellerin yapılması ilçenin avantaj sağlamasına neden olacaktır’ şeklinde ifade edilmektedir.

‘Battalgazi İnanç Turizmi Potansiyelini Geliştirmek İçin Ne Ölçüde Yatırım, Reklam ve Tanıtım Faaliyetleri Yapılmaktadır?’ ve ‘Bu Eserler Nasıl Korunup Turizme Kazandırılmaktadır?’ sorularına ilişkin bulgular inanç turizmine ilişkin gerçekleştirilen yatırım, tanıtım ve reklam faaliyetlerinin yetersiz olduğunu ilçesinin, dokusunun ve inanç turizmine ilişkin eserlerinin rakip şehirlere göre ön plana çıkarmada geride kaldığını göstermektedir. Bölgede inanç turizmine ilişkin yatırımlar temel olarak alt yapı ve restoran üzerine yoğunlaşmaktadır. Diğer taraftan ‘Biz Fırat kalkınma ajansı olarak Malatya’nın tüm ilçelerinde paydaşlarımızla birlikte alt yapı destek ve mali destek programları yürütmekteyiz. Battalgazi belediyesi de mali destek sağladığımız kurumlardan biri olmaktadır. Altyapı dışında tanıtım ağırlıklı çalışmalar yürütmekteyiz. Dijitalleşen dünyada turizmin de dijitalleşmesi için çalışmalarımız olmaktadır. Bunlar arasında haritalandırma çalışmalarımız, yakın zamanda faaliyete geçecek Fırat’ı Keşfet adlı web sitesi ve aynı şekilde Fırat’ı keşfet adı altında instagram hesabımız oluşturuldu. İlgili web sitesi ve instagram hesabı üzerinden Battalgazi’ye ilişkin tanıtım faaliyetlerimiz yapılmaktadır’ (K8) ifadesi yatırımlara ilişkin elde edilen diğer bir bulgu olmaktadır. Bununla birlikte K1, K4, K5, K6, K9, K10 ve K11 ilçenin inanç turizmine ilişkin yapılan reklam ve tanıtım faaliyetlerinin kesinlikle yetersiz olduğunu geliştirilmesi gerektiğini vurgulamaktadırlar. Diğer taraftan Malatya’da gerçekleştirilen etkinliklerin reklam ve tanıtım üzerindeki etkisine değinen K5 ‘Yeterli bulmuyorum. Malatya’da gerçekleştirilen film ve kayısı festivali ile festivale katılan ünlü kişilerin bölgeyi gezmeleri bir nebze tanıtım da



*etkiliyor ama Eski Malatya'nın dokusunu yansıtacak reklamlar maalesef henüz yapılmadı' şeklinde yorumlamaktadır'. Araştırmanın Battalgazi ilçesinde yer alan eser ve yapıların nasıl korunup turizme kazandırıldığı bulguları ise yerel yönetimler taraftan restorasyon çalışmalarının yapıp çevre ve peyzaj düzenlemelerinin gerçekleştiğine sonrasında bilinirlik ve turizme kazandırılması için seyahat acentalarına fam trip uygulamalarının gerçekleştiğine ulaşılmaktadır. İlgili bulgular göstermektedir ki yürütülen rekreasyon, alt yapı, çevre düzeni ve temizliği faaliyetleri kurumlar tarafından etkili yönetilse de tek başına faydalı olmamaktadır. Ve ziyaretçilerin çevreye olan duyarlılığı bu bakımdan önemli rol oynamaktadır.*

*'Battalgazi İnanç Turizmini Etkileyen Sorunlar ve Bu Sorunlara İlişkin Çözüm Önerileri Nelerdir?' sorusuna ilişkin bulgular ulaşım, alt yapı ya da terör gibi turizmi olumsuz etkileyen unsurların bölgenin inanç turizmini olumsuz etkilemediği bunun en temel nedeninin bölgenin kozmopolit bir yapıya sahip olması ve yerel birimler tarafından verilen hizmetler olduğuna ulaşılmaktadır. Öte yandan katılımcıların inanç turizmine ilişkin gördükleri sorunlar ise bölgenin tarihini ve kültürünü ifade edecek konaklama imkanlarının olmaması, ziyaretçilerin bölgede daha aktif olmalarına neden olacak yeme-içme işletmelerinin yetersiz olması, mevcut potansiyeli ortaya çıkaracak yeterli tanıtım ve reklam faaliyetlerinin gerçekleştirilmemesi, ziyaretçilere bölgeyi anlatacak yerel rehberlerin olmaması, bölgedeki eserler hakkında kısıtlı bilgilere sahip olunması, bölgede yer alan eserlerin Anadolu'nun farklı yerlerinde benzerlerinin olması ve yerel halkın inanç turizmi açısından bilinçlendirilmemesi olmaktadır. Elde edilen bulgular kapsamında K3' şü ifadelerde bulunmaktadır *'Evet, bölgenin sahip olduğu dini ve tarihi mekanlar, arkeolojik alanlar ya da doğal güzellikler inanç turizmi için potansiyel olarak turizm yapılabileceğine işaret eder. Ama turizm bambaşka bir şeydir. Turizm hizmettir, temizliktir, yiyecektir, içecektir, işinin ehli otel personelidir, rehberdir, eğlencedir. Bunları yapamıyorsanız potansiyel hiçbir anlam taşımaz. Bu yüzden bölge genelde yerli ziyaretçiler tarafından günü birlik ziyaret edilmektedir. Saydığım tüm unsurlar aslında bölgenin potansiyelini birinci dereceden etkileyen sorunlar olmaktadır'*. Araştırmada elde edilen veriler her ne kadar bölgenin turizm faaliyetlerini duraksatacak kadar bir sorun olmadığını göstereceği geri planda kalmasına ya da ilerleyememesine neden olabilecek sorunlar olduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda katılımcılar *'Sorunlara ilişkin çözüm yolları nelerdir?'* sorusuna konaklama, yeme-içme imkanlarının geliştirilmesi, inanç turizmi eserlerini ön plana çıkaracak tanıtımların yapılması, halkın mevcut bakış açısının değiştirilmesi, bölgenin rekreasyon kapsamında kullanımının azaltılması, yurt içi ve yurt dışından turizm temsilcilerinin davet edilerek eserlerin tanıtılması, bölgeye ve eserlere hakim yerel rehberlerin tahsis edilmesi gibi önerilerde bulunmaktadırlar.*

*'Battalgazi'nin İnanç Turizmi Açısından Olası Fırsatları, Tehditleri, Güçlü ve Zayıf Nelerdir?' sorusuna ilişkin bulgularda 4 ana tema ve 52 alt temaya ulaşılmıştır. Bu doğrultuda ulaşılan tema ve alt temalar şu şekilde olmaktadır.*

**Tablo 5. Battalgazi'nin İnanç Turizmi Açısından Güçlü Yanları**

<b>Tema 2</b>
Battalgazi İnanç Turizminin Güçlü Yönleri
<b>Alt Temalar</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• İlçenin adı ve adıyla bağdaşan Battalgazi destanı</li> <li>• 2 bin yıllık tarihi</li> <li>• Peygamber Efendimizin soyundan gelen Hasan Basri türbesinin yer alması</li> <li>• Arslantepe Höyüğü'nün ilde yer alması</li> <li>• Ulaşımın kolay olması</li> <li>• Şehir merkezine yakın olması</li> <li>• Çok sayıda çeşitli esere sahip olması</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ulu cami</li> <li>• Tarih ve kültür turizmi potansiyeline sahip olması</li> <li>• Yerel halkın hoşgörüsü</li> <li>• Malatya'nın büyükşehir statüsünde olması</li> <li>• İnönü Üniversitesinin yakınlığı</li> <li>• Rekreasyon alanlarının genişliği</li> <li>• Belediyenin sunduğu hizmetler</li> <li>• Eserlerin mesafe olarak birbirine yakınlığı</li> </ul>
---	---

Battalgazi ilçesinin inanç turizmi açısından diğer destinasyonlara kıyasla güçlü yanlarına ilişkin en temel özelliği aslında bölgenin kendisi olmaktadır. Bu durum ise bölgede çeşitli dini yapıların (cami, namazgah, kümbet, türbe vb.) var olmasından kaynaklanmaktadır. Diğer taraftan ilçenin güçlü yanlarını katılımcılar, *'İnanç turizminde kapsamlı bir tur programı hazırlanabilmesi için zengin içeriğe ve cazibe noktalarına sahip olması. Bununla birlikte inanç turizmini destekleyecek tarihi (Mustafa Paşa Kervansarayı) ve arkeolojik (Surlar ve Sevserek Han) yapıların yer alması güçlü yönleri olmaktadır'* (K8), *'Malatya'nın büyükşehir olması ve farklı alanlarda üretim yapacak tesislerin yer alması şehre birçok insanın gelmesine dolayısıyla ziyaretçi hareketliliğinin yüksek olmasına neden olmaktadır. Yaşanan bu hareketlilik ise Battalgazi'nin şehir merkezine yakın olması ve ulaşımın kolay sağlanmasından dolayı bölgede potansiyel ziyaretçi durumunu olumlu yönde etkilemektedir. Bu durumda Battalgazi ilçesine ulaşımın kolay olması ve şehir merkezine yakınlığı güçlü tarafı olmaktadır'* (K10) şeklinde ifade etmektedirler. Sorupia (2005: 1767)'e göre turizmin büyük bir bölümünün seyahati kapsadığı göz önünde bulundurulduğunda ulaşım hayati önem taşımaktadır ve turizmin gelişmesi ulaşımın gelişmesinden kaynaklanmaktadır şeklinde ifade edilmektedir. Ulaşımın bölge için bir güç kaynağı olduğunu örnek üzerinden ifade etmek gerekirse, Battalgazi ilçesinin en önemli inanç turizmi eserlerinden biri olan Ulu Cami'nin şehir merkezine 8 km mesafede bulunmasını göz önünde bulundurursak (Başbüyük, 2015: 40) şehir merkezine 47 km mesafede konumlanan ve Karadağların kuzey yamacında sert kayalar üzerinde inşa edilen Sümela manastırına (Zaman, 2005: 4) kıyasla ulaşım açısından daha avantajlı olmaktadır.

**Tablo 6. Battalgazi'nin İnanç Turizmi Açısından Zayıf Yanları**

<b>Tema 3</b>	
<b>Battalgazi İnanç Turizminin Zayıf Yönleri</b>	
<b>Alt Temalar</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• GAP bölgesini (Şanlıurfa, Gaziantep, Mardin, Diyarbakır) ziyaret eden kişilerin Malatya'yı ziyaret etmemesi</li> <li>• Tanıtım ve reklam faaliyetlerinin yetersiz olması</li> <li>• Kitabesi bulunmayan eserler hakkına yeterli bilginin olmaması</li> <li>• Bölgeye ilişkin akademik çalışmaların yetersiz olması</li> <li>• Kalifiyeli personel eksikliği</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Çoğu turların Ulu cami hariç diğer mekanları programa dahil etmemesi</li> <li>• Sosyal Tesislerin olmaması</li> <li>• Bölgenin insanlar üzerinde bir imajının olmaması</li> <li>• Konaklama imkanlarının yetersizliği</li> <li>• İlçedeki eserlerin benzerlerinin farklı destinasyonlarda olması</li> <li>• Yerel rehber eksikliği</li> <li>• Yerel halkın eserlere ilişkin eksik bilgilere sahip olması</li> </ul>

‘Battalgazi ilçesinde inanç turizmi potansiyelini engelleyen sorunlar nelerdir’ sorusunda elde edilen reklam faaliyetlerinin gerçekleştirilmemesi, ziyaretçilere bölgeyi anlatacak yerel rehberlerin olmaması, bölgedeki eserler hakkında kısıtlı bilgilere sahip olunması, bölgede yer alan eserlerin Anadolu’nun farklı yerlerinde benzerlerinin olması ve yerel halkın inanç turizmi açısından bilinçlendirilmemesi, reklam ve tanıtım eskiliği bulguları Battalgazi ilçesinin inanç turizmi açısından zayıf yanlarına ilişkin elde edilen bulgularla benzer olmaktadır. Katılımcıların Battalgazi’nin inanç turizmi açısından zayıf yanlarına ilişkin ifadeleri incelendiğinde, *Bence bölgenin en temel zayıf yönü bölgede yer alan eserlere ilişkin (Ulu Cami hariç) çoğu hakkında yeterli bilginin olmaması. Efsaneler veya söylentilerin dışında insanlara aktarabileceğiniz bilginin (çoğunun kitabesi bile yok) olmaması diyebilirim* (K3), *‘İlk olarak çok sayıda ziyaretçiyi getiren tur operatörleri Battalgazi’deki inanç turizmi potansiyeline sahip yerlerini gezi programına (Ulu Cami hariç) dahil etmemesini gösterebiliriz. Sonrasında etkili tanıtımın olmaması da bölge için bir zayıflık unsuru olmaktadır* (K8) ifadelerine ulaşılmaktadır. Bu ifadeler doğrultusunda Battalgazi’de yer alan eserler hakkında bilgilerin yetersiz olması ve bölgeye düzenlenen tur sayılarının az olması, düzenlenen turların bütün yapı ve eserleri programa dahil etmemesi, GAP bölgesine yapılan turların çoğuna Malatya’nın dahil edilmemesi bölgenin inanç turizmi açısından zayıf yanlarına ilişkin diğer bulgular olmaktadır.

**Tablo 7. Battalgazi’nin İnanç Turizmi Açısından Olası Fırsatları**

<b>Tema 4</b>	
<b>Battalgazi’nin İnanç Turizmi Fırsatları</b>	
<b>Alt Temalar</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Batıdan doğuya açılacak olan Ankara-Sivas-Malatya-Diyarbakır hızlı tren hattı</li><li>• UNESCO’da yer alan Arslantepe Höyüğü</li><li>• Eco turizm kapsamında gerçekleştirilen Kayısı hasadı</li><li>• İnanç turizmini destekleyecek tarihi yapılar (Poyraz Konağı)</li><li>• Osmanlı, Roma dönemine ait eserler</li><li>• Belediye bünyesinde hizmet veren tarihçilerin olması</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Karakaya baraj gölüne yakın olması</li><li>• Uluslararası Film Festivali</li><li>• Kayısı Festivali</li><li>• Hasan Basri Türbesini ziyaret eden insanların (psikolojik hastalıkları olan) şifa bulduklarını ifade etmesi</li><li>• Malatya’nın coğrafi konumu</li><li>• Battalgazi’de yer alan eserlerin dokularının yıpranmamış olması ve açık hava müzesi teşkil etmesi</li></ul>

‘Battalgazi ilçesinin inanç turizmi açısından olası fırsatları nelerdir?’ sorusunda öncelikle Battalgazi’nin inanç turizmi açısından geleceğini olumlu yönde etkileyebilecek unsurlar ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu ifadeyle ilgili bulgular incelendiğinde katılımcılar genel olarak Malatya ilinde gerçekleştirilen ulusal ve uluslararası etkinliklerin, tarihi yapıların, ilin coğrafi açıdan konumunun, bölgede yer alan doğal yapıların doğrudan ya da dolaylı olarak Battalgazi’nin inanç turizmi potansiyeline ilişkin fırsat oluşturacağını belirtmektedirler. Katılımcıların ilgili soruya verdiği cevaplar göz önünde bulundurulacak olursa; *‘Hasan Basri Türbesini ziyaret eden ve psikolojik rahatsızlığı bulunan kişilerin ziyaret sonrası şifa bulunduğunu da bir çok ziyaretçilerden duymaktayız (her ne kadar batıl bir inanış olsa da). Bölgeyi ziyaret eden insanlar bu durumu yakınlarına anlattıklarında bir bakıma merak uyandırmaktadır. Bu açıdan zamanla şifa bulmak isteyen ziyaretçilerde artış görülmektedir. Gerçekliği her ne kadar tartışılrsa bu söylenti ileriki zamanda bölgeyi ziyaret eden insanlar sayısında bir fırsat oluşturacağını düşünmekteyim* (K1). İlgili literatür incelendiğinde Zhang (2012: 75) araştırmasında batıl inançlara sahip turistlerin bu inançlarla ilgili destinasyonları ziyaret etme

tercihleri arasında pozitif bir ilişki olduğuna varmıştır. Bu doğrultuda Hasan Basri Türbesi'ni ziyaret eden kişilerin şifa bulduğunu belirtmeleri gelecekte bölgenin inanç turizmi potansiyelini olumlu bir etki oluşturabilir. Öte yandan araştırmada *'İlde yer alan Karakaya baraj gölü inanç turizmi açısından bir fırsat olabilir. Hem Battalgazi ilçesinin yakınında olması hem de Türkiye'nin en büyük ikinci gölü olmasını göz önünde bulundurarak turizme kazandırılırsa inanç turizmine entegre edilerek yeni bir potansiyel oluşturulabilir'* (K10) ve *'Tarihi kültürel değere sahip olan (poyraz konağı) inanç turizmini destekleyecek alternatif kaynak olarak kullanılabilir. Bununla birlikte aristokrasinin doğduğu Arslantepe Höyüğü hem 5 bin yıllık tarihi hem de UNESCO kalıcı listeye girmesiyle bölge için bir fırsat oluşturacağını düşünüyorum'* (K8) ifadeleri yer almaktadır. Her ne kadar görüşmeler gerçekleştirilirken Arslantepe Höyüğü UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesinde yer alsa da, 26 Temmuz tarihli UNESCO Dünya Mirası Komitesi Genişletilmiş 44. Oturumunda Dünya Mirası Kalıcı Listesine dahil edilmiştir (UNESCO, 2021). Peric vd., (2021) 'UNESCO Kültürel Miras ve Kültür Sektörünün Turizm Gelişimindeki Rolü: Birleşmiş Milletler Örneği' isimli çalışmasında 27 ülke üzerine yaptığı analizde UNESCO Dünya Kültürel Miras Listesinde yer alan eserlerin ilgili destinasyonların rekabet gücü ve turizm gelişme düzeyinde etkili bir unsur olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu doğrultuda Arslantepe Höyüğü'nün Dünya Mirası Kalıcı Listesi'ne girmesi yapılacak tanıtım ve reklam faaliyetleri ile hem ilin turizm potansiyeli hem de Battalgazi İlçesi inanç turizmi üzerinde bir fırsat oluşturacağı düşünülmektedir.

**Tablo 8. Battalgazi'nin İnanç Turizmi Açısından Olası Tehditleri**

<b>Tema 5</b>	
<b>Battalgazi'nin İnanç Turizmi Tehditleri</b>	
<b>Alt Temalar</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Çevre kirliliği sonucu eserlerin tahrip olma riski</li><li>• Betonlaşma ve görüntünün bozulması</li><li>• Yerel halkın bilinçlendirilmemesi</li><li>• Malatya'yı ziyaret etmemiş kişilerin kağıt üzerinde olumsuz fikirlere değinmeleri</li><li>• Ziyaretçilerin eserlere karşı yanlış bilgileri</li><li>• Bütün eserlerin eşit derecede ön plana çıkarılmaması</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• İnanç turizminin yönetimlerce geri planda bırakılması</li><li>• Yanlış politik düzenlemeler</li><li>• Tur operatörleri tarafından ön planda olmaması</li><li>• Yetersiz yatırımların yapılması</li><li>• Bölgenin rekreasyon alanı olarak kullanımının artması</li><li>• Gelişen trend ve tüketimi takip etmeyen turizm paydaşları</li></ul>

'Battalgazi'nin inanç turizmi açısından olası tehditleri nelerdir?' sorusuna ilişkin temel bulgular incelenmiş olup bölgenin inanç turizmi potansiyelini ileriki yıllarda olumsuz etkileyecek muhtemel tehdit unsurlar ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Turizmin hem arz hem talep kapsamında merkezinin insan unsuru olması dolayısıyla elde edilen bulgular temel olarak çevre kirliliği, eserlerin tahrip olması, yanlış politik düzenlemeler, yetersiz yatırımların gerçekleştirilmesi, halkın bilinçlendirilmemesi, yanlış fikirlerin ortaya atılması gibi unsurlara ulaşılmaktadır. Katılımcıların verdiği cevaplar incelendiğinde, *'Geleceğe ilişkin bölgenin inanç turizmini olumsuz etkileyecek bir durum görmüyorum. Sadece Malatya'ya gelmemiş hiç ziyaret etmemiş kişilerin kağıt üzerinde Malatya'nın turizm değerleri ve potansiyeli hakkında yanlış yönlendirmeleri Malatya'yı ziyaret etmek isteyen kişilerde olumsuz bir algı oluşturmaktadır ve bu durum gelecek yıllardaki ziyaretçi oranını olumsuz etkileyebilir'* (K6), *'Turizmde söz sahiplerinin yeni gelişen trend ve tüketim hakkında fazla fikir sahibi olmamaları ve bu durumu*

*takip etmemeleri bölgede yer alan bütün eserlerin eşit derecede ön plana çıkarılmamasını doğrudan etkileyerek zamanla bilinirliğinin azalmasına neden olabilir'* (K10) ifadelerine ulaşılmaktadır. Bölgenin inanç turizmine tehdit oluşturacak en dikkate değer farklı bir bulgu ise *'Battalgazi'de yer alan eserlerimiz ağırlıklı olarak İslamiyet dini açısından ön plana çıkan değerler olmaktadır. Ziyaret sırasında insanların eserlere İslamiyet'te yer almayan yanlış davranışlarla yaklaşmalarına müsaade etmememiz gerekiyor. Örneğin bölgede yer alan dini yapılara ziyaretçilerin çaput bağlaması ya da mum yakıp sabaha kadar beklemelerine müsaade edemeyiz. Çünkü bu tür davranışların sürekliliği ilerleyen zamanlarda bir tehdit oluşturabilir. Mesela geçen gün hanımefendinin birisi Hasan Basri türbesinin üzerindeki örtüyü eve götürüp yeni bir örtü getirmek istedi. Bende bu ne anlam taşıyor diye sorduğumda onda sakalı şerif saklanmış açıklamasını yaptı. Bu tür yanlış tutum ve davranışlarla karşılaşsak da izin vermiyoruz'* (K9) ifadesi olmaktadır. Bu ifadeyi göz önünde bulundurduğumuzda turizmle ilgili araştırmalarda ziyaretçilerin destinasyon üzerindeki etkilerinin önemli bir konu olduğu görülmektedir. Aylan ve Şalvarcı (2019: 327)'e göre tarihi yapı ve eserler, kültürel ve dinsel açıdan önemli mekanlar ve anıtlar, iç ve dış etkenlerle tahribata uğramaktadırlar. İç etkenler yapının konumu ve alt yapı olurken dış etkenler insanların verdiği zarar olmaktadır. En nihayetinde Battalgazi'yi ziyaret eden kişilerin yapılar üzerinde mum yakmak ya da yapı içerisinde herhangi bir değeri almak istemesi dini açıdan önemli yapılara doğrudan ya da dolaylı yoldan bir tehdit oluşturmaktadır. Öte yandan bu bulgu ise ziyaretçilerin bilgilendirilmemesi, yeterli bilincin oluşmamasını göstermektedir.

## **6. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER**

'Battalgazi (Eski Malatya) İnanç Turizmi Potansiyeli' isimli bu çalışmada Malatya ili Battalgazi ilçesinin inanç turizmi potansiyelinin irdelenerek ortaya çıkarılması yanı sıra bölgenin inanç turizmi potansiyeli açısından ülkedeki konumunu saptanması, bölgenin inanç turizm sorunlarını ortaya çıkarıp bu sorunlara çözüm önerileri getirilerek inanç turizmi politikalarının geliştirilip, iyileştirilmesine ve destinasyon yöneticilerinin doğru pazarlama stratejileri uygulayabilmelerine katkıda bulunulması amaçlanmıştır. Bu kapsamda Malatya ilinde yer alan kamu kuruluşları (Battalgazi Belediyesi, Malatya Turizm Kültür Bakanlığı, Mesleki Eğitim Merkez,), sivil toplum kuruluşları (Fırat Kalkınma Ajansı) ve özel sektörden (seyahat acentaları, 5 yıldızlı oteller) farklı pozisyonlarda görev yapan 11 kişi ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilerek 5 ana tema ve 53 alt temaya ulaşılmıştır.

Araştırma sonucuna göre Battalgazi ilçesinin İslamiyet dini açısından Ulu Cami, Yeni Cami, Emir Ömer Mescidi ve Türbesi, Sıddı Zeynep Türbesi, Melik Sanullah Cami, Kanlı Kümbet, Ali Baba Namazgahı, Nefise Hatun Kümbeti, Kırk Kardeşler Şehitliği, Karahan Cami, Hırslı Baba Türbesi, Hötüm Dede Türbesi, Halfetih Minaresi, Hasan Basri Türbesi, Edir ve Bedir Türbesi, Ali Baba Türbesi, Bahri Cami, Ahmet Duran Mescidi ve Türbesi, Ak Minare Cami, Zeynel Abidin Türbesi, Vaiz Ocağı Cami ve Türbesi, Tahtalı Minare Cami, Sütlü Minare (Çermik) Cami, Şahabiyye-i Kübra ve Sugra Medresesi olmak üzere çeşitli dini yapılara sahip olduğuna ulaşılmaktadır. Öte yandan bölgenin zengin inanç turizmi arzına karşın yeteri derecede talep görmediği bu durumun ise gerçekleştirilen yatırım, tanıtım ve reklam faaliyetlerinin yetersiz olmasından dolayı kaynaklandığına ulaşılmaktadır. Rejman vd. (2016: 564) inanç turizmindeki eserlerin potansiyel ziyaretçilere pazarlanmasında tanıtımın önemli bir



bileşen olduğunu ifade etmektedir. En nihayetinde reklam ve tanıtım faaliyetlerinin yetersiz olmasının Çavuş (2012), Harunoğulları (2016) ve Turan (2020)'nin de çalışmalarında ulaştıkları gibi destinasyonların potansiyellerini engelleyen unsur olduğu kabul edilmektedir. Diğer taraftan faaliyetlerinin yetersiz olmasının Battalgazi'yi ziyaret eden kişiler üzerinde etkili olduğu bu nedenle ilçenin genelde yerli ve çevre illerden insanlar tarafından ziyaret edildiği görülmektedir. Bununla birlikte araştırmada Battalgazi ilçesinde yer alan eserlerin korunması ve turizme kazandırılmasında rekreasyon, alt yapı ve çevre düzenlemesi çalışmalarının yapıldığı yerel yönetimlerin koruma ve bakım çalışmalarını yapmasına karşın bölgeyi ziyaret eden kişilerin çevreye yeterli hassasiyeti göstermediği sonuçlarına ulaşılmaktadır.

Araştırmada Battalgazi ilçesinin inanç turizmini engelleyen sorunlara ilişkin sonuçlar göstermektedir ki ulaşım, alt yapı yada terör gibi turizmi olumsuz etkileyen unsurların bölgenin inanç turizmini olumsuz etkilemediği ancak bölgede konaklama imkanlarının olmaması, yeme-içme işletmelerinin yetersiz olması, mevcut potansiyeli ortaya çıkaracak yeterli tanıtım ve reklam faaliyetlerinin gerçekleştirilmemesi, ziyaretçilere bölgeyi anlatacak yerel rehberlerin olmaması ve yerel halkın sahip olduğu zengin eserlerin bilincinde olmamasının inanç turizmi açısından sorun oluşturan unsurlar olduğuna ulaşılmaktadır. Levi ve Kocher (2009: 20) inanç turizmine ilişkin destinasyonlarda insanların ilgilerini kaybetmemesi için hediyelik eşya dükkanları, yiyecek-içecek işletmeleri ve turistik ürün-hizmet sağlayan işletmelerin yer alması gerektiğini belirtmektedir. Bu ifadeyle ilgili sorunlara ilişkin, bölgeyi ziyaret eden insanların zaman geçirmesini sağlayacak tesis sayılarının artırılması, bölgeyi bilen rehberlerin temin edilmesi ilçenin kültürünü yansıtacak otantik konaklama imkanlarının oluşturulması gibi çözüm önerilerine ulaşılmaktadır. Öte yandan Sever (2016: 2154)'da çalışmasında Battalgazi ilçesini ziyaret eden kişilerin konaklama faaliyetlerini gerçekleştirecekleri yerel mimariyi yansıtan tesislerin eksikliğinden bahsederek kurulacak tesislerde yörenin kültürüne uygun hizmet verilebileceğini konaklama tesislerinin tasarımında ise Safranbolu, Beypazarı, Şirince destinasyonlarından örnek alınabileceğini ifade etmektedir.

Çalışmanın diğer bir sonucu ise Battalgazi'nin inanç turizmi açısından güçlü ve zayıf yönlerine ilişkin olmaktadır. Battalgazi ilçesinin sahip olduğu çeşitli dini yapılar (cami, namazgah, türbe, kümbet.), ilçenin merkeze yakın olması, inanç turizmini destekleyecek tarih ve kültür açısından önemli eserlere (Mustafa Paşa Kervansarayı, Sevserek Han, Poyraz Konağı) sahip olması, eserlerin birbirleri arasındaki mesafenin kısa olması ve geniş rekreasyon alanlarının olması güçlü yanları olarak görülmektedir. Turan (2020) çalışmasında Karadeniz'in zengin dini eserlere sahip olduğu ancak bu eserlerin tek başına yeterli olmadığı yanı sıra bazı eserlerin uzak ve ulaşımın zor olmasının bölge için olumsuz bir unsur oluşturduğunu ifade etmektedir. Bu açıdan Battalgazi İlçesi'nin merkeze yaklaşık 10 km mesafede olması bölge için bir güç unsuru olmaktadır. Öte yandan göstermektedir ki Gap Bölgesi (Mardin, Şanlıurfa, Gaziantep, Diyarbakır) ziyaret düzenleyen turların tur programına Malatya'yı dahil etmemesi, ilçeyi gezen turların genelde Ulu cami hariç diğer mekanlara uğramaması ve dini eserlere ilişkin yeterli bilgi ve akademik çalışmanın olmaması Battalgazi'nin inanç turizmi açısından zayıf yönleri olmaktadır. Yılmaz vd. (2013) Antalya ilinin inanç turizmine ilişkin yaptığı çalışma da St. Nicholas kilisesi ve mezarına her yıl farklı ülkelerden insanların gelmesine karşın ilde yer alan Dinler Bahçesinin (üç Semavi dine ait olan mabetlerin tek bir bahçede buluşturulması, Sinagog, Kilise, Cami) St. Nicholas kadar ziyaret edilmediği geri planda kaldığına

ulaşmaktadır. Bu açıdan Horak vd. (2015) 'nin de çalışmalarında ulaştığı gibi Battalgazi ilçesindeki bütün eserlerin aynı oranda ön plana çıkmaması bölgenin zayıf yanını oluşturan en önemli unsurlarından biri olurken Battalgazi'nin tur programlarında daimi yer almaması da bölge için olumsuz bir unsur olmaktadır. Cabyova (2016) çalışmasında inanç turizmi açısından elverişli bölgelerde oluşturulacak rotaların ilgili destinasyonlar için çekicilik oluşturacağını ifade belirtmektedir. Bu açıdan GAP bölgesini kapsayan tur programlarına Malatya'nın daha çok dahil edilmesi bölge için iyileştirici sonuçlar oluşturacaktır.

Battalgazi'nin inanç turizmi açısından güçlü ve zayıf yönlerine ek olarak olası fırsatları ve tehditlerine ilişkin sonuçlara da ulaşılmıştır. Battalgazi ilçesinin inanç turizmi potansiyeli açısından olası fırsatlarına ilişkin sonuçlar, Malatya ilinde gerçekleştirilen ulusal ve uluslararası etkinliklerin, tarihi yapıların, ilin coğrafi açıdan konumunun, bölgede yer alan doğal yapıların ve Arslantepe Höyüğü'nün Dünya Mirası Kalıcı Listesi'ne girmesinin Battalgazi ilçesi inanç turizmi üzerinde doğrudan ya da dolaylı olarak fırsat oluşturacağını göstermektedir. Canoves vd. (2012) çalışmalarında İspanya'da yer alan Santiago de Compostela kasabasının UNESCO tarafından Dünya Mirası olarak kabul edilmesinden sonra ön plana çıktığını ve kasabada yer alan hac yolunun daha fazla insan tarafından bilinirliğinin arttığını ifade etmektedir. Bu ifadeyle Arslantepe Höyüğü 'nün UNESCO Dünya Mirası Kalıcı Listesine girmesi ilçe için bir fırsat oluşturacağına ulaşılmaktadır. Bununla birlikte Battalgazi'de yer alan Karakaya Baraj gölünde yatırımların yapılıp yeni tesislerin kurulmasıyla oluşacak turizm potansiyelinin inanç turizmi ile birlikte değerlendirilmesi ve ilçede yer alan Hasan Basri türbesini ziyaret eden kişilerin şifa bulduklarını belirtmesi (potansiyel ziyaretçilerin artmasına neden olabilir) Battalgazi ilçesinin inanç turizmi açısından olası fırsatlarına ilişkin sonuçları arasında yer almaktadır. Diğer taraftan araştırma sonuçlarında ulaşılan çevre kirliliği, eserlerin tahrip olması, yanlış politik düzenlemeler, yetersiz yatırımların gerçekleştirilmesi, halkın bilinçlendirilmemesi ve bölgeyi ziyaret eden kişilerin yeterli bilgiye sahip olmamaları ise Battalgazi'nin inanç turizmi açısından olası tehditleri olmaktadır. Ziyaretçilerin Battalgazi'de yer alan eserler hakkında yanlış ya da eksik bilgilere sahip olması uygun olmayan davranışlar (Hasan Basri türbesinde yer alan mezar örtüsünü almak istemeleri gibi) sergilemesine neden olarak ilgili eserlerin geleceğine ilişkin tehdit oluşturmaktadır. İlgili araştırmalarda Levi ve Kocher (2009: 17-18)'da inanç turizmine ilişkin araştırmalarında uygunsuz turist davranışlarının destinasyonlar için bir tehdit oluşturduğu sonucuna ulaştığı görülmektedir. En nihayetinde gerek ziyaretçilerin gerek yerel halkın turizm eserleri hakkındaki bilinçsizliklerinin destinasyon için bir tehdit unsuru oluşturduğu sonuçlarına ulaşılmaktadır.

Elde edilen sonuçlar neticesinde Battalgazi'nin inanç turizmi potansiyelinin geliştirilmesi için Battalgazi ilçesinde yer alan Hasan Basri türbesi, Zeynel Abidin türbesi, Hırslı Baba türbesi, Hötüm Dede türbesi, Ahmet Duran Türbesi göz önünde bulundurulduğunda bu zatlara ilişkin animasyon gösterilerinin yapılması ya da Mustafa Paşa Kervansarayı, Poyraz Konak, Sevserek Han ve Battalgazi şehir surlarını ziyaret eden kişilere bölgenin geleneğini ilişkin etkinliklerin düzenlenmesi düşünülebilir. Öte taraftan Sever (2016)'nın da belirttiği gibi ziyaretçilerin Battalgazi'ye gelmeleri için Nemrut Milli Parkı, Şanlıurfa Balıklı gölü kapsayan rotalara Battalgazi ilçesi de eklenebilir. Bununla birlikte Malatya'da düzenlenen seminer, konferans ya da sempozyum gibi etkinliklerin artırılması bu etkinliklerde Battalgazi hakkında merak uyandıracak materyallerin (broşür, afiş) mevcut ziyaretçileri bölgeye çekmede etkili olacağı düşünülmektedir. Tüm bu öneriler kapsamında Malatya ilinde yer alan özel işletmeler

ve kamu dairelerinin birlikte çözüm odaklı koordineli çalışmalarının hem Malatya ili hem de Battalgazi ilçesi turizm faaliyetlerinin zayıf ve eksik yanlarının iyileştirilmesinde önem arz etmektedir.

## KAYNAKÇA

- Alecu, I. C. (2010). Epistemological Aspects of Religious Tourism in Rural Areas. *International Journal of Business, Management and Social Sciences*, 2(3), 59-65.
- Altan, B. (2011). *Kutsal Mekanlar: Dini Ziyaret Yerleri*. Ankara: Süre Yayınevi.
- Anderson, G. (1998). *Fundamentals of Educational Research*. London: Falmer Press.
- Arslan, Ö. ve Hayli, S. (2007). Battalgazi İlçesinin Nüfus Coğrafyası. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(2), 1-30.
- Aslan, E. ve Güneş, G. (2016). Sürdürülebilir Bir Destinasyon Olarak Karakaya Baraj Gölü Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(46), 996-1012.
- Aspers, P. ve Corte, U. (2019). What is Qualitative in Qualitative Research. *Qualitative Sociology*, 42(2), 139-160.
- Aylan, F. K. ve Şalvarcı, S. (2019). Destinasyon Ziyaretçi Yönetimi. Suna, B. (Ed.), *Destinasyon Yönetimi ve Pazarlaması İçinde* (s. 315-337). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aytaç, İ. (2013). *Malatya Türk-İslam Dönemi Mimari Eserleri II*. Malatya Valiliği: Malatya Kitaplığı Yayınları.
- Aytaç, İ. (2016). Malatya'da Türk-İslam Dönemine Yönelik Arkeolojik Kazılar, *Geçmişten Günümüze Malatya Uluslararası Sempozyumu Kent, Kültür ve Kimlik Bildirileri*, c. 2 , Atatürk Araştırma Merkezi: Ankara, 961-986.
- Başbüyük, Ş. (2015). *Saadet Şehri Malatya*. İstanbul: Beyan Yayınları.
- Booth, A. (2016). Whose Diwali is It? Diaspora, Identity, and Festivalization. *Tourism, Culture and Communication*, 15(3), 215-226.
- Büyükşalvarcı, A., Şapçılar, M. C., Altınışik, İ. ve Şimşek, Ç. (2017). Turizm Öğrencilerinin İnanç Turizmine Yönelik Bakış Açıkları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, (14), 42-61.
- Cabyova, L. (2016). Pilgrimage Tourism in Slovakia The Potential For Development. *European Journal of Science and Theology*, 12(1), 231-244.
- Canoves, G., Romagosa, F., Blanco, A. ve Priestley, G. K. (2012). Religious Tourism and Sacred Places in Spain: Old Practices, New Forms of Tourism. *International Journal Tourism Anthropology*, 2(4), 282-298.
- Casellas, D. V., Serrallonga, S. A. ve Costa, N. C. (2013). Structuration and Branding of A Religious Tourism Product: Catalonia Sacra. *Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 11(3), 135-145.
- Collins-Kreiner, N. (2010). Researching Pilgrimage Continuity and Transformations. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 440-456.
- Çavuş, A. (2012). İnanç Turizmi İşleviyle Gelişmekte Olan Haçka Yaylası. *Eastern Geographical Review*, 17(28), 215-230.

- Demir, M. (Ed.). (2017). *Genel Turizm: Kavramlar ve Farklı Boyutlarla Değerlendirme*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Diboro, P. K. E. (2019). The Pentecost Event in Acts 2: Significance For Contemporary Christian Missions. *E-Journal of Religious and Theological Studies*, 5(2), 100-111.
- Dimitrov, S. (2019). Religious Tourism and Religious Tourism Resources. *The Overarching Issues of The European Space- A Strategic (Re)Positioning of Environmental And Socio-Economic Problems. Porto, Fac.Letras Univ. Porto*, 79-89.
- DOSİM (2020). <http://www.dosim.gov.tr/assets/documents/2019-ZIYARETCI-WEB-SITESI.pdf>. Erişim Tarihi: 18.11.2020.
- Duran-Sanchez, A., Alvarez-Garcia, J., Del Rio-Rama, M. ve Oliveira, C. (2018). Religious Tourism and Pilgrimage: Bibliometric Overview. *Religions*, 9(9), 1-15.
- Dworkin, S. L. (2012). Sample Size Policy For Qualitative Studies Using In-Depth Interviews. *Archives of Sexual Behavior*, 42, 1319-1320.
- Elibüyük, M. (2013). Malatya İli Yerleşmelerinin Tarihsel Dönemlere Göre Coğrafi Dağılışı. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 53(1), 183-220.
- Eren, D. (2019). Kültür Temelli Alternatif Turizm Türleri. Ş. Aydın ve D. Eren (Ed.), *Alternatif Turizm içinde*. Ankara: Detay Yayıncılık, 49-72.
- Erkol, G. ve Zengin, B. (2012). Şanlıurfa İlinin Dini Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi, *13. Ulusal Turizm Kongresi*, 6-9 Aralık 2012, Antalya.
- Eskici, B. (2013). *Malatya Türk-İslam Dönemi Mimari Eserleri I: Battalgazi (Eski Malatya)*. Malatya Valiliği: Malatya Kitaplığı Yayınları.
- Eskici, B. (2016). Eski Malatya Türbeleri. *Sanat Tarihi Dergisi*, 12(12), 83-98.
- Eykay, İ., Dalgın, T. ve Çeken, H. (2015). İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Antakya'nın Değerlendirilmesi. *Journal of Life Economics*, 2(2), 59-74.
- Fossey, E., Harvey, C., Mcdermott, F. ve Davidson, L. (2002). Understanding and Evaluating Qualitative Research. *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*, 36(6), 717-732.
- Fourie, J., Rossello, J. & Santana-Gallego, M. (2015). Religion, Religious Diversity and Tourism. *Kyklos*, 68(1), 51-64.
- Göğebakan, Y. (2018). Kültür Varlıklarının Korunmasının ve Algılanabilirliklerinin Sağlanması Yöneltil ve Hukuksal Boyutu: Malatya Karakaş Konağı. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, (21), 121-141.
- Griffin, K. ve Raj, R. (2017). The Importance of Religious Tourism and Pilgrimage: Reflecting On Definitions, Motives and Data. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 5(3), 2-9.
- Guest, G., Bunce, A. ve Johnson, L. (2006). How Many Interviews Are Enough? An Experiment With Data Saturation and Variability. *Field Methods*, 18(1), 59-82.
- Gülsoy, E. (2016). XVI. Yüzyılda Malatya Sancağı'nın İdari ve Askeri Yapısı (1519-1560), *Geçmişten Günümüze Malatya Uluslararası Sempozyumu Kent, Kültür ve Kimlik Bildirileri*, c. II, Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi, 1229-1245.
- Güngördü, E. (2007). *Türkiye'nin Turizm Coğrafyası*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

- Hackett, C., Cooperman, A. ve Schiller, A. (2017). The Changing Global Religious Landscape. *Pew Research Center*. 1-45. <https://www.pewforum.org/2017/04/05/the-changing-global-religious-landscape/>
- Harunoğulları, M. (2016). Kilis'in İnanç Turizmi Potansiyeli ve Kutsal Mekanları. *Electronic Turkish Studies*, 11(21), 176-210.
- Haven, T. L. ve Van Grootel, D. L. (2019). Preregistering Qualitative Research. *Accountability in Research*. 26(3), 229-244.
- Horak, M., Kozumplikova, A., Somerlikova, K., Lorencova, H. ve Lampartova, I. (2015). Religious Tourism in The South-Moravian And Zlín Regions: Proposal For Three New Pilgrimage Routes. *European Countryside*, 7(3), 167-178.
- Huang, K. ve Pearce, P. (2019). Visitors Perceptions of Religious Tourism Destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 14, 1-10.
- Hudman, L. E. ve Jackson, R. H. (1992). Mormon Pilgrimage and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 107-121.
- ILIEV, D. (2020). The Evolution of Religious Tourism: Concept, Segmentation and Development of New Identities. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 131-140.
- Jackson, R. L., Drummond, D. K. ve Camara, S. (2007). What Is Qualitative Research?. *Qualitative Research Reports in Communication*, 8(1), 21-28.
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2014). *Turizm ve Çevre*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Karabacak, Z. İ. (2013). Yerel Dokusunu Yitirmekte Olan Bir Kent: Malatya. *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 8(5), 345-355.
- Karaman, A. (ed.). (2017). *Yerel Turistik Değerler*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Karaman, S., Demirkol, S. ve Şahin, S. (2011). İnanç Turizmi, N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Ed.) *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* içinde. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 209-238.
- Karataş, İ. A. (2017). *Şehir Pazarlaması Açısından Marka Şehir Göstergelerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: Malatya Örneği* (Doktora Tezi). İnönü Üniversitesi.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Kim, B., Kim, S. ve King, B. (2019). Religious Tourism Studies: Evolution, Progress, and Future Prospects. *Tourism Recreation Research*, 45(2), 185-203.
- Kozak, M. (2018). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazarım ve Yayım Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M. ve Kozak, M. (2020). *Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozan, M. (2020). Roma İmparatorluğu Döneminde Malatya, Y. Başkan, M. Zengin, O. Yazıcı ve O. Karacan (Ed.) *Ortaçağda Malatya* içinde. Malatya: Bilsam Yayınları, 15-36.
- Köksal, A. (1994). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. Ankara: Gazi Büro Kitapevi.
- Kökşen, B. (2020). Alahan Manastırının İnanç Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 73-78.



- Kunt, S. ve Güngör, A. İ. (2017). Aziz Yuhanna'nın Vahiy Kitabı Çerçevesinde Yedi Kiliseler ve Bu Kiliselerin Türkiye İnanç Turizmindeki Yeri. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1, 71-92.
- Küçük, M. A. (2013). *İnanç Turizmi Açısından Türkiye'de Dini Mekanlar: Yahudilik-Hristiyanlık Örneği*. Ankara: Berikan Yayınevi.
- Kürkçüoğlu, S. ve Erkol, G. (2013). Şanlıurfa Kültür ve İnanç Turizmi Potansiyeli'nin Değerlendirilmesi, *Uluslararası İnanç ve Hoşgörü Konferansı*, 9-12 Mayıs 2013, Konya
- Levi, D. ve Kocher, S. (2009). Understanding Tourism at Heritage Religious Sites. Focus: *Journal of the City and Regional Planning Department*, 6(1), 17-21.
- Maxwell, J. A. (2018). *Nitel Araştırma Tasarımı: Etkileşimli Bir Yaklaşım* (M. Çevikbaş, Çev.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Marshall, H. (1977). The Significance of Pentecos. *The Asbury Journal*, 30(4), 347-348.
- Marshall, B., Cardon, P., Poddar, A. ve Fontenot, R. (2013). Does Sample Size Matter in Qualitative Research?: A Review of Qualitative Interviews in IS Research. *Journal of Computer Information Systems*, 54(1), 11-22.
- Malterud, K., Siersma, V. D. ve Guassora, A. D. (2016). Sample Size in Qualitative Interview Studies: Guided By Information Power. *Qualitative Health Research*, 26(13), 1-8.
- Merriam, S. B. (2018). *Nitel Araştırma: Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber* (S. Turan, Çev.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Metin, T. (2010). *Türkiye Selçukluları Devrinde Malatya* (Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi.
- Morse, J. M. (2000). Determining Sample Size. *Qualitative Health Research*, 10(1), 3-5.
- Narbona, J. ve Arasa, D. (2018). Mass Religious Events As Opportunities For Tourism Promotion. An Analysis Of Users' Visits To The Website of World Youth Day 2016 in Krakow. *Church, Communication and Culture*, 3(3), 379-388.
- Nolan, M. L. ve Nolan, S. (1992). Religious Sites As Tourism Attractions in Europe. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 68-78.
- Okonkwo, E. E. ve Nzeh, C., A. (2009). Faith-Based Activities and Their Tourism Potentials in Nigeria. *International Journal of Research in Arts and Social Sciences*, 1, 286-298
- Okuyucu, A. ve Somuncu, M. (2013). Türkiye'de İnanç Turizmi: Bugünkü Durum, Sorunlar ve Gelecek. International Conference on Religious Tourism and Tolerance, 09-12 May 2013, s. 627-643, Konya.
- Olçay, A. ve Albuz, N. (2016). İnanç Turizmi ve Türkiye'nin Tanıtımına Katkısı, M. Özdemir (Ed.) *Uluslararası Tanıtımda Medya ve Türkiye içinde*. Bursa: Dora Yayıncılık.
- Ongun, U. ve Türkoğlu, M. (2016). Isparta İli Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Teorik Bir Çalışma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 145-161.
- Oymak, İ. (2013). *Malatya Ziyaret Kültür ve Ziyaret Yerleri*. Malatya Valiliği: Malatya Kitaplığı Yayınları.
- Özdemir, M. (2010). Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343.

- Öztürk, Ş. Y. ve Bekiroğlu, O. (2009). Uzak Mesafeler, Yakın İlişkiler: Kültürlerarası İletişim Perspektifinde Anzak Günü'nün Türk Yazılı Basınında Sunumu. *Selçuk İletişim*, 5(4), 175-185.
- Peric, B. S., Simundic, B., Mustra, V. ve Vugdelija, M. (2021). The Role of UNESCO Cultural Heritage and Cultural Sector in Tourism Development: The Case of EU Countries. *Sustainability*, 13(10), 1-14.
- Porcu, E. (2020). Gion Matsuri in Kyoto: A Multilayered Religious Phenomenon. *Journal of Religion in Japon*, 9(1-3), 37-77.
- Puscasu, V. (2015). Religious Tourism or Pilgrimage. *European Journal of Science and Theology*, 11(3), 131-142
- Qu, S. Q. ve Dumay, J. (2011). The Qualitative Research Interview. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 8(3), 238-364.
- Raj, R. (2012). Religious Tourist's Motivation For Visiting Religious Sites. *International Journal Tourism Policy*, 4(2), 95-105.
- Rejman, K., Maziarz, P., Kwiatkowski, C. A. ve Haliniarz, M. (2016). Religious Tourism As a Tourism Product. *World Scientific News*, 57, 562-575.
- Rinschede, G. (1992). Forms of Religious Tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 51-67.
- Rot, E., Mikiñac, K. ve Bogdan, S. (2014). General Characteristics of Religious Tourism in Croatia. *UTMS Journal Of Economics*, 5(1), 79-87.
- Rysbekova, S., Duissenbayeva, A. ve Izmailov, I. (2014). Religious Tourism As A Sociocultural Phenomenon of The Present "The Unique Sense Today is A Universal Value Tomorrow. This is The Way Religions are Created and Values are Made." *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 143, 958-963.
- Sandelowski, M. (1995). Sample Size in Qualitative Research. *Research in Nursing & Health*, 18(2), 179-183.
- Sandıkçı, M., Çelik, S. ve Başat, H. T. (2018). Kültür Turları Kapsamında Boldavin İnanç Turizmi Değerleri, M. Güler ve C. Kayahan (Ed.) *Boldavin Araştırmaları* içinde. Konya: Eğitim Yayınevi, 2070-2093.
- Sever, R. (2016). Battalgazi (Eski Malatya) İlçesinin Kültürel Peyzajında Tarih ve İnanç Turizmi. *International Journal of Human Sciences*, 13(1), 2135-2157.
- Shaheen, R. (2019). Nexus Between Religious Journeys and Economic Influences – The Case of Saudi Arabia. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 7(3), 27-37.
- Sharpley, R. (2006). *Travel and Tourism*. London: Sage Publications.
- Shtudiner, Z., Klein, G. ve Kantor, J. (2018). How Religiosity Affects The Attitudes of Communities Towards Tourism in A Sacred City: The Case of Jerusalem. *Tourism Management*, 69, 167-179.
- Singh, R. P. B. (2015). Heritage Value of Religious Sites and Built Archetypes: The Scenario of Hinduism, and Illustrating The Riverfront Varanasi. *Aatmbodh The Journal of Knowledge of Self*, 12(1), 21-40.
- Sledge, S. (2020). Marketing to Religious Tourists Around the World: What Works. *Journal of Global Business Management*, 16(1), 69-78

- Şentürk, A. ve Gülseren, M. (1995). *Malatya'nın Kültürel Yapısı*. Malatya: Sezer Ofset.
- Şentürk, A., Gülseren, M. ve Helvacı, A. (1992). *Malatya Camileri*. Malatya: Yeni Malatya Matbaası.
- Taştan, H. ve Kızılırmak, İ. (2019). Turizm Çeşitleri ve Şekilleri. C. Çakıcı (Ed.) *Kavramlar ve Örneklerle Genel Turizm* içinde. Ankara: Detay Yayıncılık, 27-51.
- Terzidou, M., Styliadis, D. ve Szivas, E. M. (2008). Residents' Perceptions of Religious Tourism and its Socio-Economic Impacts on the Island of Tinos. *Tourism and Hospitality Planning and Development*, 5(2), 113-129.
- Tilson, D. J. (2005). Religious-Spiritual Tourism and Promotional Campaigning: A Church-State Partnership For St. James and Spain. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 12(1-2), 9-40.
- Tkaczynski, A. ve Arli, D. (2018). Religious Tourism and Spiritual Leadership Development: Christian Leadership Conferences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 35, 75-84.
- Turan, Y. (2020). Kutsalın Ziyareti: İnanç Turizminin Altında Yatan Güdüler ve Karadeniz Bölgesi İnanç Turizmi Potansiyeli. *ODÜ Sosyal Bilimler Dergisi*. 10(1), 153-163.
- TUSİAD (2014). Türkiye'de Alternatif Turizmin Gelişimine Yönelik Değerlendirmeler, <https://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/7954-turkiyede-alternatif-turizmin-gelisimine-yonelik-degerlendirmeler> (Erişim Tarihi: 18/11/2020).
- Uca, S. (2019). *Şehir Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- UNESCO (2021). <https://unesco.org.tr/Home/AnnouncementDetail/5789> (Erişim Tarihi: 25/08/2021).
- Woodward, S. C. (2004). Faith And Tourism: Planning Tourism in Relation To Places of Worship. *Tourism and Hospitality Planning and Development*, 1(2), 173-186.
- World Tourism Organization (2020), *International Tourism Highlights, 2020 Edition*, UNWTO, Madrid.
- World Tourism Organization (2021). *World Tourism Barometer, Eylül 2021*. UNWTO, 19(5).
- Yağbasan, K. (2013). *Malatya Efsaneleri*. Malatya Valiliği: Malatya Kitaplığı Yayınları.
- Yazıcıoğlu, M. (2013). İnançın Sosyal Mekana Yansıması: İmam Zeynel Abidin Türbesi Örneği, *Geçmişten Günümüze Alevilik 1.Uluslararası Sempozyumu*, 03-05 Ekim 2013, 753-779, Bingöl.
- Yılmaz, B., Sarıcam, S., Aslan, F. ve Atik, A. (2014). Landscape Characteristics of Battalgazi Archaeological and Historical Settlement in Malatya, Turkey, Its Protection Problems and Solutions. *Journal of Environmental Protection and Ecology*, 15(3), 1181-1190.
- Yılmaz, G., Erdiç, S. B. ve Küçükali, S. (2013). İnanç Turizmi Çerçevesinde Antalya Destinasyonunun İncelenmesi: Dinler (Hoşgörü) Bahçesi Örneği, *International Conference on Religious Tourism and Tolerance*, 9-12 Mayıs 2013, 1041-1055, Konya.
- Zaman, M. (2005). Türkiye'nin Önemli İnanç Turizmi Merkezlerinden Biri: Sumela (Meryemana) Manastırı. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 1-24.
- Zhang, Y. (2012). *The Effects of Superstition as Destination Attractiveness on Behavioral Intention* (Yüksek Lisans Tezi). Virginia Polytechnic Institute and State University.