

İnanç turizmi mirasının kültür turizmi arzı içindeki payı, Mersin örneği; İstanbul'daki seyahat acentalarının tur katalogları üzerinden bir değerlendirme

The share of faith tourism heritage in the supply of cultural tourism, the case of Mersin; an evaluation on the tour catalogs of travel agencies in Istanbul

A. Vahap Altürk¹, Burhan Çınar^{2*}, Abdülcelil Çakıcı³

¹Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü vahapalturk@gmail.com, 0000-0002-7509-4166

²Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, burhancinar@mersin.edu.tr, 0000-0002-0778-4050

³Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, celilcakici@gmail.com, 0000-0002-9192-1969

MAKALE BİLGİSİ ARTICLE INFO

Araştırma / Research Article

Anahtar Kelimeler:
İnanç turizmi, Kültür turizmi, Mersin

Key Words:
Faith tourism, Heritage tourism, Mersin

Gönderme Tarihi / Received Date:
08.12.2023

Kabul Tarihi / Accepted Date:
11.04.2024

Yayımlanma Tarihi / Published Online:
30.06.2024

DOI:
[10.53601/tourismandrecreation.1402223](https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1402223)

ÖZET

Türkiye, İslam ve özellikle erken Hristiyanlık inancının somut ve somut olmayan kültürel mirasına sahip olan önemli yerleşim alanlarını sınırları içerisinde bulundurmaktadır. Bu inanç mirası alanları, her iki inançtan kişiler ve gruplar için oldukça önemli olup hem inanç turizmi hem de kültür turizmi bağlamında ziyaretçi çekebilmektedir. Bu çalışmanın amacı öncelikle Türkiye'nin sahip olduğu inanç mirası arzının kültür turizmi içerisindeki payını, sonrasında farklı niteliklere sahip inanç mirasının, inanç turizmi içerisindeki payını; Türkiye'de inanç turizmi koridorunun başlangıç noktası olarak belirlenen Mersin örneği özelinde seyahat acentalarının tur katalogları üzerinden incelemektir. Bu amaç ile İstanbul merkezli A grubu 29 seyahat acentasının tur katalogları içerik analizi ile incelenmiştir. Bulgulara göre inanç turlarının kültür turlarına oranının %4,8 gibi çok düşük seviyelerde kaldığı tespit edilmiştir. İnanç mirası alanlarının kültür turlarında en çok kullanıldığı bölge Güneydoğu Anadolu Bölgesi olarak belirlenmiştir. Ayrıca inanç turlarında en çok kullanılan miras alanlarının sırasıyla Hristiyanlık, Musevilik ve İslam dinlerine ait olduğu tespit edilmiştir. İnanç turlarında kültür mirası alanlarının da yoğunlukla tur programlarına dâhil edildiği ortaya konmuştur. Son olarak Mersin'deki inanç mirası alanlarının incelenen turlarda kullanımının oldukça düşük düzeyde kaldığı tespit edilmiştir.

ABSTRACT

Türkiye possesses a wealth of tangible and intangible cultural heritage within its borders, encompassing both Islamic and, notably, early Christian settlements. These faith-based heritage sites hold profound significance for individuals and groups of both faiths, potentially attracting visitors engaged in faith tourism and cultural tourism alike. This study aims to investigate, firstly, the proportion of Türkiye's faith heritage offerings within the broader realm of cultural tourism, and secondly, to delve into the specific utilization of faith heritage sites with varying characteristics within faith tourism through the tour catalogs of travel agencies in the case of Mersin which designated as the starting point of Turkey's faith tourism corridor. To achieve this objective, the content of tour catalogs from 29 Istanbul-based Group A travel agencies was meticulously analyzed. The findings reveal a rather low ratio of faith tours to cultural tours, standing at a mere 4.8%. Notably, the Southeastern Anatolia Region emerged as the area where religious heritage sites are most frequently incorporated into cultural tours. Furthermore, the study identified Christianity, Judaism, and Islam as the faiths whose heritage sites are most commonly featured in faith tours. Interestingly, it was observed that cultural heritage sites are extensively integrated into the itineraries of faith-based tours. Finally, the analysis disclosed a limited use of Mersin's religious heritage sites within the examined tour products.

1. Giriş

İnanç gereği seyahat etmek, en erken turizm hareketleri arasında sayılmaktadır (Munro, 2017). Bireylerin inançlarının güçlü bir geri planını oluşturan sembolleri, mekânları, yapıları görmeye ve onların bulunduğu yerlerde ibadet etmeye yönelik bu bireysel ve kolektif seyahat deneyimleri, bugün hâlâ milyonlarca insanı uluslararası seyahatlere yönlendirmektedir. Bir inanca ait miras alanları sadece o dinin mensupları tarafından değil, farklı inançlardan olan insanlar tarafından da çeşitli amaçlarla ziyaret edilmektedir. Bu miras alanları, özellikle kültür turizmi bağlamında sıklıkla ziyaret

edilmektedir. Dolayısıyla bu açıdan bakıldığında turizm destinasyonları sahip oldukları inanç mirası arzını, sadece o inancın mensuplarına değil, aynı zamanda bu mirası görmek isteyen diğer insanlara da sunmaktadır. Bu durumun, inanç mirası alanlarının turizm arzı içinde aldığı payı artırması beklenmektedir.

Future Market Insights (2023) raporuna göre inanç turizminin turizm arzı içerisindeki payının 2033 yılına kadar 40,92 milyar Amerikan dolarına erişmesi öngörülmektedir. Aynı rapor 2023 yılı sonunda payın 15,07 milyar dolara ulaşmasını öngörmüşken, bunun gerçekleşip gerçekleşmediğine dair bilgi

bulunmamaktadır. Dolayısıyla rapor 10 yıllık süreçte yıllık yaklaşık 1,5 milyar dolarlık artış öngörmektedir. Buna ek olarak rapora göre inanç turizmi, küresel turizm pazarı gelirlerinin yaklaşık %3 ile %5 arasındaki payını oluşturmaktadır. Dolayısıyla inanç mirası alanlarının kültür turizmi içerisindeki önemli etkisi de göz önüne alındığında, inanç turizmi mirası destinasyonlar için önemli bir rekabet unsuru olmaktadır. Destinasyonlar için rekabet unsuru olan turistik çekiciliklerin potansiyel talebe ulaşmasında günümüzde her ne kadar geleneksel olmayan araçlar (sosyal medya, seyahat uygulamaları vb.) güçlenmeye başlamışsa da arz ve talep arasındaki geleneksel kuruluşlar olan seyahat acentaları hâlâ oldukça güçlü konumdadır. Seyahat acentaları, kendi programlarına dâhil ettikleri turistik çekiciliklerin turistlere sunulması ve onların tüketilmesi konusunda büyük bir etkiye sahiptir. Dolayısıyla kültür turizmi ve inanç turizmi özelinde destinasyonun sahip olduğu inanç turizmi mirasının seyahat acentalarının tur kataloglarında ve tur programlarında yer alması, destinasyonun belirtilen turizm pazarı içerisinde aldığı payı artırmaktadır. Bu bağlamda belirli destinasyonlarda faaliyet gösteren seyahat acentalarının tur kataloglarının inanç mirası açısından incelenmesi, o destinasyonun inanç turizmi arzının gücünü ve bu arzın toplam arz içerisindeki payını da ortaya koyabilecektir.

Türkiye Turizm Stratejisi 2023'e göre; Mersin, Türkiye'deki inanç turizmi koridorunun başlangıç noktası olarak ele alınmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022a). Çalışma dar kapsamda Mersin'in, geniş kapsamda ise Türkiye'nin sahip olduğu inanç mirası arzının kültür ve inanç turizmi içerisindeki payını, seyahat acentalarının tur katalogları üzerinden incelenmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç çerçevesinde İstanbul'daki A grubu seyahat acentalarının kültür turu ve inanç turu katalogları incelenmiş olup öncelikle Türkiye'deki inanç mirası alanlarının yurt içi kültür turları içerisindeki payı belirlenmiş, sonrasında bu işlem Mersin'deki inanç turizmi arzı bağlamında tartışılmıştır. Seyahat acentalarının inanç turu kataloglarının incelenmesiyle de Türkiye'deki farklı niteliklere sahip inanç mirası alanlarının toplam arz içerisindeki temsil payı belirlenmiştir. Dolayısıyla bu yönüyle bakıldığında çalışmanın özeldir Mersin ve genel olarak Türkiye'deki diğer inanç destinasyonlarının hem kültür hem de inanç turizmi pazarındaki konumlarını görebilme, buna bağlı olarak arzın pazar içerisindeki payını güçlendirecek öneriler geliştirme potansiyeli bulunmaktadır. Çalışmanın amaçları ve hedeflerine uygun olarak araştırma soruları aşağıdaki gibi tasarlanmıştır:

- İnanç turu programlarının kültür turu programlarına oranı nedir?
- İnanç mirası alanlarının kültür turu programları içerisindeki temsil payı nedir?
- Farklı inançlara ait mirasın inanç turu programları içerisindeki temsil payı nedir?

2. Kavramsal Çerçeve ve İlgili Alan Yazın

2.1. İnanç Mirası ve Kültür Turizmi

İnanç mirası, kültür turizminin önemli bileşenlerinden bir tanesidir. Kültür turizmi ürününün tasarımında önemli bir yere sahip olmasının yanında, temsili hedeflenen din ile ilişkili

kültür, tarih ve inanışları deneyimlemek isteyen ziyaretçileri çekmektedir (Simone-Charteris & Stephen, 2010). Hem doğal hem de inşa edilmiş inanç mirası alanları, pazarlama girişimleriyle turistik alanlara dönüştürülmekte ve niteliklerini oluşturan anlamlarında bir dönüşüm meydana gelmektedir. Böylelikle bu alanlar, inanç alanı olmanın dışında boş vakit etkinlik alanı hüviyeti de kazanmaktadır (Olsen, 2003). Kültür turistleri, entelektüel merak, mimari veya doğal harikalara hayranlık ve otantik deneyim arayışı gibi çeşitli nedenlerle inanç mirası alanlarını ziyaret etmektedir (Simone-Charteris & Stephen, 2010). İnanç mirası alanlarının ziyaretçi kitlesinin bir kısmını kültür turistleri oluştursa da bu alanların asıl hitap ettiği kesim öncelikle, eğer bu yaşayan bir dinse, inancın mensuplarıdır. Dolayısıyla inanç mirası alanları farklı nitelikteki kitleleri kendine çekebilmektedir. Bu yüzden inanç mirasının hem inanç turizmi kapsamında hem de kültür turizmi kapsamında temsil payının güçlendirilmesi, bölgesel kalkınmaya katkıda bulunma ve toplumlar arasındaki kültürel farklılıklar arasında köprü kurma potansiyelini kuvvetlendirmektedir (United Nations World Tourism Organization, 2015: 7-14). Ne var ki inanç mirasının metalaştırılması ile kutsallığının ve dinî uygulamaların daha derin anlamlarının ve sosyal işlevlerinin korunması arasında bir denge kurulması önemlidir (González-González & Fernández-Álvarez, 2022). Nihayetinde inanç mirası, bir destinasyonun tarihi ve kültürüne dair eşsiz deneyimler ve içgörüler sunarak kültür turizmine değer katmaktadır.

Hususa ilişkin alan yazın inanç mirasının esas itibarıyla kültür turizminin ayrılmaz bir parçası olduğunu göstermektedir. Vorzsak ve Napoca (2009) inanç turizminin kültür turizminin esas bileşenlerinden biri olduğunu vurgulamakta ve inanç alanlarını ziyaret etmenin eğitsel ve kültürel yönlerinin altını çizmektedir. Jackson ve Hudman (1995), bir kültür turizmi biçimi olan katedral ziyaretlerinin ziyaretçilerde genellikle manevi duyguları harekete geçirdiğini belirterek bu görüşü doğrulamaktadır. Aulet ve Vidal (2018) inanç mirası alanlarının asırlık değerleri aktarabildiğini ve dinî değer ile anıtsal değer arasındaki ilişkiyi yansıttığını vurgulayarak inanç mirasının kültür turizmi deneyiminin zenginleştirilmesinde ve bir ürün olarak tasarımında etkin rolünü detaylandırmaktadır. İnanç mirasının kültür turizmi talebindeki rolü de ortaya konmuştur. Şehir merkezindeki önemli kiliselerin restorasyonunda, yeniden açılmasında ve sergilenmesinde önemli rol oynamış olan Napoli'deki Oltre il Chiostro Derneği, yönetimleri altındaki miras alanlarına yönelik ziyaretçi talebi üzerine bir çalışma yürütmüş ve ziyaretçilerin çoğunun kiliseleri dinî nedenlerden ziyade kültürel nedenlerle ziyaret eden kültür turistleri olduğunu ortaya koymuştur (Presti & Petrillo, 2010). Benzer bulgular Türkiye'deki inanç mirasına ilişkin çalışmada da tespit edilmiştir. Van'daki Akdamar Adası'nı ziyaret edenlere yönelik yapılan bir çalışmada katılımcıların yalnızca %14,1'i ziyaretlerinin asıl sebebinin dinî gereklilik olduğunu belirtmiştir (Alaeddinoğlu & Okudum, 2015 s.551). Diğer katılımcıların ziyaret motivasyonlarının ise merak ve ilgi (%33.7), araştırma ve çalışma (%19.6), atalarının geçmişine tanıklık etme (%23.9) ve rekreasyon (%5.40) olduğu bulunmuştur. Nyaupane vd. (2015) ise Budist inanç alanlarını ziyaret edenlerin motivasyonlarını spiritüel, rekreasyonel, öğrenme ve sosyal olmak üzere dört kategori altında

toplamaştır. Bununla beraber Sharpley ve Sundaram'a (2005) göre turistler seküler merak gibi motivasyonlarla seyahate çıksalar dahi edindikleri deneyimlerde farklı yoğunluklarda manevi tatmin yaşamaktadır.

Ürün tasarımı ve talebe etkisi gibi konuların dışında inanç mirası, bu miras alanlarına ekonomik katkı sağlayarak mirasın sürdürülebilirliğini de sağlamaktadır. Dinî mekânlardaki turist faaliyetleri, inanç kurum ve kuruluşları için önemli bir gelir kaynağı oluşturmakta, onarım ve bakım için fon sağlamaktadır (Woodward, 2004). İnanç mirasının turizm açısından ekonomik faydasına farklı bir açıdan yaklaşan Jaelani vd. (2016) kültür mirasıyla beraber yaratıcı ekonominin ve turizm sektörünün gelişimi açısından önemli sonuçlar doğurduğunu göstermektedir. Bu bulgular, inanç mirasının kültür turizmine mühim açılardan katkıda bulunduğunu ve kültür turizmi ürünlerinin tasarımı ve bunlara yönelik talebin yapısında belirleyici bir payının olduğunu göstermektedir. Alan yazının da vurguladığı üzere inanç mirası alanlarının kültür turları içerisindeki temsil payı; inanç mirası alanlarının tanıtımına katkıda bulunmanın ve sürdürülebilirliğini sağlamanın yanı sıra, kültür turu deneyiminin zenginleşmesini de sağlayan asli bir unsurdur. Dolayısıyla inanç mirası arzının kültür turu ürünleri içerisindeki temsil payının ortaya konulması kültür turu ürününün tasarımındaki zafiyetlerin tespitini de sağlayabilme potansiyelindedir.

2.2. Mersin'de İnanç Turizmi

Anadolu, semavi dinler açısından tarihte önemli gelişmeler olduğu bir coğrafya olup önemli inanç mirası alanlarını içinde barındırmaktadır. Dinî merkezlerin ve yapıların zenginliği, Anadolu'ya inanç turizmi açısından önemli bir destinasyon olma niteliği kazandırmıştır. Günümüzde bu inanç merkezleri her yıl kitleler tarafından ziyaret edilmektedir. İnanç turizmi açısından zengin kaynakların varlığı ülke turizm yapılanmasında etkili olmuştur. Kültür ve Turizm Bakanlığı ülke çapında inanç turizminin geliştirilmesi amacıyla 1993 yılında çalışmalara başlamıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022b). Türkiye Turizm Stratejisi 2023 incelendiğinde 7 önemli tematik turizm gelişim koridorlarından bir tanesinin inanç turizmi odaklı belirlendiği görülmektedir. Önemli eski çağ medeniyetlerinin yerleşim alanı olan Suriye, Filistin ve Mısır'ın Anadolu'nun diğer kısımlarına bağlanmasında bir geçiş güzergahı olan Kilikya, bu özelliğinden dolayı Ortadoğu'da ortaya çıkmış İslam ve Hristiyanlık dinlerinin zengin inanç mirasına sahiptir. Kilikya'da ya da şimdiki ismiyle Çukurova Bölgesi'nde inanç mirasının yoğunlaştığı yerlerden olan Tarsus ve Silifke, Mersin ilinin sınırları içerisinde kalmaktadır. Özellikle erken Hristiyanlık dönemine ait inanç mirasının yoğunlaştığı Tarsus, Türkiye Turizm Stratejisi 2023 içerisinde tasarlanan inanç koridorunun başlangıç noktası olarak belirlenmiştir. Tarsus'tan başlayan inanç koridoru Hatay, Gaziantep, Şanlıurfa ve Mardin yörelerini kapsamaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022a). Dolayısıyla bu sene 10. yılını tamamlayan inanç koridorunun başlangıç noktasının kültür ve inanç turlarında sahip olduğu temsil payını ortaya çıkarmak, planlama ve uygulama arasındaki tutarlılığı göstermesi bakımından önemli bir husustur. Çalışma için özelde Mersin'in seçilmesinin

nedeni budur. Ulusal turizm stratejisinin içerisinde yer almasının dışında Mersin ili sahip olduğu inanç mirası açısından bölgesel stratejilerde de inanç turizminin kritik alanlarından biri olarak görülmüştür. Çukurova Kalkınma Ajansı'nın farklı tarihlerde yapmış olduğu bölgesel stratejiler, Türkiye Turizm Stratejisi 2023'e benzer şekilde Mersin'deki inanç mirasını bölgesel ve bölgeyi aşan inanç turizminin rotasının başlangıç noktası olarak görmekte (Çukurova Kalkınma Ajansı, 2022a: 59-60); Hatay ve Kapadokya gibi önemli inanç mirası alanlarına yakın olmasının oluşturduğu güçlü yön üzerinde durmaktadır (Çukurova Kalkınma Ajansı, 2022b: 132).

İnanç turizmi Mersin'in sahip olduğu oldukça güçlü bir turizm çeşidi olarak görülmesinin yanı sıra, ulusal ve bölgesel stratejilerin içerisinde uzun yıllardır yer almaktadır. Buna rağmen Mersin'in sahip olduğu turizm arzı içerisinde sürekli olarak kıyı ve kültür turizminden sonra gelmektedir. Üstelik seyahat acentelerinin pazara sunmuş olduğu ürünler arasında kendine kültür turizmi içerisinde yer bulmaktadır. Bu durum, Mersin'deki inanç turizmi miras alanlarının ziyaretçi istatistiklerinde de kendini ortaya koymaktadır. Mersin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün idaresinde bulunan ören yerlerinin 2022 yılının ilk yedi ayına ilişkin ziyaretçi istatistikleri incelendiğinde; 18 ören yerini toplam 352.219 kişinin ziyaret ettiği görülmektedir. Bu ören yerleri içerisinde inanç mirası alanı olan St. Paul Anıt Müzesi, St. Paul Kuyusu, Alahan Manastırı ve Ayatekla Ören Yeri'ni 38.409 kişi ziyaret etmiştir. Bu toplam ziyaretçi sayısının ancak yaklaşık %10,9'una denk gelmektedir (Mersin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022b).



Görsel 1. Alahan Manastırı

Kaynak: Türkiye Kültür Portalı, 2023

Aziz Pavlus gibi Hristiyan inancının kurucu figürlerinden birisinin doğduğu ve yaşadığı yer olmasına, Yeni Ahit içerisinde zikredilmesine, Hatay gibi önemli bir Hristiyan inanç mirasına yakın bir nokta olmasına ve ulusal/bölgesel turizm stratejilerinde vurgulanan öneme rağmen, bu ziyaretçi oranı oldukça düşük düzeyde kalmaktadır.

Mersin'in inanç mirası alanlarından sadece iki tanesi giriş ücreti almaktadır. Alahan Manastırı ve Ayatekla Ören Yeri, ücretsiz ziyaret edilebilen yerlerdir. Diğer taraftan ücretli ziyaret edilen inanç mirası alanlarının (St. Paul Anıt Müzesi, St. Paul Kuyusu) sadece 2022 yılı temmuz ayına ilişkin ziyaretçi sayısı ile benzer konumda olan bir kültür mirası

alanın (Cennet-Cehennem Ören Yeri) ziyaretçi sayısı karşılaştırıldığında makas daha da açılmaktadır. Bahsedilen dönemde Cennet Cehennem Ören Yeri'nin toplam ziyaretçi sayısı (47.925), St. Paul Anıt Müzesi ve St. Paul Kuyusu toplam ziyaretçi sayısının (3.673) neredeyse 13 katıdır (Mersin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022b). Dolayısıyla bu istatistik bile inanç turizmi koridorunun başlangıç noktası olarak belirlenen Mersin'de inanç turizminin hâlâ hak ettiği payı almadığını göstermektedir. Söz konusu inanç mirası alanları Hristiyanlık inancına ait miras alanlarıdır. Mersin ayrıca İslam inanç mirasının da oldukça zengin olduğu bir ildir. Özellikle Tarsus'ta yoğunlaşan bu miras Eshab-ı Kehf Mağarası, Danyal Peygamber Makamı, Bilal-Habeş Makamı ve Mescidi, Tarsus Ulu Cami içerisinde Hz. Şit ve Lokman Hekim Makamı, Halife Memun'un kabri gibi İslam dinine ait önemli ve zengin miras alanlarını barındırmaktadır. İslam inanç mirasına ait bu yerler, ücretsiz ziyaret edildiği için ziyaretçi istatistikleri bulunmamaktadır.

Mersin'in inanç turizmiyle ilgili çalışmalarda, Eshab-ı Kehf Mağarası, Alahan Manastırı, Aziz Pavlus Kuyusu ve Kilisesi gibi inanç merkezlerinin inanç turizmi potansiyeline sahip olduğu, ancak yeterli düzeyde değerlendirilemediği belirtilmektedir (Akdağ vd., 2014; Aktaş vd., 2013; Başçı, 2011; Erçolak vd., 2019; Kökşen, 2020; Levent ve Uçar 2018; Şaman, 2009). Erçolak vd. (2019)'ye göre Tarsus deniz turizmi imajı ile bilinen Mersin'in etkisinde kaldığı için inanç turizminde yeterince değerlendirilememiştir.



Görsel 2. Aya Tekla Manastırı
Kaynak: Türkiye Kültür Portalı, 2021

Mersin'e inanç turizmi kapsamında gelen turistlerin en çok ziyaret ettiği yer Aziz Pavlus Kuyusu ve Aziz Pavlus Kilisesiyken, Mut'ta bulunan Alahan Manastırının ise daha az ziyaret edildiği belirtilmektedir (Şaman, 2009, s.84). Öte yandan Mersin'e deniz yoluyla gelen ziyaretçilerin sadece Tarsus'u ziyaret edip ayrıldıkları belirtilmektedir (Şaman, 2009: 84). Bu çalışmalardan Mersin'de inanç turizminde Tarsus'un güçlü bir potansiyelinin olduğu anlaşılmaktadır.

Tarsus'un inanç turizmi kapsamında SWOT analizinin yapıldığı bir çalışmada güçlü yönler olarak, Kilikya'nın başkenti olması, Stoacılığın merkezi olması, üniversite merkezi olması, kentteki hoşgörü ve çoğulculuk, dine dayalı tarihi ve kültürel değeri, Eshab-ı Kehf mağarasının bulunması gibi etmenler vurgulanmıştır. Söz konusu çalışmada özgün

mimari eksikliği, kazı çalışmalarının olmayışı, Tarsus'un tur programlarına eklenmemesi, konaklama, kaynak ve tanıtım alanındaki eksikliklerin kentin inanç turizmi potansiyelinin değerlendirilmesindeki başlıca zayıflıklar olduğu belirtilmiştir (Kurar vd., 2015).

Mersin'e İnanç turizmi kapsamında gelen ziyaretçilerin profiline bakıldığında eğitim düzeylerinin yüksek olduğu, seyahat konusunda bilinçli oldukları ve genelde kapalı gruplar şeklinde seyahat ettikleri belirtilmektedir (Şaman, 2009). Aziz Pavlus evini ziyaret eden yabancı turistlerin büyük çoğunluğunun Hristiyan Katolik mezhebine bağlı olduğu bildirilmiştir. Tarsus'a gelen ziyaretçilerin çoğunluğunun günübirlik geldiği ve çoğunlukla organize turlarla geldiği belirtilmiştir (Başçı, 2011).

3. Yöntem

Türkiye'deki inanç mirası alanlarının kültür turizmi içerisindeki payını değerlendirmeyi amaçlayan bu çalışmada, nitel araştırma desenlerinden olgubilim deseninden yararlanılmıştır. Olgubilim, farkında olunan lakin anlaşılması zor olguları odağına almaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2016: 78). Çalışmanın verileri doküman incelemesi yoluyla elde edilmiştir. Bu amaçla kültür turizmi pazarının en büyüğü olan İstanbul'daki A grubu seyahat acentalarının tur katalogları incelenmiştir. Seyahat acentalarının tur kataloglarına ilişkin verilere seyahat acentalarının web sitelerinden ulaşılmıştır.

Araştırmaya veri elde edilmesi için öncelikle İstanbul'daki A grubu seyahat acentalarının listesine ulaşılmıştır. Bu listeye ulaşmak için Kültür ve Turizm Bakanlığının web sitesinde Yatırım İşletmeleri Genel Müdürlüğü kısmından yararlanılmıştır. Bu kısımda yer alan arama motoruna göre listenin incelendiği 1-14 Ağustos 2022 tarihleri arasında belge durumu geçerli olan İstanbul'daki A grubu seyahat acentalarının sayısı 4.702'dir (Yatırım İşletmeleri Genel Müdürlüğü, 2022).

İstanbul'daki A grubu seyahat acentaları evreni içerisinden amaçlı örnekleme tekniklerinden maksimum çeşitlilik örneklemesinden yararlanılmıştır. Bu teknikte amaç "çeşitlilik gösteren durumlar arasında herhangi ortak ya da paylaşılan olguların olup olmadığını bulmaya çalışmak ve bu çeşitliliğe göre problemin farklı boyutlarını ortaya koymaktır. Böyle bir araştırma sonucunda ortaya çıkabilecek bulgular ve sonuçlar herhangi başka bir yöntemle ulaşılan sonuçlara oranla daha zengin olabilmektedir" (Yıldırım & Şimşek, 2016, s.137).

Yatırım İşletmeleri Genel Müdürlüğü kısmındaki arama motorunun listesinin sağlamış olduğu 4.702 acentanın içerisinden 180 A grubu seyahat acentası çevrim içi ortamda araştırılmış ve web sitesine ulaşılanların; öncelikle tur kataloglarını paylaşmış paylaşmadıkları incelenmiştir. Tur kataloglarını paylaşmış 29 A grubu seyahat acentasının İstanbul çıkışlı kültür turları değerlendirmeye alınmıştır. Tur kataloglarına ulaşılan acentaların eğer varsa inanç turizmi turları da incelenmiştir. Eğer seyahat acentasının kültür turu sayısı fazlaysa, seyahat acentasının kültür turlarının listelendiği web sayfasında iki filtre kullanılmıştır; 1. kesin hareketli turlar, 2. Eylül-Ekim 2022 turları. Bu iki filtrenin kullanılması sebebi, listelenen turların farklı tarihlerdeki yeniden görünmesini engelleyerek oluşabilecek veri

karmaşıklığını ve tekrarını ortadan kaldırmaktır.

Tur kataloglarına ulaşılmış olan 29 A grubu seyahat acentasının öncelikle kültür turları, sonrasında inanç turları içerik analizine tabi tutulmuştur. “İçerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamaktır” (Yıldırım & Şimşek, 2016, s.242). Araştırmada geçerliliği sağlamak için tur katalogları araştırmayı yürüten iki araştırmacı tarafından farklı zamanlarda ayrı ayrı içerik analizine alınmıştır. Farklı zamanlarda yapılan analizlerde elde edilen bulguların yüksek düzeyde benzerlik göstermesi araştırmanın geçerliliğini sağlayabilmede kullanılan tekniklerden biridir (Creswell & Poth, 2018).

Tablo 1: Seyahat Acentalarının İstanbul Çıkışlı Yurtiçi Kültür Turlarına İlişkin Bilgiler

Acenta No	Yurtiçi Tur Sayısı		Acenta No	Yurtiçi Tur Sayısı	
	Kültür Turu	İnanç Turu		Kültür Turu	İnanç Turu
1	6	0	16	13	0
2	20	0	17	17	1
3	27	0	18	4	0
4	12	0	19	12	2
5	4	2	20	7	0
6	14	5	21	3	0
7	13	0	22	9	0
8	5	0	23	9	0
9	10	3	24	10	0
10	7	0	25	13	2
11	7	0	26	13	1
12	4	0	27	25	0
13	6	0	28	24	0
14	7	0	29	20	0
15	10	0	Toplam	331	16
			Ortalama	11.4	2.3

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

4. Bulgular

Araştırmada yapılan içerik analizi sonucunda elde edilen bulgular, İstanbul çıkışlı kültür turlarına ilişkin bilgiler, inanç mirası alanlarının kültür turu programları içerisindeki payı, inanç mirası alanlarının inanç turu programlarındaki payı olmak üzere üç başlık altında verilmiştir.

4.1. İstanbul Çıkışlı Kültür Turlarına İlişkin Bilgiler

Seyahat acentalarının kayıtlı unvanları kullanılarak çevrim içi arama motorlarından 180 A grubu seyahat acentası için tarama yapılmıştır. Web sitesine ve web sitesinde bulunan tur kataloglarına ulaşılmış 29 A grubu seyahat acentasının İstanbul çıkışlı yurt içi kültür turlarına ilişkin sayılar Tablo 1’de sunulmaktadır.

Tablo 1’de elde edilen verilerde görüldüğü üzere değerlendirmeye alınan 29 A grubu seyahat acentasının web sitesinde toplamda 331 yurt içi kültür turuna rastlanmıştır. 29 seyahat acentasının web sitesinde bulunan yurt içi kültür turlarının sayısının ortalaması ise 11.4 olarak tespit edilmiştir. Diğer taraftan değerlendirmeye alınan 29 acentanın sadece 7 tanesinde inanç turlarına rastlanmıştır. İnanç turu sunan 7 seyahat acentasının sunduğu toplam inanç turu sayısı ise 16 olup acenta başına ortalaması 2.3’tür. Değerlendirmeye alınan

29 acentanın inanç turu sayısının ortalaması .5 olarak tespit edilmiştir. Diğer taraftan 29 seyahat acentasının sunduğu inanç turlarının yurt içi kültür turlarına göre oranına

Tablo 2. İnanç Mirası Alanlarının Kültür Turu Programları İçerisindeki Sıklık Oranları

Coğrafi Bölge	İnanç Mirası Alanı	f	Birikimli	%	Birikimli %
Akdeniz	St. Piyer Kilisesi	5		55.5	
	Aziz Nikola Kilisesi	1		11.1	
	Aziz Simon Manastırı	1	9	11.1	7.2
	St. Paul Kuyusu	1		11.1	
	Alahan Manastırı	1		11.1	
Doğu Anadolu	Akdamar Kilisesi	5		83.3	
	Ağrı Dağı (Nuhun Gemisi)	1	6	16.6	4.8
Güneydoğu Anadolu	Deyrulzafaran Manastırı	9		25.7	
	Bahıklıgöl	12		34.2	
	Mor Gabriel Manastırı	8		22.8	
	Eyüp Peygamber Makamı	3	35	8.57	28
	Meryem Ana Süryani Kilisesi	1		2.8	
	Mor Yuhanna Kilisesi	1		2.8	
	Veysel Karani Türbesi	1		2.8	
	Meryem Ana Evi	13		48.1	
	St. John Bazilikası	6		22.2	
	Sardes Sinagogu	4		14.8	
Ege	İzmir Beth İsrail Sinagogu	2	27	7.4	21.6
	Philadelphia (Alaşehir)	1		3.7	
	Aziz Polikarp Kilisesi	1		3.7	
	Mevlana Müzesi	10		31.2	
İç Anadolu	Göreme Açık Hava Müzesi	18		56.2	
	Hacıbektaş-ı Veli Türbesi	2	32	6.2	25.6
	Şems-i Tebrizi Türbesi	1		3.1	
	Selime Manastırı	1		3.1	
	Sümela Manastırı	13	13	100	10.4
Marmara	Edirne Büyük Sinagogu	1		33.3	
	Aziz Pontelemion Kilisesi (Bursa)	2	3	66.6	2.4

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 3. Farklı İnançlara Ait Mirasın İncelenen Tur Programlarına Göre Payı

Miras Kategorisi	Miras Alanı	f	Birikimli	%	Birikimli %
Hristiyan inancı mirası	Selçuk (Church of Ephesus)	8		9.41	
	İzmir (Church of Symrna)	7		8.24	
	Bergama (Church of Pergamon)	7		8.24	
	Salihli (Church of Sardes)	7		8.24	
	Alaşehir (Church of Philadelphia)	7		8.24	
	Denizli (Church of Laodicia)	8		9.41	
	Akhisar (Church of Thyateira)	7		8.24	
	St. John Bazilikası	6		7.06	
	Meryem Ana Evi	7	85	8.24	37.28
	Aziz Polikarp Kilisesi	1		1.18	
	Aziz Philippus Martyrionu	4		4.71	
	Göreme Açık Hava Müzesi	3		3.53	
	Yalvaç	3		3.53	
	Tarsus	1		1.18	
	St. Paul Kuyusu	2		2.35	
	Derbe (Karaman)	3		3.53	
Hatunsaray (Lystra)	3		3.53		
St. Piyer Kilisesi	1		1.18		
İslam inancı mirası	Yeşil Cami	1		9.09	
	Yeşil Türbe	1		9.09	
	Eyüp Sultan Camii	1		9.09	
	Mevlana Müzesi	3	11	27.27	4.82
	Alaattin Tepesi ve Camisi	1		9.09	
	Selimiye Camii	1		9.09	
Musevi inancı mirası	Mevlana Müzesi	3		27.27	
	Neve Şalom Sinagogu	3		10.7	
	Aşkenaz Sinagogu	3		10.7	
	Ahrida Sinagogu	3		10.7	
	Balat Or-Ahayim Hastanesi	1		3.5	
	500. Yıl Vakfı Türk Musevileri Müzesi	1		3.5	
	Etz-Ahayim Sinagogu	1		3.5	
	Zülfaris Sinagogu	1		3.5	
	Beth İsrail Sinagogu İstanbul	2		7.1	
	Signora Sinagogu	1		3.5	
	Havra Sokağı	1	28	3.5	12.28
	Dairo Moreno Sokağı	1		3.5	
	Sardes Sinagogu	2		7.1	
	Kadıköy Hemedat İsrail Sinagogu	1		3.5	
	Kuzguncuk Beth-Yaakov Sinagogu	1		3.5	
	İtalyan Sinagogu	1		3.5	
	İzmir Beth İsrail Sinagogu	1		3.5	
	İzmir SaarAsamayim Sinagogu	1		3.5	
	İzmir Berko-Holim Sinagogu	1		3.5	
İzmir EtzHayim Sinagogu	1		3.5		
İzmir Şalom Sinagogu	1		3.5		
Bahailik inancı mirası	Edirne Bahauallah Evi	1	1	100	0.43

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

bakıldığında %4.8 gibi oldukça düşük düzeyde bir oran çıkmaktadır. Bu veriler, seyahat acentalarının inanç turlarına olan düşük ilgilerini ortaya koymaktadır.

4.2. İnanç Mirası Alanlarının Kültür Turu Programları İçerisindeki Payı

Seyahat acentalarının kültür turu programları içerisindeki inanç mirası alanlarının sıklık oranları incelenirken, turizm arzı içerisinde kültür mirası için kullanımları inanç mirası kullanımına göre daha ağır basan miras alanları (örneğin Ayasofya, Sultan Ahmed Cami, Trabzon Ayasofya Müzesi gibi) değerlendirme dışı bırakılmıştır. İkincisi özellikle Beylikler döneminden itibaren başlayarak inşa edilmiş olan Türk İslam eserleri (cami, külliye, medrese, şifahane gibi) miras alanları da değerlendirme dışı bırakılmıştır. Üçüncüsü yoğun bir kültürel miras alanının içerisinde kalan alanlar da (Ani harabeleri arasında kalan inanç mirası alanları gibi)

değerlendirme dışı bırakılmıştır. Bu ilk üç filtrenin kullanımın temel sebebi; bu miras alanların inanç mirası niteliğinin acentalar tarafından kültür turları içerisinde çok sıklıkla kullanılmasından dolayı silikleşmesidir. Kısaca bu miras alanlarının seyahat acentaları tarafından kullanımında inanç mirası niteliği değil kültür mirası niteliği ağır basmaktadır. Ayrıca Balıklıgöl (Şanlıurfa) ve etrafındaki inanç mirası alanları (İbrahim Peygamber Makamı, Ayn Zeliha Gölü, Rızvaniye Cami vb.) Balıklıgöl kodu altında toplanmıştır.

Son filtrenin temel amacı ise tur kataloglarında dağınık ve düzensiz şekilde kullanılan bu alanların daha sistematik bir şekilde incelemesini kolaylaştırmaktır. Tablo 2, 29 seyahat acentasının kültür turu programlarında en sık tekrarına rastlanan inanç mirası alanlarını göstermektedir.

Türkiye'deki coğrafi bölgelere göre inanç mirası alanlarının kültür tur programlarında tekrarlanma sıklığını gösteren

Tablo 3. Farklı İnançlara Ait Mirasın İncelenen Tur Programlarına Göre Payı (Devamı)

Miras Kategorisi	Miras Alanı	f	Birikimli	%	Birikimli %
Kültür Mirası	Ortahisar	2		1.94	
	Kaymaklı Yeraltışehri	2		1.94	
	Aksaray Sultanhanı	2		1.94	
	Milet Örenyeri	4		3.88	
	Assos	3		2.91	
	Truva	3		2.91	
	Kariye Cami	5		4.85	
	Beylerbeyi Sarayı	2		1.94	
	Antalya	1	103	0.97	45.17
	Perge	2		1.94	
	Aspendos Amfitiyatrosu	1		0.97	
	Pompeipolis	1		0.97	
	Kız Kalesi (Korykos)	1		0.97	
	Silifke	1		0.97	
	Didim Apollon Tapınağı	1		0.97	
	Ortaköy	1		0.97	
Dolmabahçe Sarayı	1		0.97		

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 2 incelendiğinde; İstanbul'daki A grubu seyahat acentalarının kültür turları içerisinde en fazla inanç mirası alanlarını bulduran bölge %28'lik bir oran ile Güneydoğu Anadolu Bölgesidir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki inanç mirası alanları arasında en sık tekrarına rastlanan inanç mirası alanı Balıklıgöl'dür (%34.2). Bunu sırasıyla Deyrulzafaran Manastırı (%25,7) ve Mor Gabriel Manastırı (%22.8) izlemektedir.

İstanbul'daki A grubu seyahat acentalarının kültür turları içerisinde Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nden sonra inanç mirası en fazla temsil edilen bölge İç Anadolu Bölgesi'dir (%25.6). İç Anadolu Bölgesi'ndeki inanç mirası alanları içerisinde ise en sık tekrar oranına Göreme Açık Hava Müzesi (%56.2) sahiptir, bunu sırasıyla Mevlâna Müzesi (%31.2) ve Hacı Bektaş Veli Türbesi (%6.2) takip etmektedir.

Örnekleme alınan seyahat acentalarının kültür turları içerisinde üçüncü sırada en yüksek temsiliyet oranını Ege Bölgesi'ndeki inanç mirası alanları (%21.6) bulundurmaktadır. Ege Bölgesi'ndeki inanç mirası alanları arasında en yüksek sıklık oranına sahip inanç mirası ise Meryem Ana Evi'dir (%48,1), bunu da sırasıyla St. John Bazilikası (%22.2) ve Sardes Sinagogu (% 14.8) izlemektedir. İstanbul'daki A grubu seyahat acentalarının kültür turları içerisinde en az temsiliyet düzeyi bulduran bölgeler ise sırasıyla Akdeniz Bölgesi (%7.2), Doğu Anadolu Bölgesi (%4.8) ve Marmara Bölgesi (%2.4) olmuştur. Mersin'deki inanç mirası alanları özelinde incelendiğinde ise yurt içi kültür turları içerisinde sadece birer defa tekrarına rastlanan St. Paul Kuyusu ve Alahan Manastırı bulunmaktadır.

4.3. İnanç Mirası Alanlarının Kültür Turu Programları İçerisindeki Payı

İstanbul'daki A grubu seyahat acentalarının İstanbul çıkışlı yurt içi kültür turlarının yanı sıra eğer kataloglarında varsa ve erişime açıksa inanç turu programları da incelenmiştir. Web sitesine erişilen 29 A grubu seyahat acentasının sadece yedi tanesinde inanç turu programı tespit edilmiştir. Tablo 2'deki verilerin analizi için kullanılan dört filtre benzer sebeplerle bu başlık altındaki verilerin analizinde de kullanılmıştır. Çevrim içi tur kataloglarında inanç tur programını paylaşan yedi acentanın toplam inanç turu sayısı 16'dır. Tespit edilen 16

inanç turunun 9 tanesi Hristiyan inanç mirası alanlarına, 4 tanesi İslam inanç mirası alanlarına, 2 tanesi Musevi inanç mirası alanlarına, 1 tanesi ise Bahailik inanç mirası alanlarına yönelik düzenlenmiştir. Tablo 3 erişilen 16 inanç turunda farklı inançlara ait mirasın içerik analizine göre sıklık düzeylerini göstermektedir.

Örnekleme alınan seyahat acentalarının web sitelerinde programını paylaşmış olduğu 16 inanç turu programına yapılan içerik analizi sonucunda inanç tur programları içerisinde kültür mirasının (%45.17) yüksek paya sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla seyahat acentalarının inanç turu tasarlarken inanç mirası dışındaki kültür mirasından yoğun bir şekilde yararlandığı görülmektedir. Kültür mirası içerisinde ise inanç turu tasarımında en fazla yararlanan kültür mirası alanları olarak Ayasofya Cami (%7.77), Topkapı Sarayı (%6.80), Kapalı Çarşı (%6.80) ve Sultan Ahmed Cami (%6.80) ön plana çıkmaktadır.

Yapılan içerik analizi inanç turlarında kültür mirasından sonra en fazla payın Hristiyan inancı mirasına (%37.28) ait olduğunu göstermektedir. Hedef pazarını Hristiyan inanç turistleri olarak belirleyen Türkiye gibi bir destinasyon için bu bulgu şaşırtıcı değildir. Nitekim Türkiye özellikle erken Hristiyanlık döneminin önemli miras alanlarına sahiptir.

Hristiyan inanç mirası içerisinde ise en yüksek temsiliyet oranına Yedi Kiliselerden ikisi olan Selçuk (Church of Ephesus) (%9.41) ve Denizli (Church of Laodicia) (%9.41) sahiptir. Bunları ise her biri %8.24 sıklık oranı ile Yedi Kiliselerin geri kalanı izlemektedir. İncelenen inanç turları içerisinde en düşük temsil payına İslam inanç mirası (%4.82) ve Bahailik inanç mirası (%.43) sahiptir. Son olarak Mersin özelinde bakıldığında ise inanç turu programlarında yer alan Mersin'deki inanç mirası alanlarının, Pompeipolis, Kız Kalesi (Korykos) Silifke, St. Paul Kuyusu ve Tarsus, altında toplandıkları kategorilerde bile oldukça zayıf düzeyde kaldıkları görülmektedir.

5. Sonuç ve Tartışma

İnsanlar ilk çağlardan itibaren inançları açısından kutsal sayılan yerlere seyahat etmektedirler. Turizm hareketliliği olarak değerlendirilen bu seyahatler, günümüzde her geçen yıl artarak devam etmektedir. Anadolu coğrafyası semavi dinler

açısından önemli inanç mirası alanlarını barındırmaktadır. Bu çalışmada geniş kapsamda Türkiye'nin dar kapsamda ise inanç turizmi koridorunun başlangıç noktası olarak belirlenen Mersin'in sahip olduğu inanç mirası arzının kültür ve inanç turizmi içerisindeki temsil payını incelemek amaçlanmıştır. Bu amaç çerçevesinde İstanbul'daki A grubu seyahat acentalarının kültür ve inanç tur katalogları incelenmiştir. Öncelikle Türkiye'deki inanç mirası alanlarının kültür ve inanç turları içerisindeki temsil payı incelenmiş, sonrasında elde edilen bulgular Mersin'deki inanç turizmi arzı bağlamında değerlendirilmiştir.

5.1. Pratik Çıkarımlar

Çalışma kapsamında 29 acentenin tur kataloglarında yer alan toplam 331 kültür ve inanç turu incelenmiştir. Bu acentelerin sadece yedisinde toplam 16 inanç turu tespit edilmiş olup bu sayı inanç turlarının kültür turlarına oranının çok düşük düzeyde kaldığını göstermektedir. Türkiye'nin inanç turizmi konusunda güçlü bir potansiyele sahip olduğu göz önüne alındığında (Okuyucu & Somuncu, 2013; Okuyucu, 2020) inanç turlarının düşük seviyede kaldığı ve Türkiye'nin sahip olduğu bu potansiyelin inanç turu ürünü olarak yeterince arza dönüştürülmediği ve bu potansiyelden yeterince faydalanılmadığı söylenebilir. Öte yandan kültür turları içerisinde yer alan inanç mirası alanlarına ilişkin bulgulara göre kültür turlarında inanç mirası alanlarının en çok bulunduğu coğrafi bölgenin Güneydoğu Anadolu Bölgesi olduğu tespit edilmiştir (Tablo 2). Bu bölgede kültür turlarında en sık rastlanan inanç mirası alanları ise sırasıyla Balıklıgöl, Deyrulzafaran Manastırı ve Mor Gabriel Manastırı olmuştur. Bu alanların inanç koridoru üzerinde yer alan Şanlıurfa ve Mardin illerinde bulunması şaşırtıcı değildir fakat bu bölgenin inanç mirası alanlarının inanç turu kataloglarında oldukça düşük düzeyde temsile sahip olması ciddi bir sorun olarak göze çarpmaktadır. Çalışmada inanç turlarına ait kataloglar her ne kadar bölgesel bazda incelenmediyse de Tablo 3'teki verilerden anlaşılacağı üzere inanç turu kataloglarında Marmara ve Ege Bölgesi'ndeki inanç mirası alanlarının baskın görüldüğünü söylemek mümkündür. Dolayısıyla Türkiye Turizm Stratejisi 2023'te önemi vurgulanan Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin inanç turlarındaki oldukça düşük temsil yet oranı planlama ve uygulama arasında ciddi bir koordinasyonsuzluğa işaret etmektedir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nden sonra inanç turizmi alanlarının kültür turlarına en çok dâhil edildiği bölgeler sırasıyla İç Anadolu Bölgesi ve Ege Bölgesidir.

5.2. Teorik Çıkarımlar

Çalışma kapsamında ele alınan acentaların paylaşmış olduğu inanç tur programlarına yapılan inceleme sonucunda söz konusu tur programlarında en çok yer alan inanç mirası alanlarının sırasıyla Hristiyanlık, Musevilik ve İslam inancına ait miras alanları olduğu görülmüştür. Türkiye'de inanç turizmi çekiciliklerinin sayısal olarak sırasıyla İslam, Hristiyan ve Musevi dinlerine ait olduğu (Okuyucu, 2020) göz önüne alındığında bu sıralamanın incelenen tur kataloglarında farklı olduğu görülmektedir. Öte yandan inanç turlarının içeriği incelendiğinde inanç mirası alanlarının yanında kültür mirası alanlarının da yoğun şekilde bu turlara dâhil edildiği tespit edilmiştir. Çalışmanın bu sonucu inanç mirası alanı

ziyaretçilerinin çoğunun dini nedenlerden ziyade kültürel nedenlerle buraları ziyaret etiklerini gösteren çalışmaların (Alaeddinoğlu & Okudum, 2015; Presti & Petrillo, 2010) bulguları ile örtüşmektedir. Bu durum, inanç turistlerinin sadece din kaynaklı sebeplerle seyahat etmediklerini, buna bağlı olarak da acentaların inanç turizmi ürünlerini kültür mirası ile zenginleştirmeye çalıştıklarını göstermektedir. Turistlerin inanç turizmi ürünlerine olan düşük ilgisinin, en azından kültür mirası yoluyla güçlendirilmesi bir zorunluluk olarak görünmektedir.

5.3. Sınırlılıklar ve Gelecek Çalışmalar için Öneriler

Çalışma kapsamında incelenen İstanbul'daki A grubu seyahat acentalarının yurt içi kültür turlarında Mersin'deki inanç mirası alanlarından sadece St. Paul Kuyusu ve Alahan Manastırı'nın birer defa geçtiği tespit edilmiştir. Bunun yanında Hristiyanlık inanç mirası alanlarının kültür turlarında ön plana çıktığı bulgusu ışığında Mersin'deki Alahan Manastırı, St. Paul Kuyusu, Yedi Uyurlar Mağarası gibi Hristiyanlık dini açısından önemli alanların varlığına rağmen Tarsus ve Mersin'in inanç turizmi konusunda yeterince değerlendirilmediği söylenebilir (Levent & Uçar, 2018; Şaman, 2009). İnanç turizmi koridorunun başlangıç noktası olan Mersin'deki inanç mirası alanlarının turlara bu denli az konulmuş olması ileri çalışma gerektiren bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

Etik Beyan: Bu çalışmada kullanılan veriler kamuya açık kaynaklardan elde edildiği için etik kurul süreci işletilmemiştir. Aksi bir durumun tespiti halinde TO&RE Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazarlarına aittir.

Yazar Katkı Beyanı: 1. yazarın katkı oranı %40, 2. yazarın katkı oranı %40, 3. yazarın katkı oranı ise %20'dir.

Çıkar Beyanı: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Kaynakça

- Akdağ, G., Yağcı, K. & Aydın, M. (2014). *Tarsus as a new destination for belief tourism heritage from different religions*. Religious Tourism and Pilgrimage 6th Expert Conference, June 2014, ss. 20-23, Veszprem.
- Aktaş Polat, A., Polat, S. & Batman, O. (2013). *İnanç turizminde Ashâb-ı Kehf Mağarası: Doğu Akdeniz Örneği*. II. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu, 19 Nisan 2013, ss. 193-205, Adana.
- Alaeddinoğlu, F. & Okudum R. (2015). *Van'da alternatif bir turizm çeşidi inanç turizmi ve Akdamar kilisesini ziyaret eden turistlerin beklentileri*. Coğrafyacılar Derneği Uluslararası Kongresi, 21-23 Mayıs 2015, ss. 543-553, Ankara.
- Aulet, S. & Vidal, D. (2018). Tourism and religion: sacred spaces as transmitters of heritage values. *Church, Communication and Culture*, 3(3), 237-259, Doi: 10.1080/23753234.2018.1542280
- Başçı, A. (2011). *Türkiye'de İnanç Turizmi Kapsamında Aziz Pavlus'un Yeri, Önemi ve Turistik Ürün Potansiyelinin Değerlendirilmesinde Tanıtım Faaliyetlerinin Rolü*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Ana Bilim Dalı, Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı, Ankara.
- Creswell, J. W. & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry & Research Design Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). Sage, Thousand Oaks, CA.

- Çukurova Kalkınma Ajansı, (2022a, Şubat). *2014-2023 Çukurova Bölge Planı*. http://www.cka.org.tr/dosyalar/Bolge_Planı08012015.pdf, Erişim Tarihi: 05.02.2022.
- Çukurova Kalkınma Ajansı, (2022b, Şubat). *Mersin İli Potansiyel Yatırım Konuları Araştırması*. http://www.cka.org.tr/dosyalar/Mersin_potansiyel_yatirim_konulari.pdf, Erişim Tarihi: 05.08.2022.
- Erçolak, G., Tanrısever, C. & Pamukçu, H. (2019). *İnanç Turizmi Kapsamında Aziz Paulus'un Önemi ve Tarsus Turizmine Etkisi*. VIII. Ulusal IV. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu, 19-20 Nisan 2019, ss. 521-532, Mersin.
- Future Market Insights, (2023, Eylül). *Faith-based Tourism Market Outlook (2023 to 2033)*. <https://www.futuremarketinsights.com/reports/faith-based-tourism-sector-overview>, Erişim Tarihi: 16.09.2023.
- González-González, M. & Fernández-Álvarez, Ó. (2022). Cultural tourism, religion and religious heritage in Castile and León, Spain. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 10(2), 2-12, Doi: <https://doi.org/10.21427/7my5-8d74>
- Jackson, R. H. & Hudman, L. E. (1995). Pilgrimage tourism and english cathedrals: The role of religion in travel. *Revue De Tourisme*, 50(4), 40-48, Doi: <https://doi.org/10.1108/eb058206>
- Jaelani, A., Setyawan, E. & Hasyim, N. (2016). Religious Heritage tourism and creative economy in Cirebon: The diversity of religious, cultures and culinary. *Journal of Social and Administrative Sciences*, 3(1), 63-76, Doi: 10.17605/OSF.IO/G856J
- Kökşen, B. (2020). Alahan Manastırı'nın inanç turizmi açısından değerlendirilmesi. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 74-84.
- Kurar, İ., Akbaba, A. & İnal, M. E. (2015). A qualitative study on situation analysis of faith tourism: the case of Tarsus. *Turizm Akademik Dergisi*, 2(1), 61-76.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2022a, Şubat). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve 2007-2013 Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı*. <https://www.ktb.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023.pdf.pdf?0>, Erişim Tarihi: 05.02.2022.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2022b). *İnanç turizmi*, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10173/inanc-turizmi.html>, Erişim Tarihi: 11.08.2022.
- Levent, Y. S. & Uçar, M. (2018). *Kültürel rotalar bağlamında Mersin ilinin inanç turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi*. I. Uluslararası Akdeniz Sempozyumu, 01-03 Kasım 2018, ss. 345-355, Mersin.
- Mersin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2022). *Mersin İl Bazında Müze ve Örenyeri İstatistikleri*. Bu veriler yazarların talebi üzerine Mersin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından yazarlara gönderilmiştir.
- Munro, D. (2017). Historical perspectives of shifting motives for faith-based travel. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 5(2), 16-25, doi: 10.21427/D7CD95
- Nyaupane, G. P., Timothy, D. J. & Poudel, S. (2015). Understanding tourists in religious destinations: A social distance perspective. *Tourism Management*, June 2015(48), 343-353, Doi: 10.1016/j.tourman.2014.12.009
- Okuyucu, A. (2020). İnanç turizmi açısından Türkiye'de dini çekiciliklerin dağılışı. *Turkish Studies-Social*, 15(5), 2611-2628, Doi: <http://dx.doi.org/10.47356/TurkishStudies.44886>
- Okuyucu, A. & Somuncu, M. (2013). *Türkiye'de inanç turizmi: bugünkü durum, sorunlar ve gelecek*. International Conference on Religious Tourism and Tolerance, 09-12 Mayıs 2013, ss. 627-643, Konya.
- Olsen, D. R. (2003). Heritage, tourism, and the commodification of religion. *Tourism Recreation Research*, 28(3), 99-104. Doi: 10.1080/02508281.2003.11081422
- Presti, O. L. & Petrillo, C. S. (2010). Co-management of religious heritage: An Italian case-study. *Tourism Review*, 58(3), 301-311.
- Sharpley, R. & Sundaram, P. (2005). Tourism: A sacred journey? the case of Ashram Tourism, India. *International Journal Of Tourism Research*, 7(3), 161-171, Doi: 10.1002/jtr.522
- Simone-Charteris, M. & Stephen, B. (2010). The development of religious heritage tourism in Northern Ireland: opportunities, benefits and obstacles. *Turizam: međunarodni znanstveno-stručni časopis*, 58(3), 229-257.
- Şaman, E. (2009). *Mersin İli İnanç Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi: Mersin'de İnanç Turizmine Katılanların Profili Üzerine Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı, Mersin.
- Türkiye Kültür Portalı, (Şubat, 2024). *Aya Tekla Manastırı*. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/mersin/gezilecekyer/aya-thekla-manastiri>, Erişim Tarihi: 15.02.2024.
- Türkiye Kültür Portalı, (Şubat, 2024). *Alahan Manastırı*. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/mersin/gezilecekyer/alahan-manastiri>, Erişim Tarihi: 15.02.2024.
- United Nations World Tourism Organization (2015). *Tourism at World Heritage Sites – Challenges and Opportunities*, International Tourism Seminar, 26 Mart 2013, ss. 7-14, İzmir.
- Vorzsak, M. & Napoca, C. (2009). The place of religious tourism in Romania's tourist Industry, *Wseas Transactions on Business and Economics*, 8(6), 425-434.
- Woodward, S. C. (2004). Faith and tourism: Planning tourism in relation to places of worship, *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 1(2), 173-186, Doi: doi.org/10.1080/1479053042000251089
- Yatırım İşletmeleri Genel Müdürlüğü, (Ağustos, 2022). *Seyahat acentası arama motoru* <<http://yatirimisletmeleruygulama.kultur.gov.tr/Acente.Web>>, Sorgu/Sorgu/acentesorgu, Erişim Tarihi: 14.08.2022.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Extended Abstract

Purpose

The objective of this study is to examine the representation share of the faith supply in heritage and faith tourism for Türkiye, with a particular focus on Mersin which is the starting point of the faith tourism corridor in Türkiye.

Background

The existing literature indicates that faith heritage is an essential component of heritage tourism. Vorzsak & Napoca (2009) emphasize that faith tourism is one of the main components of heritage tourism and underline the educational and cultural aspects of visiting faith sites. Aulet & Vidal (2018) provide a detailed analysis of the role of faith heritage in the enhancement of heritage tourism experiences. They

emphasize that faith heritage sites can convey values that have been preserved for centuries and reflect the relationship between religious and monumental values.

Although non-traditional intermediaries (social media, travel apps, etc.) have become more prominent in reaching the potential demand for touristic attractions, travel agencies, which are the traditional channels between supply and demand, remain in a very strong position. Travel agencies have a great influence on the presentation and consumption of tourist attractions included in their tours. An examination of the tour catalogs of travel agencies operating in certain destinations in terms of religious heritage will reveal the strength of the faith tourism supply of that destination and the share of faith tourism supply in the total tourism supply.

To achieve the aim of the research, the heritage and faith tour catalogs of Group A travel agencies in Istanbul were examined. Firstly, the share of faith heritage sites in Türkiye in domestic heritage tours was determined, and then this process was discussed in the context of faith tourism supply in Mersin. A content analysis of the faith tour catalogs of travel agencies was conducted to determine the representation share of faith heritage sites with different qualities in Türkiye within the total supply. This study has the potential to analyze the position of Mersin in particular and other faith destinations in Türkiye in both the heritage and faith tourism market.

Methods

Phenomenological design, a qualitative research design, was used in this study. Maximum diversity sampling, one of the purposeful sampling techniques, was used among the Group A travel agencies in Istanbul. The heritage tours departing from Istanbul of 29 Group A travel agencies, which advertise their tour catalogs on their websites, were taken into account.

The data of the study were obtained through document analysis. For this purpose, the tour catalogs of Group A travel agencies in Istanbul, the largest heritage tourism market, were examined. Data on the tour catalogs of travel agencies were obtained from the websites of travel agencies. Firstly, cultural tours and then faith tours from 29 Group A travel agencies whose tour catalogs were accessed and subjected to content analysis. To ensure the validity of the research, the tour catalogs were subjected to content analysis at different times by the two researchers conducting the research. The high degree of similarity in the findings obtained from the analyses conducted at different times is one of the techniques used to ensure the validity of the research (Creswell & Poth, 2018).

Results

On the websites of 29 Group A travel agencies a total of 331 domestic heritage tours were found. Only 7 of the 29 agencies surveyed had 16 faith tour offerings. The ratio of faith tours offered by 29 travel agencies compared to domestic cultural tours is 4.8%. This data is an indication of the low level of interest in religious tours on the part of travel agencies.

The regions with the highest number of faith heritage sites among the cultural tours of Group A travel agencies in Istanbul are the Southeastern Anatolia Region (28%), Central Anatolia Region (25,6%), and Aegean Region (21.6%)

respectively.

In addition to the domestic heritage tours departing from Istanbul, the faith tour programs of Group A travel agencies in Istanbul were also examined, if available in their catalogues and open to access. Only seven of the 29 Group A travel agencies whose websites were accessed had a religious tour. Of the 16 faith tours organized by these seven agencies, 9 were organized to Christian faith heritage sites, 4 to Islamic faith heritage sites, 2 to Jewish faith heritage sites, and 1 to Baha'i faith heritage sites. As a result of the content analysis of 16 faith tour programs, it can be seen that cultural heritage (45.17%) has a high share in faith tour programs.

Conclusion

Given the considerable potential for faith tourism in Turkey (Okuyucu & Somuncu, 2013; Okuyucu, 2020), it can be argued that this sector remains underdeveloped. There is a clear discrepancy between the country's considerable faith tourism resources and the lack of supply of faith tourism products. Furthermore, the potential benefits of this sector are not being fully realized.

It was observed that the most common faith heritage sites in the faith tour programs examined were heritage sites belonging to Christianity, Judaism, and Islam, respectively. This ranking differs with the number of faith tourism attractions as Islam, Christianity, and Judaism have the most religious attractions respectively (Okuyucu 2020).

Results revealed that cultural heritage sites are intensively included in these tours in addition to faith heritage sites. Thus, faith tourists do not only travel for religious reasons, and therefore agencies try to enrich faith tourism products with cultural heritage. There seems to be a need to increase the low interest of tourists in faith tourism products, at least through cultural heritage. The results showed that among the faith heritage sites in Mersin, only St Paul's Well and Alahan Monastery were mentioned once in domestic heritage tours. The fact that the faith heritage sites in Mersin, which is the starting point of the faith tourism corridor, are so rarely included in the tours requires further investigation.