

**T.C.**  
**AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI**  
**YÜKSEK LİSANS TEZİ**  
**2022-YL-194**

**TURİSTLERİN İSTANBUL BÜYÜKADA AGİOS GEORGİOS**  
**RUM ORTODOKS MANASTIRINA VERDİKLERİ DEĞER**  
**VE ZİYARETLERİ SIRASINDA KARŞILAŞTIKLARI**  
**SORUNLAR**

**Hazırlayan**  
**Tuğba GÖCEN**

**Tez Danışmanı**  
**Doç. Dr. Gül ERBAY ASLITÜRK**

**AYDIN - 2022**

**T.C.**  
**AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE**  
**AYDIN**

Bu tezde sunulan tüm bilgi ve sonuçların, bilimsel yöntemlerle yürütülen gerçek deney ve gözlemler çerçevesinde tarafımdan elde edildiğini, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce, sonuç ve bilgilere bilimsel etik kuralların gereği olarak eksiksiz şekilde uygun atıf yaptığımı ve kaynak göstererek belirttiğimi beyan ederim.

... / ... / 2022

Tuğba GÖCEN

## ÖZET

### TURİSTLERİN İSTANBUL BÜYÜKADA AGİOS GEORGİOS RUM ORTODOKS MANASTIRINA VERDİKLERİ DEĞER VE ZİYARETLERİ SIRASINDA KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR

Tuğba GÖCEN

Yüksek Lisans Tezi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Gül ERBAY ASLITÜRK

2022 XVI, +117 Sayfa

İnsanoğlunun var olmasından beri, insanlar kendilerinin bir Tanrı veya yaratıcı tarafından yaratıldığını düşünmektedirler. İnsanlar eskilerden beri bir kişiye, bir nesneye, bir yapıya inanç bağlamış, ona tapınmış ve çeşitli hediyelerde bulunarak şükranlarını belirtmiştir. İnsan ırkı çoğaldıkça inanılan şeylerde çoğalmaya başlamıştır. Bu sayede çeşitli dinler ortaya çıkmıştır. Her dinin öğretisi farklı, kendine özgü olup; dini vecibeleri ve ibadetleri farklı şekillerde yerine getirilmektedir. İnsanlar inandıkları uğruna kutsal tapınaklar, binalar ve çeşitli yapılar inşa etmişlerdir.

Turizm endüstrisinin temelinde merak duygusu yatmaktadır. İnsanlar merak ettiklerini, deneyimlemek ve tecrübe etmek için merak edilene doğru seyahatlerde bulunmuşlardır. Yapılan seyahatler neticesinde turizm kendi içinde çeşitlenmeye başlamıştır. Bunların içinde eğlenmek, dinlenmek, spor, gezi ve tabii ki inanç yer almaktadır. Bununla birlikte insanlar inançları için çok eski zamanlardan itibaren seyahatlerde bulunmuşlar ve böylece inanç turizminin temellerini atmış bulunmaktadırlar.

Bu çalışmada inanç turizminde Hristiyanlar için önemli bir yere sahip olan Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı ele alınmıştır. İlgili manastıra sadece Hristiyan halkı değil farklı dinlerden de gelenler bulunmaktadır. Gelen ziyaretçilerin hepsi inanç için gelmemektedirler. Manastır ziyaretçilerine anket formu yoluyla çeşitli sorular sorulmuştur. Elde edilen bilgiler doğrultusunda ziyaretçilere çeşitli önerilerde bulunulmuş ve sorunlara çözüm yolu aranmıştır. Çalışma üç ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde İstanbul'da bulunan Rum Ortodoks Kiliselerine ve Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı'na, ikinci bölümde ise inanç turizmi ile ilgili kavramsal çerçeveye yer verilmiştir. Son bölümde ise yapılan anket çalışması neticesinde Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırına verilen

değer, yaşanılan sorunlar, verilen değer ve yaşanılan sorunlar arasındaki ilişki aynı zamanda bu iki değişkenin birbiri üzerine etkisini ayrıca demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığı ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Araştırma sonucunda, ziyaretçilerin Manastıra verdikleri değer ile yaşadıkları sorunlar arasında anlamlı bir ilişki olduğu ve ziyaretçilerin ziyaret esnasında yaşadıkları sorunların Manastıra verdikleri değer üzerine doğrusal bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

**ANAHTAR KELİMELELER:** Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı, İnan Turizmi, Kilise.



## **ABSTRACT**

### **THE VALUE AND PROBLEMS ENCOUNTERED DURING THE VISIT TO AGIOS GEORGIOS GREEK ORTHODOX MONASTERY IN ISTANBUL BIGISLAND**

Tuğba GÖCEN

Master Thesis, Department of Tourism Management

Supervisor: Associate Prof. Gül ERBAY ASLITÜRK

2022, XVI, +117 Pages

Since the existence of human beings, people have thought that they were created by a God or a creator. Since ancient times, human beings have begun to believe in a person, an object, a structure, worshiped it and expressed their gratitude by making various gifts. As the human race increased, it started to increase in the things believed. In this way, various religions have emerged. The teachings of each religion are different and unique, and their religious obligations and worship are performed in different ways. People have built sacred temples, buildings and various structures for the sake of their beliefs.

Curiosity lies at the heart of the tourism industry. People have traveled towards the curious in order to knowledge and experience what they are curious about. As a result of the travels made, tourism started to diversify in itself. These include having fun, resting, sports, travel and of course belief. People have traveled for their beliefs from ancient times and thus laid the foundations of faith tourism.

In this study, Agios Georgios Greek Orthodox Monastery, which has an important place for Christians in religious tourism, is discussed. There are not only Christians but also people from different religions to the relevant monastery. Not all visitors come for belief. Various questions were asked to the visitors to the monastery through the questionnaire form. In line with the information obtained, various suggestions were made to the visitors and a solution to the problems was sought. The study consists of three main parts. In the first part, the Greek Orthodox Churches and Agios Georgios Greek Orthodox Monastery in Istanbul, and in the second part the conceptual framework of faith tourism is given. In the last part, as a result of the survey study, the value given to the Agios Georgios Greek Orthodox Monastery, the problems experienced, the relationship between the value given and the problems experienced, as well as the effect of these two variables on each other and whether they differ according to demographic characteristics were tried to be revealed.

As a result of the research, it has been determined that there is a significant relationship between the value that the visitors give to the Monastery and the problems they experience, and that the problems that the visitors experience during their visit have a linear effect on the value they give to the Monastery.

**KEYWORDS:** Agios Georgios Greek Orthodox Monastery, Church, Faith Tourism.



## TEŞEKKÜR

Yüksek lisans tez çalışmamın başından itibaren desteğini benden hiçbir zaman esirgemeyen, tavsiyeleri ile bana yol gösteren ve beni yönlendiren her zaman yanımda olan değerli danışmanım ve hocam Doç Dr. Gül ERBAY ASLITÜRK'e tüm yardımları için saygılarımı ve teşekkürlerimi sunuyorum. Tez yazım sürecinde ihtiyacım olduğunda yanımda olan değerli hocalarım Prof. Dr. Abdullah TANRISEVDİ'ye, Dr. Öğretim Üyesi Tuğrul AYYILDIZ'a ve Dr. Öğretim Üyesi Hakan ATAY'a sonsuz teşekkürler. Emekleriniz, katkılarınız ve varlığınız için müteşekkirim.

Veri toplama aşamasında bana destek olan sevgili abim Yavuz GÖCEN'e ve desteğini benden hiç esirgemeyen, yorulduğum da bana görüşleriyle ve fikirleriyle kılavuzluk eden sevgili arkadaşım Demet CİN'e teşekkürü borç bilirim.

Son olarak bugünlere gelmemde bana her türlü destekte bulunan, üzerimden maddi manevi desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen, her süreçte moralimi yükselten canım aileme en içten sevgi ve şükranlarımı sunarım.

Tuğba GÖCEN

# İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY SAYFASI.....	iii
BİLİMSEL ETİK BİLDİRİM SAYFASI.....	iv
ÖZET .....	v
ABSTRACT .....	vii
TEŞEKKÜR .....	ix
TABLolar LİSTESİ .....	xiv
GİRİŞ:.....	1
<b>1. BÖLÜM:</b> .....	3
1. KAVRAMSAL ÇERÇEVEDE İNANÇ TURİZMİ.....	3
1.1. Semavi Dinler ve Tarihi Gelişimi.....	3
1.1.1. Yahudilik .....	3
1.1.2. Hristiyanlık .....	4
1.1.3. İslamiyet. ....	6
1.2. Batıl Dinler ve Tarihi Gelişimi .....	7
1.2.1. Hinduizm .....	7
1.2.2. Budizm.....	8
1.2.3. Caynizm.....	10
1.2.4. Sihizm .....	10
1.2.5. Şintoizm.....	11
1.2.6. Konfüçyanizm.....	11
1.2.7. Taoizm .....	12
1.3. Hac Yolculuklarının Semavi Dinler Öncesindeki Gelişimi.....	12
1.3.1. Mısırlılarda Hac .....	12
1.3.2. Yunanlılarda Hac .....	12
1.3.3. Hititlerde Hac.....	13



1.4. Semavi Dinlerde Hac Ziyaretlerinin Yapılış Şekilleri.....	13
1.4.1. Yahudilik .....	13
1.4.2. Hristiyanlık .....	14
1.4.3. İslamiyet. ....	14
1.5. Dini İnanç .....	14
1.6. İnanç Turizmi.....	16
1.6.1. Aktif İnanç Turizmi .....	18
1.6.2. Pasif İnanç Turizmi.....	18
1.7. İnanç Turizminin Özellikleri .....	19
1.8. Algı Kavramı ve Süreci .....	20
1.9. Değer Kavramı ve Boyutları.....	22
1.10. Algılanan Değer Kavramı.....	24
<b>2. BÖLÜM:</b> .....	27
<b>2. İSTANBUL'DA BULUNAN RUM ORTODOKS MANASTIRLAR</b> .....	27
2.1. İstanbul'un Bizans Dönemi Tarihçesi.....	27
2.2. İstanbul'da Rum Ortodoks Kiliseleri Tarihçesi .....	28
2.3. İstanbul Patrikhanesi Rum Ortodoks Kiliseleri Listesi.....	29
2.4. Büyükkada'da Bulunan Kiliseler.....	31
2.4.1. Büyükkada Hagios Demetrios Kilisesi .....	32
2.4.2. Büyükkada Panagia Kilisesi .....	33
2.4.3. Büyükkada Khristos Kilisesi .....	36
2.4.4. Büyükkada Hagios Nikolaos Kilisesi .....	38
2.4.5. Büyükkada Prophetes Elias Mezarlık Kilisesi.....	39
2.4.6. Büyükkada Hagioi Theodoroi Özel Kilisesi.....	39
2.5. Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı Tarihçesi .....	41
2.6. Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırında Uygulanan Ritüeller .....	43

<b>3. BÖLÜM:</b> .....	45
<b>3. İSTANBUL BÜYÜKADA'DAKİ AGİOS GEORGIOS RUM ORTODOKS MANASTIR ZİYARETÇİLERİNİN MANASTIRA VERDİKLER DEĞER VE YAŞADIKLARI SORUNLAR</b> .....	45
3.1. Araştırmanın Amacı.....	45
3.2. Araştırmanın Önemi .....	46
3.3. Araştırmanın Yöntemi .....	47
3.4. Araştırmanın Hipotezleri .....	47
3.5. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	47
3.6. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	48
3.7. Anket Formunun Hazırlanması.....	48
3.8. Veri Analizi.....	49
3.9. Faktör Analizi I.....	50
3.9.1. Sorun Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi I.....	50
3.9.2. Değer Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi.....	53
3.10. Bulgular... ..	55
3.10.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular I.....	55
3.10.2. Sorun Ölçeğine İlişkin Bulgular .....	60
3.10.3. Değer Ölçeğine İlişkin Bulgular I .....	61
3.10.4. Korelasyon Analizine İlişkin Sonuçlar.....	62
3.10.5. Regresyon Analizine İlişkin Sonuçlar .....	63
3.10.6. Değer Ölçeğinin Demografik Bilgilere Göre İncelenmesi .....	64
3.10.7. Sorun Ölçeğinin Demografik Bilgilere Göre İncelenmesi .....	78
<b>4. SONUÇ VE ÖNERİLER</b> .....	87
<b>5. EKLER</b> .....	91
<b>6. KAYNAKÇA</b> .....	112
<b>ÖZGEÇMİŞ</b> .....	117

## TABLolar DİZİNİ

Tablo 1.1. Tüketicilerin Algılama Süreci .....	22
Tablo 1.2. Geleneksel Hedonizm ve Modern Hedonizm .....	23
Tablo 3.1. Normal Dağılım Analizi.....	50
Tablo 3.2. Sorun Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Uygunluk Testi .....	51
Tablo 3.3. Sorun Ölçeğine Ait Faktör Analizi .....	52
Tablo 3.4. Değer Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Uygunluk Testi KMO ve Bartlett's Testi .....	53
Tablo 3.5. Değer Ölçeğine Ait Faktör Analizi .....	54
Tablo 3.6. Cinsiyet .....	55
Tablo 3.7. Yaş.....	56
Tablo 3.8. Eğitim Durumunuz.....	56
Tablo 3.9. Mesleğiniz.....	57
Tablo 3.10. Dini İnançınız.....	57
Tablo 3.11. Mezhebiniz nedir? .....	58
Tablo 3.12. Manastırı ziyaret sayınız .....	58
Tablo 3.13. Kimle geldiniz? .....	58
Tablo 3.14. Kilisenin içine girdiniz mi? .....	59
Tablo 3.15. Cevabınız evet ise Manastır ziyaretinden memnun kaldınız mı?.....	59
Tablo 3.16. Manastırı tekrar ziyaret etmeyi düşünüyor musunuz? .....	60
Tablo 3.17. Sorun Ölçeğine İlişkin Aritmetik Ortalamalar ve Standart Sapmalar.....	60
Tablo 3.18. Değer Ölçeğine İlişkin Aritmetik Ortalamalar ve Standart Sapmalar.....	61
Tablo 3.19. Ölçekler Arasındaki Korelasyon Analizi .....	63
Tablo 3.20. Yaşanılan Sorunların Verilen Değer Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi .....	64
Tablo 3.21. Cinsiyet ve Duygusal Değere, Fonksiyonel Değere, Sosyal Değere İlişkin Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları .....	64

Tablo 3.22. Yaşlara İlişki Tek Yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları .....	66
Tablo 3.23. Eğitim Durumlarına İlişkin Tek Yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları ..	67
Tablo 3.24. Mesleklere İlişkin Tek yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları.....	68
Tablo 3.25. Dini İnançlara İlişkin Tek yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları.....	70
Tablo 3.26. Mezheplere İlişkin Tek yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları.....	71
Tablo 3.27. Manastır ziyaret sayısı ve Duygusal Değere, Fonksiyonel Değere, Sosyal Değere ilişkin Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları.....	73
Tablo 3.28. Kiminle geldiniz? sorusuna İlişkin Tek yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları.....	74
Tablo 3.29. Kilisenin İçine Girdiniz mi ve Duygusal Değere, Fonksiyonel Değere, Sosyal Değere İlişkin Bağımsız Örneklem T-tesi Sonuçları.....	75
Tablo 3.30. Manastır ziyaretinden memnun kaldınız mı? sorusuna İlişkin Tek yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları .....	76
Tablo 3.31. Manastırı Tekrar Ziyaret Etmeyi Düşünüyor musunuz? sorusu ile Duygusal Değere, Fonksiyonel Değere, Sosyal Değere İlişkin Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları .....	78
Tablo 3.32. Cinsiyet ve Sorun Boyutuna ilişkin Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları.....	79
Tablo 3.33. Yaşlara İlişki Tek Yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları .....	79
Tablo 3.34. Eğitim Durumlarına İlişkin Tek Yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları ..	80
Tablo 3.35. Mesleklere İlişkin Tek yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları.....	80
Tablo 3.36. Dini İnançlara İlişkin Tek yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları.....	81
Tablo 3.37. Mezheplere İlişkin Tek yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları.....	82
Tablo 3.38. Ziyaretçilerin Kiliseyi Ziyaret Sayısı ve Sorun Boyutuna İlişkin Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları .....	82
Tablo 3.39. Kiminle geldiniz? sorusuna İlişkin Tek yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları.....	83
Tablo 3.40. Kilisenin İçine Girdiniz mi ve Sorun Boyutuna İlişkin Bağımsız Örneklem T-tesi Sonuçları .....	83

Tablo 3.41. Manastır ziyaretinden memnun kaldınız mı? sorusuna İlişkin Tek yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları .....	84
Tablo 3.42. Manastırı Tekrar Ziyaret Etmeyi Düşünüyor musunuz? sorusu ile Sorun Boyutuna İlişkin Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları .....	84
Tablo 3.43. Hipotezlerin Değerlendirilmesi .....	85



## EKLER DİZİNİ

Ek-1: Anket Formu (Türkçe).....	91
Ek-2: Anket Formu (İngilizce) .....	94
Ek-3: Fotoğraflar .....	97



## GİRİŞ

İnsanoğlu var olduğu andan itibaren çeşitli sebeplerle seyahatlerde bulunmuştur. O dönemin el verdiği şartlarla yakın yerleri ziyaret etmişler, gezilerde bulunmuşlardır. Döndüklerinde ise edindikleri ve gördükleri bilgileri yakın çevrelerine eş, dost ve akrabalarına anlatarak günümüz turizm anlayışının zeminini hazırlamışlardır. Turizmin temelinde merak duygusu yer almaktadır. Ancak gelişen ulaşım ve iletişim sayesinde zamanla çeşitlenmeye başlamıştır. Dinlenme, eğlenme, spor, sağlık, inanç gibi dallara ayrılarak günümüze kadar ulaşmıştır. Yakın çevrelere gezilerle başlayan ilk turizm olayı daha çok bireysel anlamda olmuştur. Sonrasında ise ulaşım araçlarının gelişmesiyle bireysel olmaktan çıkıp kıtalar arası gruplar şeklinde geziler ve seyahatler olmaya başlamıştır. Turizm denildiğinde ilk etapta boş zaman değerlendirmesi olarak algılanmaktadır. Bunun yanı sıra turizm, ikamet edilen yer sınırları dışında çeşitli amaçlarla (dinlenme, eğlenme, gezi, kültür, spor, sağlık, inanç, tatil yapmak gibi) geçici olarak yapılan seyahatlere de denilmektedir. Ancak işin içinde inanç gibi bir kavram yer alırsa insanlık tarihi ile beraber, kişilerin ibadetlerini yerine getirmek için gittiği kutsal mekanları bu tanımın dışında tutmak gerekmektedir. Bireyler bağlı oldukları dinin ibadetlerini yerine getirmek için çeşitli şartlarda bile seyahatlerde bulunmuşlardır. İnanç turizminin temelini oluşturan etmenler arasında dini mekanları ziyaret etmek, kutsal sayılan şehirleri ziyaret etmek, dini konuşmalara ve topluluklara katılmak, dini törenlere dahil olmak ve dini anıları anımsamak yer almaktadır.

İnsanlığın var olmasıyla birlikte yeşeren din sayesinde kişiler hep dini amaçlı seyahatlerde bulunmuşlardır. Dini amaçlı yapılan seyahatlerin başında Tanrı tarafından seçilen peygamberlerin yaşadıkları yerleri ziyaret etmek gelmektedir. İkinci olarak kişilerin ibadetlerini yerine getirmek için ve kutsal kabul edilen yerlerdeki mezarları görmek yer almaktadır. Üçüncü olarak ise Tanrı tarafından seçilen peygamberlerin yaşadıkları anıları hatırlamak yer almaktadır. Ayrıca yapılan bu gezilerin ve seyahatlerin en temel amacı, dini duygu ve düşüncelerin yeniden canlanması, tazelenmesi ve zamanında yaşamış olan peygamberlerin çekmiş olduğu eziyetleri zulümleri anlamak ve insanlar arasında kültürel bir ticari ilişkinin meydana gelmesini sağlamaktır.

Medeniyetlerin kurulmasında dinlerin payı oldukça önemli bir yere sahiptir. İnsanlar eski dönemlerde bile şehirlerini inşa ederken dini yapılarını ve tapınklarını şehirlerinin merkezine koymuşlardır. Çünkü insanlar varoluşlarından itibaren sürekli olarak bir şeye

inanma güdüsü içerisinde bulunmuşlardır. Bu nedenle eski dönemlerden günümüze kadar geçen sürede insanların inandıkları, kutsalları her zaman var olmuştur. Buradan hareketle gerçekleştirilen bu çalışmanın konusunu, inanç turizmi ve buna bağlı olarak İstanbul'da bulunan Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı oluşturmaktadır.





# 1. BÖLÜM

## 1. KAVRAMSAL ÇERÇEVEDE İNANÇ TURİZMİ

### 1.1. Semavi Dinler ve Tarihi Gelişimi

Gönderilen tüm dinlerin asıl amacında ilgili dinin, insanlara anlatılması ve yayılması yer almaktadır. Bundan dolayı gönderilen dinin insanlara aktarılması ve yayılması için dini amaçlı seyahatlerin yapılması gerekmektedir.

#### 1.1.1. Yahudilik

Yahudilik tarih boyunca ortaya çıkmış ilk tek tanrılı din olma özelliğine sahiptir. Yahudiler M.Ö. iki binlerde yaşamış olan Hz. İbrahim'in öğretilerini kabullenmişlerdir. Yahudiler kendilerinin Hz. İbrahim'in soyundan geldiğine inanmaktadırlar. Kur'an-ı Kerim'in Maide suresine 20. ve 21. ayetinde *"Ey kavim! Allah'ın size olan minnetini düşünün. İçinizden peygamberler yetiştirdi ve sizi hükümdar yaptı. Milletlerden hiçbirine vermediğini size verdi. Ey kavim! Allah'ın size yazdığı kutsal toprağa girin. Arkanıza dönmeyin yoksa kaybedenlere dönersiniz"* ayetiyle Hz. İbrahim ve sülalesi Tanrı'nın onlara verdiği topraklar olan Kenan ülkesine göç etmiştir. Hz. İbrahim'in torunu olan Yakup'un adı ilerleyen dönemlerde Tanrı tarafından ismi değiştirilerek İsrail olmuştur. Yahudi dininin kurucusu Hz. Musa olarak kabul edilmektedir. Bundan dolayı Yahudi dinine Musevilik de denilmektedir. Hz. Musa peygamberlik yaptığı dönem boyunca kendisine gönderilen tüm ayetleri bir araya toplamış ve Ahit Sandığı'nın içerisine yerleştirmiştir. İsraililer göç esnalarında bu Ahit Sandığı'nı yanlarından hiçbir şekilde ayırmamışlardır. Yahudi kişiler kendilerinin özel olduklarına, Tanrı tarafından özel olarak seçildiklerine inanmaktadırlar. Musevilğin sadece Tanrı tarafından seçilen kişilerin inanacağına, diğer ulusların Musevilğe layık kimseler olmadığına inanmaktadırlar. Musevi dini sadece Yahudiler tarafından inanılacağına düşündükleri için diğer milletlere dinlerini kapatmışlardır. Bundan dolayı Musevi dini sadece bir ulusun dini olabilmiş, dünya dini haline gelememiştir (Şahiner, 2012, s. 18).

Yahudiler, başka bir dine bağlı olan insanlar arasında bile kendilerine ait bir takım tapınmış şekillerinden vazgeçmemektedirler. Dini anlamda gerekli olan tapınma işlemlerini erkekler yerine getirmektedir. Çünkü bu dine göre kadınların hiçbir şekilde değeri ve önemi yer almamaktadır. Kendilerine ait olan dinsel kurallar arasında; bebek dünyaya geldikten

(sekiz gün) sonra sünnet edilmekte ve bebek 13 yaşını doldurduğunda dinsel yöntemlerin bilgisine hakimdir, bu işlemlerden sonra evlenme çağı gelir ve genellikle bu eylem sinagoglarda gerçekleştirilir. Evlenme töreninde dua peçesi kullanılır ve İbranice dualar okunup, ilahiler söylenir. Yahudi dininde son olarak ölü yıkanır ve çıplak bir şekilde kefene sarılır. Daha sonra toprağa defnedilir. İnancı olan kişilerin Cuma günleri sinagoga gidip ibadet etmeleri zorunludur. Yahudilerin sebt (dinlenme) günü Cuma günü akşam başlar. Sebt başladığında Tanrı'ya ibadet ve şükretmek için sesli bir şekilde ya da fısıldayarak dualar okunmaktadır. Yahudiler Cumartesi günlerini Tanrı için ayırmaktadırlar. Bu günde inancı tam olan bir Yahudi ne kendisi her hangi bir iş yapar ne de evindeki diğer kişilere iş yaptırır. Yahudiler sürekli olarak göç etmek zorunda kaldıkları için dünyanın dört bir yanına seyahatlerde bulunmuşlardır. Bu seyahatler de Yahudileri diğer dinlere nazaran daha gezginci bir millet yapmaktadır (Baysal, 2019, s. 5; Usta, 2005, s. 13).

### 1.1.2. Hristiyanlık

Hristiyanlığın günümüz dünya coğrafyasının hemen her yerinde mensubu bulunmaktadır. Temelinde mukaddes kitap ve vahiy ile tektanrıcılığa inanan bir dindir. Hristiyan kavramı Yunanca '*khristianos*' kelimesinden gelmektedir. Bu dinin öncüsü olan Hz. İsa'nın ismi de yine Yunanca'da *Khristos* şeklinde gelmektedir. Yunanca'dan geçen '*khristianos*' ve '*khristian*' kelimelerinin anlamı da Hz. İsa'ya saygı duyup ona bağlanan ve onun yolunda, ışığında ilerleyen anlamına gelmektedir. Hristiyanlık, ilk olarak Filistin coğrafyasında doğmuştur. Nasıralı Hz. İsa'ya inanan ve onu esas alan bir Yahudi hareketi olarak bilinmektedir. Hz. İsa İsrail'de gelecek Tanrı Krallığının zeminini oluşturmak istemiştir. Fakat günümüzdeki Hristiyanlık Hz. İsa'nın sonradan havarisi olan Pavlus'un yorumlarıyla daha farklı bir gidişat göstermiştir. Hz. İsa köken bakımından bir Yahudi'dir. İnsanlara kendini Mesih olarak tanıtmıştır. Hz. İsa'nın kendini Tanrı tarafından gönderilen bir peygamber olduğunu, insanları dürüstlük, doğruluk, kardeşlik, adalet ve hak yoluna getirmek için gönderildiğini ifade etmesi Yahudileri sevindirmiştir (Usta, 2005, s. 18; Aydın, 2001, s. 2).

Neredeyse tüm dünya üzerinde büyük bir etkiye sahip olan Hristiyanlık dininin tarihi geniş bir zaman diliminde incelenmektedir. Kimi tarihçilere göre Hristiyanlık oldukça uzun bir dönem olarak ifade edilmektedir. Yaklaşık olarak yirmi asır süre gelen Hristiyanlık tarihi dört dönemde değerlendirilmiştir (Baysal, 2019, s. 10).

1. Hz. İsa'nın havarileri tarafından yayılan ve Batı Roma İmparatorluğu'nun çökmesine kadar olan dönemdir. Hristiyanlık bu dönemde çok geniş sınırlara ulaşmıştır.

2. 5. yüzyıldan 16. yüzyılın başlarına kadar olan dönemde yani Doğu Kilisesi'nin Batı Kilisesi'nden ayrıldığı dönem Hristiyanlık, Avrupa'nın kuzey kesimlerine kadar ulaşmıştır.

3. 16. ve 17. yüzyılları kapsayan dönemdir. Bu dönem Hristiyanlık için oldukça önemlidir. Çünkü bu dönemde Hristiyanların mezheplerinden biri olan Protestanlık meydana çıkmıştır. Katolik Mezhebinden dolayı sorunlar yaşanmış ve bu sorunlardan dolayı Batı Kilisesi bölünmüştür. Bunun sebebi ise Roma Katolik Kilisesi'nin göstermiş olduğu mücadele, o dönemdeki Hristiyanların tahminleri dışında kalmaktadır.

4. 18. yüzyıl Hristiyanlık için karışıklıklardan ibaretti. Çünkü yaşanan karışıklıklar ve tartışmalar kilise dışına çıkmaktaydı.

Kimi tarihçilere göre de Hristiyanlık üç evrede değerlendirilmektedir (Şahiner, 2012, s. 20; Baysal, 2019, s. 12).

1. 1. ve 8. yüzyıl Hristiyanlığın Klasik dönemi

2. 9. ve 15. yüzyıl Hristiyanlık Ortaçağ dönemi

3. 15. yüzyıl ve vd. Hristiyanlığın Yeni dönemi şeklindedir.

İlk yüzyıllardan günümüze kadar ulaşan Hristiyanlık dini Hz. İsa'dan hariç Pavlus'un yorumlarıyla da insanlara aktarılmıştır. Hristiyan kişilere Hz. İsa'nın yanında buldukları, yardım ettikleri için ve Nasıra köyünde Hz. İsa ile beraber oldukları için Nasrani adı verilmektedir. Pavlus, Hristiyanlığı ve kutsal kabul edilen İncil'i bir mucize sonucunda almıştır. Pavlus İncil'i aldıktan sonra kilisenin öğretilerine kendi yorumlarını katarak yaymak için büyük çaba sarf etmiştir. Pavlus diğer dinlerden öğrendiklerini Hristiyanlığa aktarmaya çalışmıştır ve başarılı olmuştur. Aynı zamanda, Hz. İsa'nın ve Ruhu'l-Kuds'ün Tanrı olduğuna herkesi inandırmak istemiştir (Aydın, 2004, s. 6). Ayrıca Pavlus Hz. İsa'nın koymuş olduğu yasakları (sünnet olmak ve domuz eti yemek) kaldırmıştır. Günümüz Hristiyanlığı nitekim Pavlus'un yorumlarının şeklidir. Hristiyan ilahiyatçılar, ilk kilisenin, ilk inançların ve mukaddes kitabın Pavlus'un eseri olduğu bilincindedirler. Pavlus'un Hristiyanlar için belirlediği değişmez prensipler bulunmaktadır.

Bunlar şu şekildedir (Özbey & Coşkun, 2017, s. 149-150);

I. Hristiyanlık tüm dünya insanlarına hitap eden bir dindir.

II. Tanrı'nın oğlu Mesih Hz. İsa inanların günahlarını affettirmek için Haç'ta ölmüştür.

III. Hz. İsa ve Ruhü'l-Kuds eşit nitelikte Tanrıdır.

IV. Öldükten sonra tekrar dirilen Hz İsa göğe yükselerek Baba'sının sağ tarafına oturmuştur.

### 1.1.3. İslamiyet

İslamiyet son semavi din olup diğer iki semavi dinin köküyle aynı kökten gelmektedir. İslam kelimesi 'boğun eğmek', 'emniyette olmak' anlamlarına gelen 'seleme' kelimesinden türemektedir. Bundan dolayı İslamiyet, Allah'a karşı gelmeden ve buyruklarına koşulsuz şartsız iman edenlerin dini olarak kabul edilmektedir. İslamiyet'e inanan kimselere Müslüman adı verilmektedir. Müslüman kelimesi Arapça bir kavram olun 'Müslim' kelimesinden türemektedir.

İslamiyet ortaya çıktığı zamandan itibaren insanlara doğru yolu göstermeye çalışmış ve İslamiyet'e mensup olmaya gayret göstermiştir. İslamiyet'in asıl amacı insanlara doğruluğu, güzelliği, adaleti, sağlığı, temizliği ve salih bir hayatı sağlamayı hedeflemektedir. İnsanlar arasında her hangi bir ayırım yapmamaktadır. Sadece takva ve fazilet sahibi insanlar ayırım görmektedir. İslamiyet'te yapılan bütün faaliyetler din ile alakalı olmaktadır. İslamiyet onca insan içerisinde seçilen Hz. Muhammed'e gönderilmiştir. İslamiyet'in ortaya çıktığı dönemde Mekke'de Putperestlik vardı. Kabe'de 360 put merkezleştirilmişti. O dönem insanları dini hayatlarında Allah dışında çeşitli mabutlara tapmaktaydı. İslamiyet'in doğduğunda Mekke, Kureyş kabilesi tarafından yönetilmekteydi. Mekke'yi şehrin ileri gelen on ailesi tarafından yönetiliyordu. Söz konusu on aile arasından göze çarpanlar arasında Emeviler askeri, Haşemiler ise dini görevleri yerine getirmekteydi. Hz. Muhammed Haşemi ailesine mensuptu (Şahiner, 2012, s. 23).

Hz. Muhammed'e İslam dininin gönderilmesi; Ramazan ayının yirmi sekizi 610 yılında Hz. Muhammed Hira Mağarasında yalnız başına derin düşüncelere daldığında, dört büyük melekten biri olan Cebrail görünür ve ona Allah tarafından peygamber seçildiğini ve insanları ilah yolunda çağırması gerektiğini bildirmesiyle başlamıştır. Artık yeni din olan

İslamiyet'in ilkelerini ölünceye dek bir takım sureler, ayetler şeklinde yine Cebrail tarafından bildirilmeye devam etti. Son gelen ayet ile 22 yıl 22 ay ve 2 günde Kur'an-ı Kerim tam anlamıyla oluşturuldu. İslam oruç, zekat, hac ve namazdan oluşan bir inançtır. İslamiyet'te hac, Allah'ın buyrukları insanlara ulaşınca boyun eğmenin sembolü şeklinde tanımlanmaktadır. Hac ibadeti, insanların manevi vatanı, kıblesi, yönü, istek ve arzularının adresidir. İnsanlar hac ibadetini yaptıktan sonra, hayat tarzlarında ve anlayışlarında bir takım değişiklikler meydana gelmektedir. İslamiyet için kutsal sayılan Kur'an-ı Kerim kitabı günümüz inanç turizmi anlayışını 1400 yıl önce belirlemiştir. Çünkü milyonlarca insanlar hac ibadetini gerçekleştirmek adına Mekke ve Medine'ye gitmektedirler. Turizm endüstrisi içerisine ulaşım, seyahat, konaklama, yeme-içme gibi etmenleri barındırmaktadır. Müslümanlığın kutsal kitabı olan Kur'an-ı Kerim'de de bu kelimelere karşılık çeşitli kelimeler kullanılmaktadır. *"Tövbe eden, ibadet eden, hamd eden, seyahat eden, rüku eden, secde eden iyiliği emredip kötülüğü men eden ve Allah'ın sınırlarını koruyan insanlardır. O müminleri müjdele"* (Kur'an/ Tevbe, 112). Burada bir insanda olması gereken tüm özellikler sırası ile belirtilmektedir. İnsanların hatalarını anlayıp tövbe etmesi, Allah'ın varlığına inanıp ibadette bulunması, şükretmesi, ibadet amaçlı seyahatte bulunması, her türlü kötülükten sakınıp iyilik yapması gerekmektedir. Bahsi geçen seyahat bir anlam kazandırılarak ibadet olduğu belirtilmektedir (Baysal, 2019, s. 5; Usta, 2005, s. 9).

## **1.2. Batıl Dinler ve Tarihi Gelişimi**

Küreselleşmenin artmasıyla birlikte dünyada, ülkeler ve kültürler arasında var olan farklılıklar ortadan kalkmaktadır. Buna göre eğitim, spor, ekonomik ve turizm gibi çeşitli faaliyetlerle birlikte insanlar bilinçli veya bilinçsiz olarak, farklı din ve kültürlere sahip insanlarla aynı ortamlarda hayatlarına devam etmek durumundadırlar. Böylece farklı din ve kültürler birbirini tanımakta ve birbirinden etkilenmektedir.

### **1.2.1. Hinduizm**

Hinduizm dünyada bilinen en eski dini geleneklerden bir tanesidir. Hinduizm'in tarihi neredeyse dört bin yıllık bir geçmişe sahiptir (Yitik, 1998, s. 77). Hinduizm'in tarihsel sürecine bakıldığında üç farklı döneme ayrıldığı ve bunların Klasik, Ortaçağ ve Modern Hinduizm olarak adlandırıldığı bilinmektedir..

İlk olarak Klasik Hinduizm, ortaya çıkışından M.S. X. yüzyıla kadar yani *Advaita* hareketinin ortaya çıkışına kadar olan süreyi içermektedir. Klasik dönemin öne çıkan

özelliği, diğer dinlerin etkisinde kalmadan kendi içinde meydana gelen değişimler ve gelişmeler sayesinde meydana gelmesidir.

İkinci olarak Ortaçağ Hinduizm'i, 10. ve 17. yüzyılları arasındaki dönemi içermektedir. *Bhakti* hareketinin ortaya çıktığı, yayılmaya başladığı ve İslam diniyle karşılaştığı dönemi kapsamaktadır. Ortaçağ döneminin öne çıkan özelliği de, İslam diniyle karşılaştığı için kendi içindeki değişim ve gelişmelerde İslam dininden etkilenmiş olmasıdır (Aydın, 2013, s. 62).

Son olarak Modern Hinduizm ise, M.S. XIX. yüzyılda meydana gelen Ram Mohan Roy'un *Brahma Samaj* hareketinin yer aldığı dönem içermektedir. Ayrıca Hristiyanlık etkisinin de olduğu dönem olarak bilinmektedir (Yitik, 2015, s. 324). Aynı zamanda bu dönem 1830'lardan günümüz dünyasına kadar olan dönemi de kapsamaktadır. 1830'lu yıllarda Avrupa'da Hindu dininin varlığının temelini atılmasının sebebi Hindistan'dan İngiltere'ye ve Hollanda'ya toplumsal iş göçünün yaşanmasıdır (Şenay, 2002, s. 140). Hinduizm, farklı inanç ve kültürlerin tarihi süreç içinde bir araya gelmesiyle ortaya çıkmıştır.

Hinduizm'in yüzyıllar boyunca nesilden nesile aktarılmıştır. Bunun en önemli özelliği ise kutsal metinleri halk tarafından benimsenilip kabul edilmiş olmasıdır. Böylece Hinduizm çağımız gününe kadar mevcudiyetini devam ettirmiş olmaktadır (Kutlutürk, 2015, s. 143). Hinduizm dininin kutsal metinleri, Veda İlahileri, Brahmanalar, Aranyakalar ve Upanişadlar olarak bilinen koleksiyonlardan meydana gelmektedir. Tüm bu kutsal metinlere *sruti* ( *ilham veren*) çeşidi eserler adı verilmektedir. Aynı zamanda bu kutsal metinlere ek olarak Destanlar, Puranalar, Sutralar ve dinsel kanunnameler yer almaktadır. Bunlara da düşünülerek, kafa yorarak yazılan ve aktarılan eserler anlamına gelen *smriti* adı verilmektedir (Yitik, 2015, s. 333; Aydın, 2013, s. 65).

### **1.2.2. Budizm**

Budizm'in tarihi gelişimi üç dönemde incelenmektedir. Bunlardan ilki ilk Budist dönemidir. Bu dönemde Buda'nın aydınlanmaya ermesinden Maurya kralı Asoka'nın M.Ö. III. yüzyılda söz konusu dini devletin resmi dinin olarak kabul görmesine kadar olan süreç olarak bilinmektedir. Bu dönem yaklaşık üç asırlık bir dönem olarak bilinmektedir. Bu dönemde Budizm sadece Ganj havzası etrafında bilinen bir mezhep olarak tanınmaktadır. Halk arasında henüz bilinen bir din değildir. Fakat bazı yerel yöneticilerin desteği ile Vinaya

ve Sutta Pitaka olarak bilinen Pali metinleri bulunmuştur. Aynı zamanda dinle alakalı ortaya çıkan sorunları çözmek için Hristiyanların gerçekleştirdiği konsillere benzer dini toplantılar bu dönemde yapılmıştır. İkinci dönem ise Hinayana Budizm dönemidir. Bu dönemde kral Asoka tarafından belirlenen ahlaki kurallara ve bu kuralların bireysel olarak uygulanışına vurgu yapılmaktadır. Budizm kral Asoka döneminde sapık bir Hindu mezhebi olmaktan kurtulup bir din olma mertebesine yükselmesiyle bilinmektedir. Budizm tamamen benimsetildikten sonra kral Asoka M.Ö. 250'li yıllarda II. Pataliputra Konsili'ni bir araya getirmiş ve yönetmiştir. Konsilin amacı, Budist düşüncelerin ve öğretilerinin her tarafa yayılması için misyonerlerin bir araya gelerek bütünleşmesidir. Kral Asoka bu amaçlarında başarılı olmuştur. Ama bir takım farklı Budist ekollerini uzaklaştırma konusunda yeterince etkili olamamıştır (Şahin, 2005, s. 43). Aynı zamanda kral Asoka'nın bir araya getirme çalışmaları, zaten var olan görüş ve fikir ayrılıklarının daha da derinleşmesine zemin hazırlamıştır. Son olarak üçüncü dönem ise, Mahayana Budizmi olarak bilinmektedir. Bu dönem kral Asoka'dan Kuşhan kralı Kanişka'ya kadar olan ve daha sonrasında yerel kültürler ile etkileşimin olduğu dönemdir. Kral Asoka öldükten sonra Maurya krallığı Sunga Hanedanlığının himayesi altına girmiştir. Böylece Budizm için diyaspora dönemi başlamıştır. Çünkü yeni kral Sunga koyu bir brahmindir. Himayesi altındaki tüm yerlerdeki stupaların yok edilmesini ve viharaların Hindu mabetlerine çevrilmesini ve buralardaki tüm Budist keşişlerin öldürülmesi hükmünü vermiştir. Bundan dolayı Budistler kral Sunga'nın hakimiyetinde olmayan yerlere göç etmek zorunda kalmışlardır. Budistler Hint Yarımadası ve Afganistan taraflarına göç etmişlerdir. Bu yerler o dönemlerde Grek ordularının ve Orta Asya'dan gelen göçebe topluluklarının egemenliği altındaydı. Böylece Budizm, Hint kültürü dışında başka bir kültürle etkileşime geçmiş ve bir takım değişimler ve gelişmeler söz konusu olmuştur (Aydın, 2013, s. 104).

Budizm dininin kutsal metinleri Pali Kanon ve Mahayana Kutsal Liteatürü olarak bilinmektedir. Aynı zamanda Pali Kanon "Tripitaka" olarak adlandırılmaktadır. Bu kelime üç sepet anlamına gelmektedir ve dinin öğretilerini nesilden nesile aktarılmasında kullanılmaktadır. Söz konusu bu üç sepet şu şekildedir: Manastır kaidelerini kapsayan *Vinaya Pitaka*, Buda'nın vaazlarını kapsayan *Sutta Pitaka* ve felsefi açıklamaları anlatan *Abhidhamma Pitaka*'dır (Yitik, 2015, s. 358-361).

### **1.2.3. Caynizm**

Caynizm M.Ö. 6. yüzyılda Ganj Havzası etrafında ortaya çıkan bir inanç sistemidir.

Alan yazındaki bilimsel çalışmalara göre Caynizm'in kurucusu Vardhamana'dır. Vardhamana M.Ö. 540'lı yıllarda Hindistan'ın kuzeyinde yer alan Vaisali de dünyaya gelmiştir. Vardhamana yaşamının ilk yarısına kadar düzenli bir aile hayatında yaşam sürmüştür. Vardhamana'nın ailesi askeri kastına mensuptur. Otuz yaşından sonra Vardhamana züht ve riyazete girmiştir. Bazı kaynaklara göre Vardhamana'nın bu kararı almasında anne ve babasını üst üste kaybetmesinden dolayı olduğundan bahsedilmektedir. Bazı kaynaklara göre ise dönemin geleneklerinin bu şekilde olduğu yönündedir. Vardhamana on üç yıllık sert bir riyazetenin sonunda aydınlanmaya ermiştir. Vardhamana aydınlandıktan sonra Muzaffer (Jina) veya Büyük Kahraman (Mahavira) ünvanına sahip olmuştur. Vardhamana yaşamının ikinci yarısını Caynizm dinine adanmış ve kendinden önceki öğretileri ve yeni keşfettiği öğretileri öğrencilerine aktararak geçirmiştir. Vardhamana M.Ö. 470'li yıllarda yetmiş yaşında ölüm orucu tutarak hayata gözlerini yummuştur (Yitik, 2015, s. 389; Aydın, 2013, s. 144). Caynizm Hinduizm'e tepki olarak ortaya çıkmıştır. Gandhi ve Kalidas gibi tanınan siyasetçi ve edebiyatçılar sayesinde dünyada tanınır hale gelmiştir. Yaşayan tüm canlılara fazla değer veren ve onlara zarar verilmesinin yasak olduğu bir dindir. Aynı zaman da özel mülkiyeti reddeden ve ölüm orucu gibi kendilerine özgü özellikleriyle Caynizm dinini diğer dinlerden farklı hale getirmişlerdir. Bu dine mensup olan bireyler (Caynistler) tarafinsan kabul görülen ortak bir kutsal metinleri bulunmamaktadır. Digambara ve Svetambara mezhepleri belli başlı metinler konusunda diğerlerinden farklı görüşlere sahiptirler. Söz konusu mezheplerin üyeleri Purvalar olarak tanınan erken dönem kutsal metinlerinin yok olduğunu düşünmektedirler. Bu üyeler sadece Vardhamana'nın öğretilerinin öğrenciler vasıtasıyla nesilden nesile aktarılabileceği görüşündedirler (Sümer, 2018, s. 259).

#### **1.2.4. Sihizm**

Edinilen bilgiler sonucunda Hindistan'da Hinduizm'den önce 8. yüzyılda Arap tüccarlar sayesinde İslam dini hakim durumdaydı. Daha sonra Hinduizm de ortaya çıktığında İslami inançlarla Hindu inançları bir araya gelerek çeşitli oluşumlar ortaya çıkmaya başlamıştır. İslam dini tek tanrıcılığı savunurken, Hindu dini ise tanrı ve tanrıçaların birden fazla olmasıyla bilinmektedirler. Yine İslam dini her bireyin eşit olduğunu savunurken, Hindu dini ise bir eşitsizliğin söz konusu olduğuna inanarak toplumu sınıflara ayırmaktadırlar. Tüm bunlardan yola çıkarak Sihizm ortaya çıkmıştır (Aydın, 2013, s. 168-169). Sihizm, Guru Nanak adlı kişi tarafından kurulmadan önce Pencap bölgesinde



var olan Nath geleneği, Sant hareketi ve Baba Ferid, Namdev, Ravidas ve Kabir gibi din liderlerinin yaşam ve fikirleri çerçevesinde gelişmiş bir inanç sistemidir. Sihizm dininin kutsal metinleri Adi Grand ve Guru Grand Sahip olmak üzere iki adettir (Yitik, 2015, s. 406).

### **1.2.5. Şintoizm**

Japonların ulusal ve yerel bir dini olarak tanınan Şintoizm, dünyanın en eski dinlerinden birisidir. Günümüzde Şintoizm, Budist, Taoist ve Konfüçyüsçü etmenlerinde etkisiyle antik çağlarda şekillenmeye başlayan animistik bir inanç sistemidir. Tarihi olarak ele alındığında ise Ural-Altay halklarına ait olan Şamanizm öğretilerinin günümüze ulaşmış bir uzantı olarak değerlendirilmektedir. Şinto kelimesi Shin (iyi ruhlar) ve Tao (yol) kelimelerinin bir araya gelmesiyle ortaya çıkmaktadır. Şintoizm'in Japoncadaki anlamı "Tanrıların veya ruhların yolu" olarak tercüme edilmektedir. Japonlar VI. yüzyılda Budizm'in kendi topraklarına gelmesiyle kendi inanç sistemlerini onlarinkinden ayırmak için Şinto kelimesini kullanmaya başlamışlardır. Şintoizm dininin kutsal metinleri Kojiki ve Nihongi olmak üzere iki adettir (Arık, 2015, s. 466; Aydın, 2013, s. 232).

### **1.2.6. Konfüçyanizm**

Konfüçyanizm, Çin alışılmışlıklarına göre şekillendirilen ve Çin'in önde gelen bilge ve filozoflarından biri olan Konfüçyüs'e ithaf edilen sosyopolitik, ahlaki, ekonomik, dini vb. konularla alakalı inanç ve yaptırımların tamamının adıdır. Çin halkının yerli ve milli dinlerinden bir tanesidir. Aynı zamanda Konfüçyanizm, Çin'de zaten var olan dinin üstüne sağlaştırılarak oluşturulmuş bir ahlaki sistem olarak da bilinmektedir. Konfüçyanizm Çin'de Ju Chiao (Bilginlerin Öğretisi) veya K'ung Chiao (Konfüçyüs'ün Öğretisi) olarak bilinmektedir. Konfüçyüs öğretileri, Konfüçyüs'ten önce Ju olarak bilinen bilgin sınıfının öğretilerine kadar dayanmaktadır. Söz konusu bilgin sınıf (Ju), kendi zamanında Gök'e ve Yer'e taparak kurban ve dualar sunmaktaydı. Dolayısıyla doğa tanrılarına ve atalarının ruhlarına ziyafet törenlerinin düzenlendiği resmi bir tapınmanın dini merasimlerinde ve ayinlerinde bulunan yetkili bireyler ve uzmanlardan oluşmaktaydı. Konfüçyanizm dininin kutsal metinleri Wou King (Beş Klasik) ve Se Chou (Dört Kitap) olmak üzere iki koleksiyondan oluşmaktadır. (Güç, 2015, s. 432; Aydın, 2013, s. 199).

### **1.2.7. Taoizm**

Taoizm, Çin’de felsefi bir düşünce olarak yedi asır var olmuştur. Daha sonra ise yaklaşık olarak on sekiz asır önce bir din olarak benimsenilmiş bir inanç sistemidir. Tao kelimesi Çince bir kelimedir ve anlamı “yol” manasına gelmektedir. Taoizm din olarak benimsenildiğinde Çinliler tarafından T’ien Tao (Göğün Yolu) olarak bahsedilmiş ve yine onu Jen Tao (İnsanın Yolu) ile kıyaslamışlardır. Çinlilere göre T’ien Tao kutsal, doğru, hakkaniyetli ve parlaktır; Jen Tao ise tam tersi şekilde karanlık ve kötülüklerle doludur. Taoizm’in kurucusu ise Lao Tsu olarak bilinmektedir. Taoizm dininin kutsal metni Tao Te King (yol ve onun gücü klasiği)’dir (Güç, 2015, s. 454; Aydın, 2013, s. 207).

### **1.3. Hac Yolculuklarının Semavi Dinler Öncesindeki Gelişimi**

İnanç kavramı insanlığın başladığı andan itibaren var olmaya başlamıştır. Semavi dinlerde olduğu gibi ilk uygarlıkta da ibadet yapılmaktaydı. Her milletin kendine göre inandığı, tapındığı, kutsal saydığı tanrı veya tanrıları bulunmaktadır. Kişiler inandıkları tanrıya ibadet etmekteydi. Yapılan bu ibadetler her millette, toplulukta farklılıklar göstermektedir.

#### **1.3.1. Mısırlılarda Hac**

Mısır dönemine ait tapınakların duvarlarında çeşitli resimler ve yazılar bulunmaktadır. Bu resim ve yazılar çeşitli şeyler anlatmaktaydı. Elde edilen bu resim ve yazılar doğrultusunda Mısırlıların hac ibadeti yaptıkları ortaya çıkmaktadır (Ergin, 2007, s. 21; Kurt ve Tüz, 2015, s. 40). Mısır halkı için seyahat oldukça zor bir eylemdi. İbadetlerini gerçekleştirmek için ilk fırsatını bulduklarında tapınaklara gidip tanrı için ibadetlerini yerine getiriyor ve dua ediyorlardı. Kutsal merkez olarak kabul ettikleri çeşitli yerleri bulunmaktaydı. Bunların bazıları Busiris, Bubastis, Memphis, Abydos ve Karnak idi. Kaynaklardan elde edilen verilere göre Mısırlıların hac ibadeti hakkında yeterli veri bulunmamaktadır. Fakat elde edilen resim ve yazılardan anlaşılacağı üzere Mısırlılarda hac ibadetinin var olduğu söz konusudur (Erbaş, 2002, s. 101).

#### **1.3.2. Yunanlılarda Hac**

Yunanlılar belirlenmiş günlerde ve bayramlar kutsal saydıkları tanrılarını ziyarette bulunmak için değişmeyen yollarda seyahat ederek hac ibadetlerini gerçekleştirmektedirler. Yunanlılar hac ibadetlerini ihtişamlı törenler ve ritüellerle yapmaktaydılar. Hac ibadetlerini

gerçekleştirmek için birden fazla kutsal mekanlar ve tapınaklar bulunmaktaydı. Delos, Delphe, Eleusis, Efes, Epidaure, Olympus gibi yerlerde bulunan tapınaklar, kişileri ibadet etmek için kendilerine çekmeye başarmışlardır. Yunanlılarda hac ibadeti ve hacılar, toplumun bir araya gelmesine ve beraber bir arada bulunmasını güçlendirmekteydi. Örneğin; Eleusis'e yapılan hac yolculuklarında insanlar belirlenmiş güzergah boyunca yayılmakta ve büyük bir ayin alanı oluşturmaktaydılar. Hac yolculuklarının amacı hakikate yönlendirmek, dindarlığa ulaştırmak, adalete, dürüstlüğe götürmekti (Erbaş, 2002, s. 102; Kurt ve Tüz, 2015, s. 41).

### **1.3.3. Hititlerde Hac**

Hitit halkı, insanlığın başına gelen tüm kötülüklerin ve savaşların tanrılar tarafından gönderildiğini düşünmekteydi. Bu kötülüklerin ancak tanrıları memnun ettiklerinde biteceği inancı vardı. Hititliler tanrılara karşı ibadetlerini; tapınakları ziyaret ederek, tanrılar adına ziyafetler organize ederek, en taze yemek ve içeceklerini tanrılara sunarak, çeşitli merasimlerde danslar ederek yapmaktaydılar. Bu bağlamda krallar tanrıları memnun etmek için yılın belirli zamanlarında ve bayramlarında belirli kutsal mekanlardaki tanrı ve tanrıçaları ziyaret etmekteydi. Gerçekleştirilen bu seyahatler mecburi olarak kabul edilmekteydi. Bahsi geçen mecburi gezilerde krallar ülkenin belli başlı kentlerine hac ziyaretinde bulunmaktaydı. Yapılan bu hac seyahatleri vesilesi ile kral ve onun yanındakiler hacı mertebesine yükselmekteydi. Hac seyahatinde bulunan krala çeşitli hediyeler sunulmaktaydı. Hititlerde hac ziyaretleri doğudan batıya doğru yapılmaktaydı (Gavaz, 2014, s. 52).

### **1.4. Semavi Dinlerde Hac Ziyaretlerinin Yapılış Şekilleri**

Kişilerin inandıkları, uğruna ibadet ettikleri her bir dinin belli başlı yasakları ve kuralları bulunmaktadır. Bunların içerisinde hac ziyaretlerinin yapılış şekilleri de yer almaktadır. Aynı zamanda birbirinden farklılık göstermektedir.

#### **1.4.1. Yahudilik**

Yahudi dinine inanan kişilere, Tevrat'ta belirtildiği gibi yılda üç defa hac ibadeti emredilmektedir. Belirlenen bu hac zamanları; Fısih, Sukot, Şavuot bayramları olarak bilinmektedir. Ağlama Duvarı günümüzde kutsal topraklar olarak görülen Kudüs'te yer almaktadır ve söz konusu bu duvar hac ibadet yeri olarak kabul edilmektedir. Ancak bu

ibadet zorunlu değil, isteğe bağlıdır. Ağlama Duvarının yarıklarına dileklerin yazılı olduğu kağıt parçaları yerleştirilerek gerçekleştirilmektedir (Güngör M. , 2017, s. 64) .

#### **1.4.2. Hristiyanlık**

Hristiyanlık dinine inanan kişiler Tevrat'ın belirlemiş olduğu ilkeleri benimsemektedirler. M.S. 70 yılında toplanan ilk Hristiyan Konsülünden sonra kurban ve hac ibadetine son verilmişti. Daha sonra Pavlus'un yapmış olduğu yorumlarla gerçekleştirilen hac ibadetine batini bir anlam yüklenmiştir. Hristiyanlar hac ibadetini çeşitli şekillerde yerine getirmektedirler (Kar, 2007, s. 69). Bunları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Bedeni Dua (Yüzüstü Yere Kapanma)
- Sessiz Tövbede Bulunma (Çıplak Ayakla Diz Üstü Yürüme)
- Su Kullanma (Suya Temas Etme ya da Çeşitli Şekillerde Sudan yararlanma)
- Ayak Egzersizlerini Çoğaltarak ( Tanrı'nın Rızasını Kazanma).

#### **1.4.3. İslamiyet**

İslamiyet'te hac, bu dine inanan kişilere farz kılınmış ibadetlerden biridir. Kur'an-ı Kerimde bahsi geçen şartları taşıyan her Müslüman'ın ömründe bir kez hac yapması farz kılınmıştır. Hac ibadeti Hicret'in 9. yılında farz kılınmıştır. İslamiyet'te yer alan bu hac ibadeti hem mali hem de bedeni bir ibadettir. Belirlenmiş bir zamanı bulunmaktadır. Müslümanların hac ibadetini gerçekleştirmek için “Kabe, Arafat, Müzdelife, Mina” ya gitmeleri gerekmektedir. (Çakmak, 2015, s. 74).

#### **1.5. Dini İnanç**

Arapça bir kavram olan din, sözlük anlamı itibarıyla “Doğaüstü güçlere sahip olan kutsal varlıklara ve Tanrı'ya tapmayı ve inanmayı sistematik hale getiren toplumsal kurum veya diyanet” olarak kullanılmaktadır (TDK, 2019). Batı dillerinde “religion” kelimesiyle ifade edilmektedir. Bu ifade Allah'a korku ve saygı ile bağlılık gösterme, kişinin ibadet etmesi, ayin ve törenlere katılma gibi eylemler içerdiğini göstermektedir. Türkçe kullanımında din kavramı ise herhangi bir inanç sistemine ait olan kaideler bütünü olarak ifade edilebilmektedir. Jung “religio” kavramının anlamına uygun olarak dinin

formüleştirelebilen özel bir zihin durumu olduğu söylemektedir. Bu kavram tanrılar, ruhlar, şeytanlar, kanunlar ve idealler ya da ne isim verilirse verilsin kişinin hayatı boyunca önem verdiği, güçlü olarak kabul ettiği, tehlikeli gördüğü veya kendinden vazgeçeceği kadar değer verdiği ve insanoğlunun tapacak kadar anlam yüklediği, güzel ve iyi gördüğü şeylerin ve dinamik olarak kabul görülen etmenlerin dikkatli bir şekilde gözlemlenmesi ve hesaba katılması şeklinde açıklamaktadır (Karaçoşkun, 2004, s. 24).

Genel anlamıyla inanç; bir şeye bağlanmak, bir şeyi kabul etmek ve doğrulamak anlamlarını içerisinde taşımaktadır (Kurnaz, 2013, s. 11). Çoğu zaman inanç kavramı iman kavramı ile aynı anlamda kullanılabilir. Ancak inanç; bilgi, kanaat ve imanı da içine alarak iman kavramından daha geniş, güçlü ve kapsamlı bir anlamı taşımaktadır. Aynı zamanda doğrudan doğruya görmeksizin ve şüphe duymaksızın bilen bir kişiye tam anlamıyla güvenilmesini ifade etmektedir. Dini inanç kavramı ise kişi tarafından hem kendisinin hemde tüm evren üzerindeki gücün ve hakimiyetin kabul edildiği, kudret ve kuvvet sahibi, doğa üstü bir varlık ve bu varlık ile insan ilişkilerini olumlu yönde etkileyen esaslar, kişinin din bağlamında kabul veya reddetmesi ya da şüphe duyması anlamına gelmektedir (Kaya ve Aydın, 2011, s. 16-17).

Kültür kelimesi Latince’de “cultura”, Türkçe’de ise “ekin” anlamına gelmektedir. Evrende bulunan ve insan elinin değmesi sonucu üretilmiş olan tüm şeyler kültür kavramı ile tanımlanabilmektedir. Genel anlamıyla ise kültür, insanoğlu tarafından üretilen sanat, gelenek, değer, bilgi ve inanç gibi kavramların bir araya gelmesiyle oluşan bir bütün olarak kabul edilmektedir. İnsanlar doğayı, kendilerine ait olan değerleri ve inançları doğrultusunda şekil vererek kültürleştirmektedir. Din kavramının tanımında olduğu gibi kültür kavramının da birden fazla tanımı bulunmaktadır. Kültür tanımına yapan her düşünür veya yazar, kendi toplumuna ait olan uygun bir kültür kavramı tanım benimsemektedir (Tanrıverdi, 2018, s. 597). Din ve kültür arasında karşılıklı olarak uyumlu bir ilişki söz konusudur. Din, içinde bulunduğu toplumun kültürünü kendi kurallarına göre tasarlamakta ve kültürün olanakları doğrultusunda kendisine uygulama sahası oluşturmaktadır. Böylece bütün dinler sahip oldukları kurallar neticesinde ait olduğu toplumun kültürünün biçimlenmesinde büyük ölçüde etkili olmuşlardır (Eliot, 1987, s. 13).

## **1.6. İnanç Turizmi**

İnsanların inançları doğrultusunda kutsal yerleri ziyaret etmelerinin, turizm

faaliyetleri kapsamında ele alınması “inanç turizmi” olarak ifade edilmektedir (Sargın, 2006, s. 3). İnanç turizminin, din ve turizm ilişkisi bağlamında iki tür boyutu mevcuttur. Birinci boyutta insanlar, inançları doğrultusunda kutsal bir yeri ziyarette bulunmaktadır. Örneğin, kişilerin hac ibadetini yerine getirmesi ya da dini bakımdan önemli görülen diğer kutsal yerlerin ziyaret edilmesi gibi. Bu boyut turizme ilişkin literatürde çoğunlukla “inanç turizmi” kavramı olarak rastlanılmaktadır. Birinci boyuttaki en önemli faktör gidilen destinasyonun niteliğini kapsamaktadır. Sonraki boyutta ise kişilerin nereleri ziyarette buldukları önemli görülmemektedir (Zaman, 2005, s. 1-2). Turizm faaliyetleri arasında hangisine katılım gösterdikleri fark etmeksizin insanlar dini inançlarının getirdiği emir ve kurallar doğrultusunda yaşamakta ve söz konusu bu emir ve kurallara göre örnek bir turistik davranış şekli göstermektedirler. Bu boyutta önem arz eden faktör ise turistik faaliyetlere katılım gösteren kişilerin turistik tüketici davranışlarına dini inançları yön vermektedir. (Tekin, 2014, s. 751).

İnanç, kişilerin seyahat etmesine etki eden en eski etmenlerden bir tanesi olarak ifade edilmektedir. Bu anlamda inanç turizmi, çeşitli dinler tarafından bazı görevleri ve ibadetleri uygulamak, dini törenlere ve gruplara katılım sağlamak, kutsal olarak kabul edilen yerleri ziyaret etmek, çeşitli dinler açısından önemli çekim merkezlerinin görülmesi amacıyla düzenlenen ve bazı dinler için yılın belirli dönemlerinde yoğunluk arz eden ziyaret etme, seyahatte bulunma ve konaklamalardan meydana gelen bir turizm çeşidi olarak kabul edilmektedir (İçöz, 2007, s. 13). Turistlerin sonsuz istek ve arzuları ile dünyada var olan kültürel değerlerin turizme tanıtılması ve kazandırılması gereken yerlere yönelik yapılan seyahatler inanç turizmi olarak ifade edilmektedir (Özgen, 2012, s. 256). Toplumumuzun bu topraklar üzerinde ilk çağlardan beri yaşam sürdüğü ve çeşitli dönemlerin katkılarıyla dinleri, adetleri, gelenekleri, mimari yapıları ve sanat eserleri günümüze kadar korunmuş ve tüm bu değerler turizm açısından son derece önem arz etmektedir. Böylece Hristiyan havariler ve Ortaçağ’da Musevilerin yaşam sürdüğü toplumlarda yaşadıkları ağır baskılar ve ortadan kaldırma stratejileri neticesiyle Anadolu topraklarına göç etmeleri ile Anadolu’da üç büyük semavi dinin var olduğu, geliştiği ve yayıldığı bir merkez haline gelmiştir (Güzel, 2010, s. 90). Bu anlamda Anadolu inanç turizmi açısından önemli bulguların ve kültürel mirasın var olduğu bir çekim merkezi haline gelmiştir. Bu zengin kültürel mirasın geçmişten günümüze kadar korunarak gelmesiyle inanç turizmi ile daha da iyileştirilip, geliştirilerek turizme kazandırılması ve bu anlamda turist sayısının artırılması çeşitli bölgelerde dini turizm adı altında turistlerin seyahat etmelerini büyük oranda etkilemektedir (Kozak, vd.,

2012, s. 23-24). Dini inançların turizm endüstrisinde önemli bir payı bulunmaktadır. Ortaçağda toplumsal davranışların ve toplumun neredeyse temel yapısını oluşturan din, kişilere seyahat etmeye iten temel etkenlerden bir tanesi olarak kabul edilmektedir. Ortaçağda yer alan çeşitli dinler nedeniyle kutsal kabul edilen yerleri ziyaret etmek gerekmektedir. Böylece bu seyahatler ekonomik bir boyut kazanarak turizme hareket katmaktadır (Olalı, 1984, s. 35). İnanç turizmi günümüzde hala önemini korumaktadır. Her yıl düzenli bir şekilde milyonlarca kişi hac ibadetini yerine getirmek için Mekke'ye giderek turizme hareketlilik katmaktadır. Hristiyanlar her yıl kutsal kabul ettikleri yerleri; Kudüs, Roma, Efes gibi mekanları dini amaçla ziyaret etmektedirler. Turizm çekim unsurları olarak dini binalar (cami, kilise, tapınak, mabet, türbe, katedral) rölikler, hac yolları, ritüeller, festivaller ve dini törenlere yönelik faaliyetler turistlerin dikkatini çekmektedir. Bu yapılar dini amaçlarla kullanıldıkları gibi kültürel mirasın oluşmasında da etkili olmuştur. Turistlerin kutsal olarak kabul edilen inşalara karşı olan ilgisi ve bunun neticesinde yaptıkları ziyaretleri turizm ve inanç ilişkisi arasındaki en dikkat çeken bağlantıdır (Okuyucu ve Somuncu, 2013, s. 629). Fakat dini amaçlarla yapılan seyahatler bazen amacı dışına çıkmaktadır. İnsanlar doğasında bulunan merak ve ilgi içgüdüsüyle, eğlenmek ya da dinlenmek amacıyla seyahat etmektedir. Bu sebeple insanlar ibadet etmek için seçtikleri yerlerde hem tatilini yapmakta hem de ibadetlerini yerine getirmektedirler. Böylece hem ziyaret hem de ticaret eylemini gerçekleştirmektedirler (Doğan, 2004, s. 42).

Kısaca inanç turizmi, kutsal olarak kabul edilen çekim merkezlerinin farklı dinlere inanan kişiler tarafından ibadetlerini yerine getirmek için ziyaret edilmesine ilişkin turizm faaliyetleri şeklinde ifade edilebilmektedir.

Genel bir ifade ile inanç turizmi, bireylerin kendi ikamet ettikleri yerin dışında herhangi bir kazanç sağlamayı düşünmeksizin sadece dini ibadetlerini ve görevlerini yerine getirmek için kutsal kabul edilen yerleri görmek ya da ziyaret etmek amacıyla geçici seyahatlerin neden olduğu sosyal ve ekonomik nitelikli olaylar bütünü şeklinde tanımlayabiliriz (Usta, 2005, s. 5).

### **1.6.1. Aktif İnanç Turizmi**

İnsanların dini inançlarını ve ibadetlerini yerine getirmek için başka bölgelere, ülkelere, şehirlere vb. yerlere gitmeleri ve buldukları yerde kaldıkları süre içerisinde turizm ile ilişkili faaliyetlerde bulunmaları aktif inanç turizmi olarak tanımlanmaktadır

(Hacıoğlu & Avcıkurt, 2011). Bir diğer tanıma göre ise herhangi bir ülkenin içinde barındırdığı inanç merkezlerinin çekiciliğini öne çıkarması ve diğer ülkelerden turist çekerek inanç merkezlerinde ibadetlerini gerçekleştirmeleri, orada bulunmaları ve ülkeye döviz bırakmaları aktif inanç turizmi olarak tanımlanmaktadır (Kurnaz, 2013, s. 10). Aktif inanç turizmini gerçekleştiren insanlar gittiklere bölgelere, ülkelere ve şehirlere döviz bıraktıkları için ülke ekonomisine katkıda bulunmaktadırlar. Örneklendirmek gerekirse Hristiyanlar için Türkiye sınırları içerisinde yer alan Meryem Ana Evi gibi önemli ibadet merkezlerine yönelik gerçekleştirilen ziyaretler, Türkiye için aktif inanç turizmi olarak tanımlamak mümkün olabilir (Kaynak, 2010, s. 119).

Kısaca aktif inanç turizmi, bir ülkeden başka bir ülkeye seyahat eden turistler olarak tanımlamak mümkündür. Ekonomik olarak ülkeye belirli miktarlarda döviz bıraktıkları için ülkenin ekonomik durumunu da olumlu yönde etkilemektedir. Sosyal olarak değerlendirildiğinde ise farklı kültürlerden insanların bir araya gelerek insan ilişkilerine ve iletişim becerilerine fayda sağlamaktadır (şahiner, 2012, s. 16).

### **1.6.2. Pasif İnanç Turizmi**

Herhangi bir ülkede yaşayan insanların dini vecibelerini gerçekleştirebilmesi için diğer ülkelerde yer alan inanç merkezlerine yapmış oldukları seyahatler ve bu seyahat süresi boyunca turizmle ilişkili faaliyetlerde bulunmaları ve kendi ülkelerinde aynı faaliyetlerde bulunmamalarından dolayı mevcut ülkelerindeki eylemleri pasif inanç turizmi olarak tanımlanmaktadır. Pasif inanç turizminde, insanların dini vecibelerini yaptıkları inanç merkezlerine sahip olmak değil, söz konusu inanç merkezlerine sahip ülkenin topraklarında bulunmak ve bulunulan süre boyunca turizmle ilişkili faaliyetlerden faydalanarak ülkeye döviz bırakılmaktadır. Bu faaliyet doğrultusunda kişilerin kendi ülkesine ait dövizin başka bir ülke ekonomisine girdi sağlaması o ülkenin ekonomisini kötü yönde etkilemektedir. Pasif inanç turizmini örneklendirmek gerekirse, Hristiyanlar için Türkiye sınırları içerisinde yer alan Meryem Ana Evi gibi önemli ibadet merkezlerine yönelik gerçekleştirilen ziyaretler, ABD için pasif inanç turizmi olmaktadır (Usta, 2005, s. 7).

Kısaca pasif inanç turizmi, insanların dini ibadetlerini gerçekleştirmek için başka bir ülke sınırları içerisinde bulunan inanç merkezlerine gitmeleri, kendi ülkesi bakımında pasif inanç turizmi olarak adlandırılmaktadır.



## 1.7. İnanç Turizminin Özellikleri

İnsanlar gezip görme, dinlenme, spor faaliyetleri, eğitim ve kültür, eğlenme isteği gibi faaliyetlerden dolayı turizme yönelmektedir. Aynı zamanda insanların seyahat etme ihtiyacı hastalıklardan korunma ve kurtulma, sağlıklı kalabilme gibi etmenlerden oluşmaktadır. Dolayısıyla insanlar inanç, akraba ziyaretleri, alışveriş, iş ve toplantı gibi nedenlerle turizm faaliyetlerine yönelmektedirler (Şapcılar, vd., 2017, s. 47).

Her sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de uygulama alanında çeşitli farklılıklar göstermektedir. İnanç turizminin bir parçası olan dini ziyaretler farklı şekillerde organize edilmektedir. Bazı dinlerde diğerlerine oranla daha önemli görülmekte ve daha fazla manevi değer kazanılmasını sağlamaktadır. İnanç turizminin özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Usta, 2005, s. 8; Okutucu, 2017, s. 35).

- İnanç turizminin temel yapı taşı dini inanışlarının oluşturması,
- İnsanların dini inançları gereği bireysel olarak veya grup şeklinde hac ziyaretlerine katılmaları,
- Dinler tarafından önemli dini olayların yıldönümlerinde bir araya gelinmesi,
- Turlarda güzergah üzerinde bulunan dini yerlerin ziyaret saatlerinde esneklik sağlanması,
- İnanç turizminin içerisinde hem dindar hem de dindar olmayan insanların bulunması,
- İnsanların inanç turizmi sayesinde ruhsal tatmin seviyesine ulaşması şeklinde sıralanmaktadır.

Aynı zamanda inanç turizmi stratejik bir yapıda olduğu için gerçekleştirilecek olan pazarlama faaliyetleri de kendine has özellikler barındırmaktadır. Turistik faaliyetlerde bulunacak kişilere iletilecek olan mesajın belirlenmesi, mesajın sunum tarzı, mesajın özelliklerinin belirlenmesi gibi kararlar inanç turizminin özelliklerine göre tasarlanmaktadır.

İnanç turizmi temel olarak manevi bir amaç taşımaktadır. Dinler tarafından zorunlu tutulan seyahatlerde bulunmanın amaçları aşağıdaki gibi sıralanabilir ve bu amaçlardan en az birinin gerçekleştirilmesi gerekmektedir (Güzel, 2010, s. 8-9; Şahiner, 2012, s. 2).

- Hac görevinin gerçekleştirilmesi: Her din için hac ruhen temizlenme, günahlardan kurtulmak için yapılan bir ibadettir.

- Kötülüklerden ve günahlardan kurtulmak, minnettarlığı göstermek, bir adağı yerine getirmek ve dileklerde bulunmak: İnsanlar günlük yaşantılarında karşılaştıkları bir problemi halledemedikleri bir noktada sorunun çözüme kavuşması için ilahi güçleri tercih etmektedirler. İnsanlar kutsal mekanlara giderek tövbe etmekte, adak adamakta ve daha iyi bir insan olarak yaşamlarını devam ettirmek için dualar etmektedirler.

- Manevi ve sosyal çevre tarafından üstün bir statüye erişmek: Bazı toplumlarda dini seyahatlerde bulunmak bir erdem olarak kabul edilmektedir.

- Belirli dini olayların gün ve aylarını anmak: Belirli dini gün ve aylarda bir takım merasimler yapılmaktadır. Bu tarz merasimlerde din liderlerinin gerçekleştirdiği faaliyetleri hatırlamak için tekrarlamalar yapılmaktadır.

- Aynı dine mensup kişilerle bir arada olmak ve onlarla iletişime geçmek: Bu amaç misyonerlik toplantılarını ve hac yolculuklarını kapsamaktadır.

- Gerçeği yaymak: İnanan kişilere dini anlatmak ve yaymaktır.

- Dini toplantılar ve konferanslar gerçekleştirmek: Dine mensup kişilerin maneviyata etkin bir şekilde ulaşabilmesi için eğitimler verilmektedir.

## **1.8. Algı Kavramı ve Süreci**

Algı kavramı insanların beş duyu organını kullanarak, çevrelerinde olup bitenleri ve günlük hayatlarında yaşanan olayları idrak edebilme süreci olarak tanımlanmaktadır. Bir başka deyişle insanların içinde yer aldıkları durumları düzenlemeleri ve söz konusu bu durumları yorumlayabilme yeteneklerinden oluşan süreç olarak da tanımlanmaktadır. Algı kavramının duyu organlarıyla ilişkili olduğu ve söz konusu her iki kavramın duyu süreci etmenlerinden olduğu ifade edilmektedir. Algılama beş duyu organı (tatma, koklama, duyma, görme, dokunma) ve hissetme duyusu vasıtasıyla dış dünyada olanlardan haberdar olma süreci olarak ifade etmek mümkündür (İnceoğlu, 2011, s. 68). Algı kavramı Latince'den (perceptio) Türkçeye geçmiş bir kavramdır. Türkçe karşılığı "bilgi" anlamına gelmektedir. İnsanlar algı süreçlerini beş duyu organlarıyla yapmaktadırlar ve algılar sonucunda tepki verme sürecine girmektedirler. İnsanların beyinleri, çevrelerinde

gerçekleşen olaylara maruz kaldıklarında yaşanan olaylara farklı anlamlar yüklemektedir ve tüm bunlar sonucunda ise belli başlı sonuçlara varmaktadırlar (Tollington, 1998, s. 181). Birbirinden ayrı iki kişi, aynı şartlar altında ve benzer unsurların etkisi altında kaldıklarında, kendi hayatlarına göre, menfaatlerine göre, ihtiyaç ve beklentilerine göre şekillendirmekte ve kendilerine göre yorumlayarak sonuçlandırmaktadırlar (Bakan & Kefe, 2012, s. 21).

İnsanların beyinlerine gönderdikleri algıların anlamlı hale gelebilmesi için bir takım kurallar söz konusudur. Söz konusu bu kurallar algı sisteminin özellikleri şeklinde adlandırılmaktadır. Bu özellikler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Türkmendağ, 2015, s. 70; İlyasoğlu, 2019, s. 29).

- **Maruz Kalma:** Piyasaya sunulacak olan ürün veya hizmetin çeşitli tanıtım araçları (reklam, broşür, afiş, el kitapçığı vs.) vasıtası ile tüketiciye iletilmesidir. Piyasaya sunulan ürün herhangi bir şekilde tüketiciye ulaşmıyorsa yani tüketici bu ürün veya hizmete maruz kalmıyorsa tüm bu unsurlar bir anlam ifade etmemektedir. Tanıtım araçları ile tüketiciye iletilen bu ürün veya hizmetler her tüketici tarafından farklı algılanabilir. Tüketicilerde oluşan algı ile verilmek istenilen mesaj bağdaşmayabilir. Dolayısıyla beklenmedik tavır, tutum ve davranışlar gösterebilirler.

- **Dikkat ve Algıda Seçicilik:** Dış etmenler tarafından ikazlara maruz kalma ve bu ikazları algılama süzgecinden geçirme, algıda seçicilik olarak tanımlanmaktadır. Algıda seçicilik algılama sürecinin ilk aşaması olarak bilinmektedir. Dolayısıyla algıda seçicilik etrafımızda olup bitenlerden algılayabildiklerimiz veya algılamak istediklerimiz kadarını oluşturmaktadır. Tüm bunların sonucunda algılayacağımız olayların belirlenme süreci ise dikkat olarak tanımlanmaktadır.

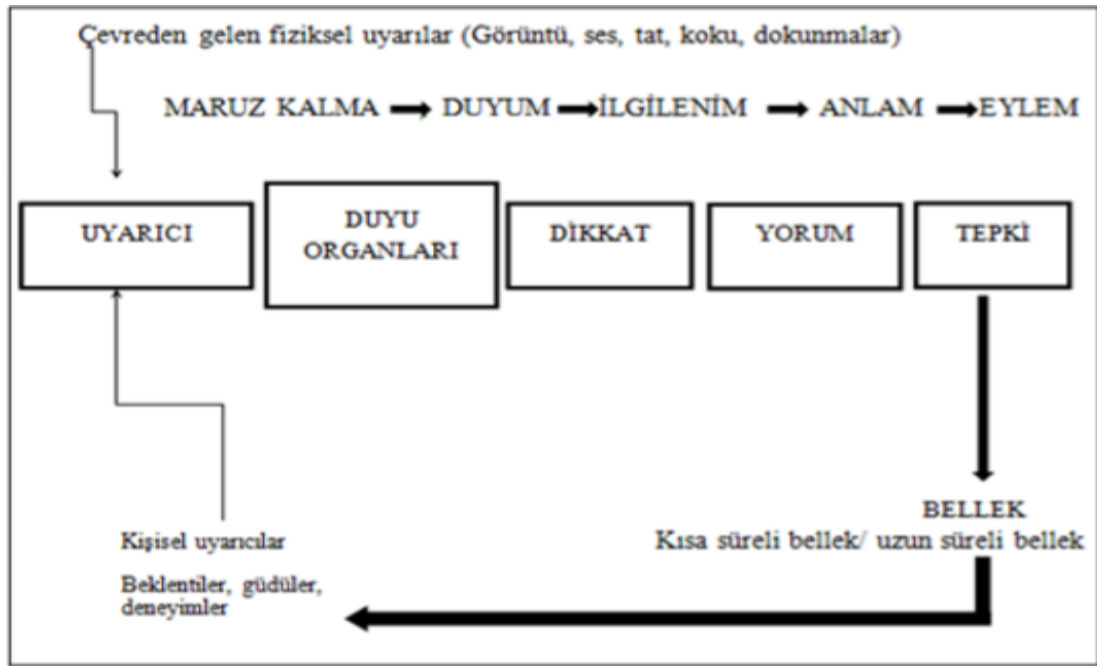
- **Bilinçaltı Algılama:** Farkında olmadan veya istem dışı bir şekilde algılama olarak ifade edilebilir.

- **Dikkat Çekme:** Piyasaya sunulan ürün veya hizmetin sadece tanıtım araçları ile iletilmesi bazı durumlarda yeterli olmayabilir. Sunulan ürün veya hizmetin daha etkili olması için renk, büyüklük, hareketlilik, güç gibi unsurların da etkisiyle desteklenmesi gerekmektedir. Böylece hedef kitlerinin dikkatini kolay bir şekilde üzerine çekmiş olacaktır.

- **Yorumlama:** Algılama sürecinin son aşaması olarak bilinmektedir. Erişilen bilgiye anlam yüklenmesi olarak tanımlanmaktadır.

Algılama sürecinde bireyler etrafindan olanlara çeşitli anlamlar yüklemektedirler. Algılama sürecinde eski yaşam ve tecrübelerin de katkısı bulunmaktadır. Bireyler kendilerine iletilen bilgileri, mesajları alır ve beyinlerinde muhafaza ederler. Fakat bu işlemi pasif bir şekilde yapmazlar. İstekleri, tecrübeleri ve arzuları ile aynı düzeyde alıp algılama sürecine eklerlerken dışarıdan gelen diğer ikazları duymazdan gelirler. Algılama süreci aşağıdaki gibi işlemektedir (Odabaşı & Barış, 2009, s. 128):

Tablo 1.1. Tüketicilerin Algılama Süreci



Tablo 1.1'den anlaşılacağı gibi algılama süreci belli bir mekanizmadan oluşmaktadır. Dolayısıyla dış etmenlerden gelen ikazlar vesilesiyle algılama süreci işleve geçmektedir. İnsanlar hafızalarında, bu durumu süzgecinden geçirip yorumladıktan sonra yine dış etmenlerin yardımı ile bir cevap oluşturmaktadır. Eğer mekanizma doğru bir şekilde işlerse algılama süreci tamamlanmış olacaktır.

### 1.9. Değer Kavramı ve Boyutları

Literatür taraması sonucunda değer kavramının birden fazla tanımının var olduğu sonucuna varılmıştır.

Bazı araştırmacılar göre değer kavramını, satın alınan ürün ve hizmetin maddi olarak karşılığı veya karşılığında ödemeyi kabul ettiği para şeklinde tanımlamaktadır. Bazı araştırmacılar ise değer kavramını, insanların ölene kadar ulaşmak istedikleri hedeflere olan

eğilimi şeklinde, kimi araştırmacılara göre ise değer kavramı, insanların yaşamlarında gerçekleşen olağan durumlara karşı bu olağan durumların tam karşıt durumlarını seçmeleri şeklinde tanımlamaktadır (İlyasoğlu, 2019, s. 31; Külter & Demirgüneş, 2006, s. 331).

Yukarıda yer alan tanımlar neticesinde değer kavramının özelliklerinin aşağıda yer alan etmenleri de kapsamı beklenilmektedir (Koçak & Çeşmeci, 2011, s. 235):

- Değer, ürün ve hizmet ile insanlar arasındaki tepkileşmeyi sağlamaktadır.
- Değer, insanların tercihlerini sunmaktadır.
- Değer, insanlara göre farklılık, çeşitlilik göstermektedir.

Özgündür,

Durumsaldır,

Karşılaştırmalıdır.

- Değer, insanların geçmişte edindiği tecrübelerle dayanmaktadır.

Değer kavramını “Hazcı değer ve Faydacı değer” olmak üzere iki boyutta incelemek mümkündür (Demirağ, 2019, s. 93; Dalgıç & Birdir, 2015, s. 4).

1. Hazcı Değer: İnsanların bir anlık duygularını, hislerini giderme yönelimidir. Sosyal durumlara bağlı olan arzuları istekleri giderme olarak tanımlanmaktadır. Aynı zamanda hazcı değer hedonist tüketimin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Keyif ve isteğin arkasından giderek romantizme erişme olarak bilinmektedir.

Hedonizm kavramı iki boyutta ele alınmaktadır.

Tablo 1.2. Geleneksel Hedonizm ve Modern Hedonizm

GELENEKSEL HEDONİZM	MODERN HEDONİZM
Haz duygusuna ulaşma belli alanlarla ilgilidir.	Hazza ulaşma isteği ve arayışı tüm deneyimlerde vardır.
Haz duygusu, daha çok duyu öğeleri ile ilişkilidir.	Haz, duygular ile ilişki içersindedir.
Duygular, bireylerin kontrolünde değildir.	Duygular, bireylerin kontrolü altındadır
Haz, nesne ve olayların kontrolü sonucunda oluşur.	Hazlar, nesne ve olayların anlamlarının kontrolü sonucunda meydana gelir

**Kaynak:** Corrigan, P. (1997). *The Sociology of Consumption: An Introduction [Elektrik Sürüm]*. London: Sage Publications.

Geleneksel hedonizm, ne istediğini bilen insanlarda görülen bir olgudur. Modern hedonizm ise tüketerek mutluluğu arayan insanlarda görülmektedir.

2. Faydacı Değer: insanların temel ihtiyaçlarını gidermek için yaptığı alışverişler olarak tanımlanmaktadır. Gerçekleştirilen bu alışveriş fayda sağlaması için yapılır ve başarılı bir şekilde tamamlanması şeklinde sonlandırılır. Faydacı değer insanların satın aldığı ürün veya hizmete karşılık verdiği maddi değer sonucunu vaad edilende bulması demektir.

### **1.10. Algılanan Değer Kavramı**

Algılanan değer kavramının çeşitli tanımları bulunmaktadır. Algılanan değer, insanların satın aldıkları ürün veya hizmete karşılık olarak verdikleri paraya ve vakte ürünün değip değmediğini değerlendirmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Özbek, 2016, s. 69). Bir başka tanımında algılanan değer, alınanlar karşısında verilen ödümlerin anlaşılmasına bağlı olarak, ürün veya hizmetin genel olarak değerlendirilmesi şeklindedir (Çeşmeci, 2018, s.34). Bir diğer tanımında da algılanan değer, insanların aldıkları ürün veya hizmet karşılığında toplam maliyetlerinin sonucunda elde ettikleri sonuç ve yararları şeklinde tanımlanmaktadır (Aytekin, 2013, s. 9). Yine başka bir tanımında ise algılanan değer, satın alınan ürün veya hizmetin kullanılması sonucunda elde edilen yararlar olarak görülse de, asıl amaç ürünün tüketimi esnasındaki değerini anlatmaktadır (Bezirgan, 2014, s. 27). Diğer tanımında ise algılanan değer, insanların satın alma hedefi ve satın alma sırasındaki eylemleri ve tutumları şeklinde tanımlanmaktadır (Kalyoncuoğlu & Faiz, 2017, s. 131-132). Ek bir tanım olarak algılanan değer, elde edilen faydaların verilen maliyet oranına eşit olması şeklinde tanımlanmaktadır (Koçak & Çeşmeci, 2011, s. 233). Ve son olarak algılanan değer, insanların satın alma eylemini gerçekleştirdikten sonra ürün veya hizmetin niteliğine göre maliyeti ve maliyetine göre niteliği hakkındaki ölçümleridir (Şimşek & Noyan, 2009, s. 128).

İnsanlar satın alma işlemini gerçekleştirdikten sonra elde ettikleri yararın artmasına yönelik bir tecrübe edindiklerinde, ürün veya sunulan hizmetin algılanan değeri doğru orantıda yükselmekte veya düşmektedir. Eğer bireyler istedikleri sonuçları alamazlarsa algılanan değer memnuniyeti ya da bağlılığı azaltmakta, aksi durum gerçekleşirse memnuniyet ve bağlılık artmaktadır (Özbek, 2016, s. 69). İnsanlar satın aldıkları ürün veya hizmete hak ettiğinden daha az ödeme yaparak daha fazla yarar sağladığını düşünüyorsa

insanlarda bir değer yaratmış olmaktadır. Algılanan değer, bu amacı gerçekleştiren işletmeler için piyasada rakip firmalara göre üstünlük sağlamaktadır. Böylece işletmelere de fayda sağlamaktadır. Dolayısıyla algılanan değer insanlar için satın alma tercihlerini büyük oranda etkilemektedir.

İnsanlar için maliyet, karar vermede en önemli unsurdur. Fakat tek etki eden unsur değildir. Firmalar insanların satın aldığı üründen elde ettiği yararını arttırarak satılan ürününde değerini arttırabilirler. Dolayısıyla üç farklı yarardan söz etmek mümkündür (Uzunoğlu, 2007, s. 13).

- Ekonomik Yarar: İnsanlara göre ekonomik yarar, istenilen ürünün kişiye uygun miktardan daha ucuza satın alınması anlamına gelmektedir. Belirli bir nitelikteki ürüne ederinden daha az ödeme yapmak insanların gelir düzeyini etkilemektedir.

- Hizmet Yararı: Piyasada yer alan birçok firma neredeyse birbiriyle aynı ürünleri üretmektedir. Bu nedenle rakip firmalarla olan rekabet, vaktinde teslimat ve teknik destek gibi hizmetlerin niteliği ile sağlanmaktadır.

- Duygusal Yarar: Firmalar değer algısı yaratırken duygusal eksiklikleri göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Piyasaya sunulan ürünlere çeşitli özellikler eklenerek insanların ihtiyaçlarını karşılamaları gerekmektedir.

Aynı zamanda literatür taraması sonucunda algılanan değer ile ilgili tanımların bazı kesişen noktaları bulunmaktadır. Algılanan değer, satın alınan ürün veya hizmetin kullanım şekliyle alakalıdır, tüketiciler tarafından algılanmaktadır ve insanların satın alınan ürün veya hizmeti elde etmek ve kullanmak için sarf ettiği çaba ile üründen elde ettiği yarar arasındaki mukayeseye dayanmaktadır (Bezirgan, 2014, s. 32).

Turizmde algılanan değer, insanların tekrardan aynı ürün veya hizmeti satın alma eğiliminde olmaları en önemli ölçütlerden biri olmaktadır. Hizmet sektörlerinden biri olan turizm sektöründe de sosyo-psikolojik etmenler insanların tutumlarını ve satın alma tercihlerini önemli ölçülerde rol oynamaktadır. Algılanan değer, satın alınan ürün veya hizmetin fonksiyonelliğini, kullanışlı oluşunu, verimli oluşunu ve insanların satın alma eylemlerinden sonra oluşan tecrübeleri olarak ifade edilmektedir (Trkmenadağ & Hassan, 2018, s. 749-751). Aynı zamanda algılanan değer, her bir insanda farklılık göstermektedir. İnsanlar satın aldıkları ürün veya hizmeti tekrar satın almayı düşündüklerinde ürüne

verdikleri maliyetin değip değmediğini göz önünde bulundurarak hareket etmektedirler. Böylece algılanan değer gelecekteki satın alma kararlarında kritik bir rol oynamaktadır. Çünkü insanlar çabası, vakti ve parası karşılığında aldıkları üründen geri dönüş ve fayda kazanmaktadır (Aytekin, 2013, s. 11).





## 2. BÖLÜM

### 2. İSTANBUL'DA BULUNAN RUM ORTODOKS MANASTIRLAR

#### 2.1. İstanbul'un Bizans Dönemi Tarihçesi

İstanbul'un tarihi süreci boyunca yaklaşık olarak 135 isminin olduğu bilinmektedir. Şehrin günümüzde üzerinde bulunduğu yarımada'nın bilinen eski ismi Licos/Liğos'tur. Osmanlı'nın İstanbul'u fethetmeden önce en bilinen isimleri Byzantion ve Constantinople'dur. Osmanlı'nın Fethi'nden sonra ise İstanbul olarak değiştirilmiştir (Kartallıoğlu, 2016, s. 120;Çimen, 2010, s. 38).

İstanbul'un bulunduğu topraklardaki yerleşimin tarihi, tarih öncesi çağlara dayanmaktadır. Günümüz İstanbul'un ilk yapı taşları ise M.Ö. 7. yüzyıla kadar dayanmaktadır. Bizans önderliğinde yola çıkan Megara'lılar ve Trak kökenli komutanlar M.Ö. 660'lı yıllarda günümüz Sarayburnu'nda bir kent inşa etmişlerdir. Megara'lıların Sarayburnu bölgesini seçmesinin sebebi halk arasında nesilden nesile aktarılan efsaneye göre Delfi Tapınağı'nda yaşayan bir kahinin öğüdü olmuştur. Bununla birlikte Trak kökenli komutanlarının isminden etkilenerek inşa ettikleri kente "Byzantion" ismini koymuşlardır. Megara'lılar olarak bilinen bu toplum, M.Ö. 680 civarlarında Marmara Denizi'ni geçip İstanbul'a ulaşarak günümüz Kadıköy topraklarının bulunduğu yerde Halkedon adıyla anılan bir kent/şehir kurmuşlardır. Halkedon halkının tarımla ilgilendiği bilinmekle beraber bu kente aynı zaman da "Körler Ülkesi" de denilmektedir. Tüm bunlardan hareketle Megara halkı ve Trak halkı kaynaşarak bir arada yaşamış olabileceği düşünülmektedir (Kana, 2006, s. 7-8). Günümüzde "Tarihin Babası" olarak adlandırılan Halikarnassoslu Herodotos'a göre, Byzantion kenti, Halkedon kentinden tam olarak 17 yıl sonra kurulmuştur. Byzantionlu Dionisios ise kentin M.Ö. 695 yılında kurulduğunu söylemektedir. Her ne kadar İstanbul tarihinin başlangıcı Byzantion'un kuruluşuyla başlasada bazı tarihçiler Halkedon kentinin isminden başka bir şeyin kalmadığını vurgulamaktadır. Günümüzde isminden başka bir şeyin kalmamasının sebebi ise eskiçağda inşa edilen yapıların toprak altında kalması ve günümüz şehir planları ile herhangi bir kazıya elverişli olmamasıdır (Karakuyu, Tezer, & Balık, 2010, s. 35).

Byzantion kenti, olabilecek saldırılara karşı kendilerini savunmak için konum olarak avantajlı bir durumdaydılar. Kentin stratejik konumu nedeniyle bir tarafta Akdeniz ve Rusya

arasında, diğer tarafta ise Balkanlar'la ve Anadolu arasındaki ticaretin odak noktasıdır. Aynı zamanda kent geçimini bu şekilde sürdürmektedir. Bu avantajından dolayı kent kısa bir süre içinde büyüyerek, özerk ve güçlü bir site konumuna yükselmiştir. Byzantion kenti M.S. 195-196 yılına kadar yani Roma İmparatoru Septimius Severus döneminde tahrip edilinceye kadar birçok tarihi olaya ev sahipliği yapmıştır. (Şener, 2009, s. 4).

## 2.2. İstanbul'da Rum Ortodoks Kiliseleri Tarihçesi

Günümüzde İstanbul ilinde aktif halde toplamda doksan altı adet Rum Ortodoks Kilisesi yer almaktadır. Söz konusu bu doksan altı kilisenin, seksen altısı İstanbul Rum Ortodoks Patrikhanesine, üç tanesi Kudüs Rum Ortodoks Patrikhanesine, bir tanesi Sina Başepiskoposluğu'na, yine bir tanesi özel kullanımda, iki tanesi Balıklı Rum Hastanesi yönetimine ve üç tanesi de Türk Ortodoks Başepiskoposluğu'na bağlı bulunmaktadır.

Bahsi geçen bu doksan altı kilisenin yönetimi farklı kurumlar tarafından gerçekleştirilmektedir. İstanbul Başepiskoposluğu'na bağlı 59 kilise yer almaktadır. Bunlarda kendi içinde Cemaat Kiliseleri ve Manastır Kiliseleri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bunların kırk dokuz tanesi Cemaat Kilisesi on tanesi ise Manastır Kilisesidir. Kadıköy Metropolitliği'ne bağlı 12 kilise, Derkon Metropolitliği'ne bağlı 8 kilise, Adalar Metropolitliğine bağlı 7 kilise, Kurum Kilisesi'ne bağlı 2 kilise, Özel Kilise 1, Kudüs Patrikliği Metokhion Rum Ortodoks Kilisesi'ne bağlı 3 kilise, Sina Başepiskoposluğu Metokhion Rum Ortodoks Kilisesi'ne bağlı 1 kilise ve Türk Başepiskoposluğu Rum Ortodoks Kilisesi'ne bağlı 3 kilise bulunmaktadır (Karaca, 2018, s. 66).

İstanbul'da bulunan Rum Ortodoks Kiliseleri, Hristiyanlık dininde mukaddes olarak bilinen peygamberler, din adamları, azizler, azizeler ve kutsal kitaplarında yer alan konulara göre isimlendirilmiştir. Bu kiliselerin farklı dönemlerde çeşitli isimlerle de anıldığına dair örnekler bulunmaktadır. İstanbul'da bulunan Rum Ortodoks Kiliseleri isimlerine göre irdelendiğinde İslam dininden de izler taşıdığı görülmektedir. Örneğin Meryem'e adanmış kiliseler epey çoktur. Bunu sebebi ise hem Bizans Dönemindeki "İstanbul'un Koruyucusu Meryem" motifi hem de İslam dinindeki "Meryem Ana"nın saygınlığıdır. Bir diğer örnek ise sayıca ikinci sırada yer alan Hagios Georgios'a adanmış kiliselerdir. İslam dininde "Hızır Aleyhisselam" ile özdeşleştirilmiştir. Osmanlı Döneminde de "Aya Yorgi" olarak bilinmektedir (Karaca, 2018, s. 73).

### **2.3. İstanbul Patrikhanesi Rum Ortodoks Kiliseleri Listesi**

İstanbul, tarihi süreci boyunca birden fazla uygarlığa ev sahipliği görevi görmüştür. Bu sebeple İstanbul'da hemen hemen her uygarlıktan ihtişamlı, gösterişli ve görkemli eserler görmek mümkündür. Fakat konumuz gereği ele aldığımız eserler Rum Ortodoks Kiliseleri ile kısıtlı kalmaktadır. İstanbul'daki Rum Ortodoks Kiliseleri bağlı oldukları kurumlar bakımından farklılıklar göstermektedir. İstanbul Rum Ortodoks Kiliseleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Karaca, 2018, s. 66-67-68-69).

#### **İstanbul Başepiskoposluğu Kiliseleri**

İstanbul Rum Ortodoks Kiliseleri; ekümenikliği, manevi bağları ve yönetim bakımında kendi içlerinde farklılıklar göstermektedir. Günümüzde İstanbul'da ibadete açık 96 adet Rum Ortodoks Kilisesi bulunmaktadır. Bunları şu şekilde sıralayabiliriz:

#### **Cemaat Kiliseleri**

Fener Panagia Muhliotissa Kilisesi, Fener Hagios Georgios Patrikhane Kilisesi, Fener Hagios, Georgios Poteras Kilisesi, Ayakapı Hagios Nikolaos Kilisesi, Kumkapı Panagia [Elpida] Kilisesi, Yenikapı Hagiogi Theodoroi Kilisesi, Altımermer Panagia Kilisesi, Samatya Hagios Menas Kilisesi, Samatya Hagios Georgios [Kyparissa] Kilisesi , Samatya Khristos Analepsis Kilisesi, Samatya Hagios Nikolaos Kilisesi, Samatya Hagios Konstantinos – Hagia Helene Kilisesi, Belgradkapı Panagia Kilisesi, Kazlıçeşme Hagia Paraskeve Kilisesi, Topkapı Hagios, Nikolaos Kilisesi, Sarmaşık Hagios Demetrios Kilisesi, Edirnekapı Hagios Georgios Kilisesi, Salmatobruk Panagia [Uranon] Kilisesi, Tekfursarayı Panagia [Hançeriotissa] Kilisesi, Eğrikapı Panagia [Suda] Kilisesi, Eğrikapı Hagios Kyriakos Mezarlık Kilisesi, Ayvansaray Panagia [Blakhernae] Kilisesi, Ayvansaray Hagios Demetrios [Kananou] Kilisesi, Balatkapı Panagia [Balinou] Kilisesi, Balatkapı Taksarkhes Kilisesi, Hasköy Hagia Paraskeve Kilisesi, Galatasaray Hagia [Eisodion] Kilisesi, Beyoğlu Hagios Konstantinos ve Hagia Helena Kilisesi, Taksim Hagia Trias Kilisesi, Dolapdere Panagia [Evangelistria] Kilisesi, Kurtuluş Hagios Demetrios Kilisesi, Kurtuluş Hagios Athanasios Kilisesi, Kurtuluş Hagios Eleutherios Mezarlık Kilisesi, Feriköy Hagioidodeka Apostoloi Kilisesi, Şişli Khristos [Metamorphosis] Mezarlık Kilisesi, Beşiktaş Köyiçi Panagia Kilisesi, Beşiktaş Cihannüma Panagia Kilisesi, Ortaköy Hagios Phokas Kilisesi, Ortaköy Hagios Georgios Mezarlık Kilisesi, Kuruçeşme Hagios Demetrios Kilisesi, Kuruçeşme İoannes Prodromos Kilisesi, Arnavutköy Prophetes Elias Mezarlık Kilisesi,

Bebek Hagios Kharalampos Kilisesi, Boyacıköy Panagia [Evangelistria] Kilisesi, İstinye Tarsiarkhes Kilisesi, Yeniköy Hagios Nikolaos Kilisesi ve Yeniköy Panagia Kilisesi.

### **Manastır Kiliseleri**

Silivrikapı Panagia [Pege] Kilisesi, Büyükada Khristos Kilisesi, Büyükada Hagios Georgios Kilisesi, Büyükada Hagios Nikolaos Kilisesi, Heybeliada Hagia Trias Kilisesi, Heybeliada Khristos Kilisesi, Heybeliada Hagios Spyridon Kilisesi, Burgazada Khristos Kilisesi, Burgazada Hagios Georgios Kilisesi ve Kınalıada Khristos Kilisesi.

### **Kadıköy Metropolitiği Kiliseleri**

Kadıköy Hagia Trias Kilisesi, Kadıköy Hagia Euphemia Kilisesi, Kadıköy Hagios İgnatios Mezarlık Kilisesi, Kalamış Hagios İoannes Khrysostomos Kilisesi, Bağlarbaşı Prophetes Elias Kilisesi, Yeldeğirmeni Hagios Georgios Kilisesi, Kuzguncuk Hagios Panteleimon Kilisesi, Kuzguncuk Hagios Georgios Kilisesi, Çengelköy Hagios Georgios Kilisesi, Kandilli Khristos [Metamorphosis] Kilisesi, Paşabahçe Hagios Konstantinos – Hagia Helene Kilisesi ve Beykoz Hagia Paraskeve Kilisesi.

### **Derkon Metropolitiği Kiliseleri**

Tarabya Hagia Paraskeve Kilisesi, Tarabya Hagios Konstantinos Mezarlık Kilisesi, Büyükdere Hagia Paraskeve Kilisesi, Büyükdere Hagios Georgios Mezarlık Kilisesi, Yenimahalle İoannes Prodromos Kilisesi, Yeşilköy Hagios Stephanos Kilisesi, Bakırköy Hagios Georgios Kilisesi ve Bakırköy Khristos [Analepsis] Mezarlık Kilisesi.

### **Adalar Metropolitiği Kiliseleri**

Büyükada Hagios Demetrios Kilisesi, Büyükada Panagia Kilisesi, Büyükada Prophetes Elias Mezarlık Kilisesi, Heybeliada Hagios Nikolaos Kilisesi, Heybeliada Prophetes Elias Mezarlık Kilisesi, Burgazada İoannes Prodromos Kilisesi ve Kınalıada Panagia Kilisesi.

### **Kurum Kiliseleri**

Silivrikapı Hagios Kharalampos Hastane Kilisesi ve Silivrikapı Hagioi Anargyroi İhtiyarhane Kilisesi.

## **Özel Kilise**

Büyükkada Hagioi Theodoroi Özel Kilisesi

## **Kudüs Patrikliği Metokhion Rum Ortodoks Kilisesi**

Fener Hagios Georgios Metokhion Kilisesi, Yeniköy Hagios Georgios Metokhion Kilisesi ve Heybeliada Hagios Georgios Metokhion Kilisesi.

## **Sina Başepiskoposluğu Metokhion Rum Ortodoks Kilisesi**

Balatkapı İoannes Prodromos Metokhion Kilisesi

## **Türk Başepiskoposluğu Rum Ortodoks Kiliseleri**

Galata Panagia [Kaphatiane] Kilisesi, Galata Hagios Nikolaos Kilisesi ve Galata İoannes Prodromos Kilisesi.

Yukarıda bahsi geçen kiliselerin 86'sı İstanbul Rum Ortodoks Patrikhanesine, 3'ü Kudüs Rum Ortodoks Patrikhanesine, 1 tanesi ise Sina Başepiskoposluğuna bağlı konumdadır. Aynı zamanda Balıklı Rum Hastanesi yönetiminde 2 kilise, özel kullanımda olan 1 kilise ve Türk Ortodoks Başepiskoposluğuna bağlı 3 kilise bulunmaktadır.

## **2.4. Büyükkada'da Bulunan Kiliseler**

Günümüzde Büyükkada'da "Hamidiye Cami, Büyükkada Vapur İskelesi, Panagia Kilisesi, Agios Demetrios Kilisesi, Agios Nikolaos Manastırı, Hased Le Avraam Sinagogu, Surp Astvazazin Verapohum Ermeni Kilisesi, Büyükkada Rum Yetimhanesi, Hristos Manastırı (İsa Tepesi), Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı (Yüce Tepe), Hükümet Konağı, Anadolu Kulübü, Conk Paşa Köşkü, Gözlü Ev, Splendit Palas, Reşat Nuri Güntekin'in Evi, Prophetes Elias Mezarlık Kilisesi ve Hagioi Theodoroi Özel Kilisesi olmak üzere 18 adet tarihi yapı bulunmaktadır ([www.adalar.bel.tr](http://www.adalar.bel.tr)). Fakat araştırma kapsamı gereği elde edilen kaynaklar ışığında altı adet tarihi yapı ele alınmaktadır. Bunlar sırasıyla Hagios Demetrios Kilisesi, Panagia Kilisesi, Khristos Kilisesi ve Hagios Nikolaos Kilisesi, Prophetes Elias Mezarlık Kilisesi ve Hagioi Theodoroi Özel Kilisesi aşağıda verilmektedir.

#### 2.4.1. Büyükkada Hagios Demetrios Kilisesi

Kilise (Fotoğraf-9) 1856 yılında, Kumsal semtinin Zağanos Paşa Caddesiyle Alaçam Sokağının birleştiği yerde genişçe bir bahçe içine Ortodokslar tarafından mimar Fistikas'a inşa ettirilmiştir (Garipağaoğlu,1998-1999, s. 88; Köseoğlu, 2013, s. 19). Kilise doğu-batı yönünde inşa edilmiştir. Kilisenin batısında bulunan nartekste üç giriş kapısı bulunmaktadır. Kilise bazilika planına sahip olup kaba moloz taştan inşa edilmiştir ve duvarları sıvalıdır. Yapının iki yönlü kırma çatısı bulunmaktadır. Bina üç neften oluşup, nefler arasında beşer adet sütun yer almaktadır. Kilise içinde rokoko tarzı süslemeler bulunmaktadır. Fakat yapının genel tarzı eklektiktir(Fotoğraf-10). Hagios Demetrios Kilise'sinin adı, bulunduğu yerin koruyucu azizi olarak bilinen Aziz Dimitrios'tan (Hagios Dimitrios) gelmektedir. Adalar'da yer alan bütün Rum Ortodoks kiliseleri Prinkiponisa Başpiskoposluğu'na bağlı olup, 1923 yılından itibaren Hagios Demetrios Kilisesi bu Başpiskoposluğu'nun merkezi konumundadır. Kilise 1999 yılı Gölcük depreminde büyük zarar görmüştür. 2010 yılında ise yeniden restore edilerek hizmete açılmıştır (www.Istanbulturizmmerkezleri-org-adalar; www.adalarturizm.org).

Daha önce bahsi geçen kilise, adını Aziz olarak bilinen Demetrios'tan alır ve Ortodoks toplumlarında "Megalomartis" olarak nitelendirilmekle birlikte "O Mirovlitis" sıfatıyla anılmaktadır. Selanikli olan söz konusu bu Aziz, İmparator Diokletianos (284-304) ve Maksimianus (286-305) zamanlarında yaşamıştır. Geçmişten günümüze kadar kulaktan kulağa aktarılan bir rivayete göre, Romalı bir subay olan Aziz Demetrios, dini inancı sebebiyle hapse atılmaktadır. Aynı zamanda güçlü bir muhafız olan Lieos, İmparator Maksimianus'u temsil ederek Hristiyanları aşağılayan, küçük düşüren ve hor gören davranışlarda ve nidalarda bulunmaktadır. Bunu karşılığında genç bir Hristiyan olan Nestor, Lieos ile dövüşmeyi kabul ederek, Aziz Demetrios'un Tanrısı'na olan inancını haykırarak savaşı ve Lieos'u yener. Tüm bunların üzerine İmparator Maksimianus'un askerleri, İmparatorun emri ile hem Nestor'u hem de Demetrios'u mızraklarla öldürürler. Aktarılan bu rivayetten sonra Hagios Demetrios, bir at üzerinde mızrağıyla yerde yatan Lieos'u öldürürken tasvir edilmektedir. Şehit kabul edilen Demetrios'un yortu günü 26 Ekim; Nestor'un ise 27 Ekim olarak bilinmektedir. Ayrıca Aziz Demetrios'a İstanbul'da atfedilen beş kilise bulunmaktadır (Karaca, 2018, s. 76). Bunlar şu şekildedir:

- Sarmaşık Hagios Demetrios Kilisesi
- Ayvansaray Hagios Demetrios Kilisesi
- Kurtuluş Hagios Demetrios Kilisesi
- Kuruçeşme Hagios Demetrios Kilisesi
- Büyükada Hagios Demetrios Kilisesi

#### **2.4.2. Büyükada Panagia Kilisesi**

Panagia Kilisesi (Fotoğraf-11) 1735 yılında İsa Tepesi'nin kuzey yamacının tam karşısına yani Rum mezarlığının yan tarafına yapılmıştır. Şuan ki konumuna ise 1793 yılında getirilmiştir. 1871 yılında da bir restorasyon görmüştür. Panagia Kilisesi Fayton olarak adlandırılan Meydanı'nın en uç kısmında bulunmaktadır. Söz konusu kilisenin iki kapısı bulunmakta ve bu kapılardan biri balıkçı caddesine bakarken diğer kapısı arabacılar caddesine açılmaktadır (Garipağaoğlu, 1998-1999, s. 88). Panagia Kiliseleri Meryem Ana adına yapılmaktadır ve üç Hristiyan Bayramına ithaf edilmektedir. Bunlar sırasıyla; 26 Ekim Meryem Ana'nın dünyaya gelişi, 21 Kasım Meryem Ana'nın mabede girmesi, 15 Ağustos ise Meryem Ana'nın vefatı olarak bilinmektedir. Büyükada'da yer alan bu Rum Ortodoks Kilisesi de yılın belirli tarihinde (15 Ağustos'ta) kutlanmakta ve bugün Meryem Ana'nın Tanrı tarafından cennete alındığı gün olarak bilinmektedir. Ayrıca kilisenin bulunduğu yer Ada'nın eski mezarlık alanı olarak bilinmektedir ([www.buyukada.org](http://www.buyukada.org)). Kilisenin tahtadan yapılma oymalı ikona duvarının tam ortasında, Hz. İsa ve onun sağında ve solunda Hz. Meryem ve Vaftizci Yahya'nın bulunduğu dini bir resim bulunmaktadır. Resimdeki diğer çizimler ise Dimitrios, Nikola, Aziz Paraskevi ve Barbara'yı betimlemektedir. Kilisenin ikona duvarında aynı zamanda tarihi sıralamaya uygun bir şekilde üç dini sahne de yer almaktadır. Kilisenin vaiz kürsüsü veya mimberi karmaşık bir şekilde oyulmuş olup, İstanbul'daki tüm Rum Ortodoks Kiliseleri içinde en güzeli olarak görülüp bilinmektedir. Bu tahtadan oyulmuş kürsü üzerinde dört İncil yazarı (Matta, Markos, Luka, Yuhanna) ve kanatlarının üzerinde İncil taşıyan bir kuş figürü betimlenmektedir ([www.adalarturizm.org](http://www.adalarturizm.org)).

Bahsi geçen kilisenin öyküsü şu şekilde anlatılmaktadır. İsa'nın annesi olan Meryem Doğu Kiliseleri'nde Panagia olarak adlandırılmaktadır. Meryem, Davud sülalesinden olan

Yohakim ve Anna'nın soyundan gelmektedir. Meryem'in ailesi uzun süre çocuk sahibi olamamaktadır. Çocukları Meryem dünyaya gelince, Tanrı'ya şükran ve minnetlerini belirtmek için Meryem'i henüz küçük yaşta iken tapınağa sunarlar. Meryem on dört yaşına gelince Nasıralı genç Yusuf ile nişanlandırılır (Karaca, 2018, s. 86).

Meryem daha nişanlıyken yanına gelen melek tarafından, Tanrı tarafından kutsandığı ve çocuk sahibi olacağı bildirilir. Meryem bu olay karşısında şaşırarak henüz evlenmediğini ve böyle bir şeyin nasıl olacağını sorar. Melek ona korkmamasını ve Tanrı tarafından gelen bir lütuf olduğunu anlatır. Doğacak çocuğunun adının İsa olacağını ve İsa'nın "Tanrı'nın Oğlu" olarak bilineceğini aktarır. Meryem de meleğe "*Ben Rab'bin kuluyum, dediğin gibi olsun*" der (Luka1-28,31, 2017, s. 101). Meryem bu olayın anlatıldığı tasvirlerinde, solunda diz çökmüş bir şekilde kanatlı Cebrail yer alır ve Meryem'e müjdeyi verirken betimlenir. Sağ tarafında ise onun günahsız, temiz ve bakire olduğunu simgeleyen zambaklar bulunmaktadır. Meryem ise bunların ortasında okuduğu kitabı yanına almış, şaşkın bir şekilde betimlenmektedir. Tasvirlerin üst tarafında ise kanatlı meleklerle sarılı, güvercin görünümlü "Kutsal Ruh" betimlenmektedir (Cömert, 2010, s. 185).

İsa'nın cezalandırılıp ölmesi için çarmıha gerilişinin ardından, Meryem, Tanrı'ya oğlunu da yanına alması için yalvarmaya ve yakarmaya başlamıştır. İsa'nın annesi Meryem'in ölümünden sonra, oğlu onu kollarına alarak göğe yükselir ve Cennet'e alınır. Meryem, İsa tarafından, "Göklerin Kraliçesi" (Kiria ton Uranon) unvanını alarak taçlandırılmıştır (Karaca, 2018, s. 86).

Meryem'in ölüm sahnesi tasvirlerinde, Meryem ve onunla birlikte on bir havari geleneksel bir sofranın etrafında toplandığı tasvir edilmektedir. Bu esnada gökyüzünden aniden bir uğultuyu anımsatan ses onların yanına gelir ve ateşten diller her birinin başının üzerine konmaktadır. Ayrıca yine üst tarafta güvercin şeklinde Kutsal Ruh "Pentecost" betimlenmektedir (Cömert, 2010, s. 193). İstanbul'da yer alan Rum Ortodoks Kiliselerinin tümünde "Meryem ve Çocuk İsa" ve "Koimesis" sahnelerinin bulunduğu betimlemeler yer almaktadır. Meryem'e İstanbul'da adanan kiliseler beş ayrı grupta toplanmaktadır (Karaca, 2018, s. 87). Bu kiliselerin yortu günü sırasıyla 8 Eylül, 21 Kasım, 25 Mart, Paskalyadan sonraki ilk cuma ve 15 Ağustos'tur. Kiliseler şu şekildedir:

#### 1. Panagia Genethlion (Doğum)

- Belgradkapı Panagia Kilisesi



- Beşiktaş Cihannüma Panagia Kilisesi

- Kınalıada Panagia Kilisesi

2. Panagia Ton Eisodion (Tapınağa Sunuluş)

- Galatasaray Panagia Kilisesi

3. Panagia Evangelistria (Müjdeleniş)

- Dolapdere Panagia Kilisesi

- Boyacıköy Panagia Kilisesi

4. Panagia Zoodokhou Peges (Hayat Veren Kaynak)

- Silivrikapı Panagi Kilisesi

5. Panagia Koimesis Tes Theotokou (Ölüm)

- Fener Panagia Muhliotissa Kilisesi

- Kumkapı Panagia Kilisesi

- Altımermer Panagia Kilisesi

- Salmatobruk Panagia Kilisesi

- Tekfursarayı Panagia Kilisesi

- Eğrikapı Panagia Kilisesi

- Ayvansaray Panagia Kilisesi

- Balatkapı Panagia Kilisesi

- Galata Panagia Kilisesi

- Beşiktaş Panagia Kilisesi

- Yeniköy Panagia Kilisesi

- Büyükada Panagia Kilisesi

### 2.4.3. Büyükada Khristos Kilisesi

Bizans döneminden günümüze kadar geldiği düşünülen bu manastır Ada'nın ikinci en yüksek tepesi olan İsa Tepesine 1597 yılında yeniden inşa edilmiştir. 1840 yılında birtakım onarımlar görmüştür (Garipağaoğlu, 1998-1999, s. 87). Kilisenin yortu günü 6 Ağustos günüdür. Bu tarih aynı zamanda bağbozumu tarihini de ifade etmektedir. Önceki zamanlarda 6 Ağustos günü kiliseyi görmeye gelenlere papaz aracılığıyla üzüm ikramı edilmekteymiş (Ertin, 2017, s. 175).

Söz konusu kilise (Fotoğraf-12) Hz. İsa'ya atfedilen bir kilisedir. İsa "Mesih" olarak bilinmektedir. İsa'nın Hristiyanlık dininin kurucusu ve Tanrı'nın egemenliğini sağlayacak olan "Kurtarıcı" kişi olduğuna inanılmaktadır. Ortodoks kiliseleri tarafından İsa'nın, "Tanrı'nın Oğlu" yani "Baba-Oğul-Kutsal Ruh" üçlemesinden biri olduğuna inanılmaktadır (Karaca, 2018, s. 79). İncil'de, İsa'nın annesi Hz. Meryem, Yusuf ile nişanlanmıştır. Fakat onlar beraber olmadan önce Hz. Meryem'in Kutsal Ruh'tan hamile kaldığı öğrenilmiştir. Yusuf iyi bir insan olduğundan dolayı insanların içinde utandırılmaması adına Hz. Meryem'den ayrılmayı düşünmektedir. Meryem'in bu düşüncesi üzerine Rabbi Yusuf'un rüyasına bir melek gönderir ve şöyle der: "*Davut oğlu Yusuf, Meryem'i kendine eş olarak almaktan korkma. Çünkü onun rahminde oluşan, Kutsal Ruh'tandır. Meryem bir oğul doğuracak. Adını İsa koyacaksın. Çünkü halkını günahlarından O kurtaracak*" (Matta1-19,20, 2017, s. 2).

Yusuf nüfus sayımı için Nasıra kentine gider, bu sırada Meryem'in doğum vakti gelmiştir. İsa Kudüs'te bir ahırda doğar. Meryem onu kundağa sarıp yemliğe koyar. Bu esnada etrafta çobancılık yapanlara bir Melek gelip müjdeyi onlara verir (Luka1,2- 6,7, 2017, s. 104-105). Bazı yıldızbilimcileri onun doğumundan haberdar olup, Onun yıldızını gördüklerini ve tapınmaya geldiklerini söylerler (Matta2-10,11, 2017, s. 3). İsa Nasıralı bir marangoz olarak bilinir ve 30 yaşlarına geldiğinde Vaftizci Yahya tarafından vaftiz edilir, etrafında gerçekleştirmiş olduğu mucizeler vesilesiyle kendi öğretisini yaygınlaştırmaya başlamıştır.

İsa, Yahya tarafından vaftiz edilmek için yanına gittiğinde, Yahya buna karşı çıkar. Fakat İsa olması gerekenin bu olduğunu anlatınca Yahya ikna olur ve vaftiz gerçekleştirilir. İsa sudan çıkınca göklerden gelen bir güvercin üzerine konar. Hemen ardından bir ses iştilir

ve “*Sevgili Oğlum budur, O’ndan hoşnudum*” der (Matta3,4-13,17 2017, s. 5).

İncil’de bahsedildiği gibi İsa beraberinde Yakup, Yuhanna ve Petrus’u, alarak oldukça yüksek olan bir tepeye ulaşır. Burada Hz. İsa’nın yüzü üç havarinin gözü önünde güneş gibi parlamaya ve kıyafetleri ışıltılamaya başlar. Akabinde ise İsa öğrencileri olan Musa ve İlyas ile konuşmaya başlar. Onlar konuşurken bir bulut onların etrafını sarar ve bir ses duymaya başlarlar ve; “*Sevgili Oğlum budur, O’ndan hoşnudum. O’nu dinleyin*” der (Matta17-1,5, 2017, s. 33; Markos9-7, 2017,s. 79; Luka9-35, 2017, s. 125).

Herkes tarafından tanınmaya başlanan İsa, havarileriyle “Son Akşam Yemeği”nde iken içlerinden birinin ona ihanet ettiğini herkese duyurur. Yemeğini bitirdikten sonra Zeytindağı’na çıkarak Tanrıya dualar eder. Sabah olduğunda ise havarisi Yuhanna tarafından ele verilerek yakalanır ve çarpmıha gerilerek öldürülür. İsa dirilişten kırk gün sonra göğe yükselerek Tanrı’nın sağındaki yerine oturur (Markos16-19, 2017, s. 99; Luka 24-50,51, 2017, s. 164). Hristiyanlık inancına göre İsa, herkesi yargılamak için yeryüzüne geri inecektir. İsa’ya İstanbul’da atfedilen kiliseler üç farklı grupta toplanmış bulunmaktadır. Birinci grupta yer alan kilisenin yortu günü 25 Aralık, ikinci grupta yer alan kiliselerin yortu günü 6 Ağustos ve üçüncü grupta yer alan kiliselerin yortu günü Paskalya’dan kırk gün sonradır (Karaca, 2018, s. 81). Bunlar şu şekildedir:

1. İesus Khristos Genesis (Doğum)
2. İesus Khristos Metamorphosis (Değişim)
  - Şişli Khristos Kilisesi
  - Kandilli Khristos Kilisesi
  - Büyükkada Khristos Kilisesi
  - Heybeliada Khristos Kilisesi
  - Burgazada Khristos Kilisesi
  - Kınalıada Khristos Kilisesi
3. İesus Khristos Analepsis (Göğe Çıkış)

- Samatya Khristos Kilisesi
- Bakırköy Khristos Kilisesi

#### **2.4.4. Büyükkada Hagios Nikolaos Kilisesi**

Hagios Nikolaos Kilisesi (Fotoğraf-13), Aya Yorgi (Yüce Tepe) Tepesinin kuzeydoğu eteğine konumlanmakta ve halk arasında Batık Manastır olarak tanınmaktadır. Bahsi geçen veya söz konusu yer Bizans yıllarında Ada'nın ilk yerleşim merkezi özelliği taşıyan Karia köyünün bulunduğu yerdir. Anlatılanlara göre asıl manastır veya kilise Bizans döneminde sahilde yer almaktaydı. Fakat yıkılınca, 1300'lü yıllarda şuan ki bulunduğu yere küçük bir bina olarak inşa edilmiştir. Yaşanılan depremlerden sonra hasar gören manastır 1894 yılında Heybeliada'da bulunan Ayia Triada ruhban okulundan arta kalan malzemeler ile yeniden yaptırılmıştır. Kilisesi ise, bahsi geçen manastırdan daha önce Kariyalılar köyünün cemaat kilisesi olarak yaklaşık 14. yüzyılda yaptırılmıştır. Batık Manastırdaki konakların yerini almak için 14. yüzyılda 10x25 metre ölçülerinde bir bodrum katı olmak üzere üç katlı ahşap bir bina inşa edilmiştir. 1868 yılında da yapılan ek vesilesiyle kiliseye bir avludan geçilerek ulaşılmaktadır (Köseoğlu, 2013, s. 177). Bu manastır ve kilise haricinde Karia köyünde iki hristiyan mezarlığı ve ahşaptan yapılmış dinlenme evleri bulunmaktadır. Söz konusu bu dinlenme evleri 1894 yılındaki depremden hasar görmüş olduğundan dolayı bugün var olanlar hasar gören odaların temelleri üzerine tekrardan inşa edilmişlerdir (Garipağaoğlu, 1998-1999, s. 87).

Kiliseye adı verilen Aziz Nikolaos, hem çocukların hem de gemicilerin azizi olarak tanınmaktadır. Aziz Nikolaos Lykia bölgesinin Patara kentinde 4. yüzyılda dünyaya gelmiştir. Yine aynı bölgede bulunan önemli bir kent olan Myra'da piskopos unvanına erişmiştir. Yaşamına burada devam eden Aziz Nikolaos, kentte yaşayan fakir bir adamın üç genç kızına çeyiz hediye ederek onları fahişe olmaktan kurtarmıştır. Böylece bu inanış sebebiyle ün kazanmıştır. İstanbul'da adına ilk kez 6. yüzyılda kilise inşa ettirilmiştir. Hristiyanlar tarafından Doğu'da 9. yüzyılda Batı'da ise 11. yüzyılda benimsenmeye başlamıştır. Zaman içerisinde kulaktan kulağa yayılan "Noel Baba" hikayeleriyle geniş kitleler tarafından tanınır olmuştur. Hagios Nikolaos'un yortu günü 6 Aralık olarak bilinmektedir. Hagios Nikolaos adına İstanbul'da 7 kilise bulunmaktadır (Karaca, 2018, s. 85). Bunlar şu şekildedir:

- Ayakapı Hagios Nikolaos Kilisesi
- Samatya Hagios Nikolaos Kilisesi
- Topkapı Hagios Nikolaos Kilisesi
- Galata Hagios Nikolaos Kilisesi
- Yeniköy Hagios Nikolaos Kilisesi
- Büyükkada Hagios Nikolaos Kilisesi
- Heybeliada Hagios Nikolaos Kilisesi

#### **2.4.5. Büyükkada Prophetes Elias Mezarlık Kilisesi**

Prophetes Elias Mezarlık Kilisesi hakkında yapılan tasvirler ve Prophetes Elias adlı kiliseler bulunmaktadır. Prophetes Elias (Fotoğraf-14), İsa'dan önce dokuzuncu yüzyılda İsrail Krallığı döneminde yaşamış bir kimsedir. Aynı zamanda Mesih İsa'nın habercisi olarak bilinen Elias Peygamber olarak da tanınmaktadır. Elias Peygamberin adı hem Kuran'da hem de Tevrat'ta geçmektedir. Elias Peygamberin sanki ateşmiş gibi görünen bir küheylana binip göğe yükseldiği anlatılmaktadır. Elias Peygamber tasvirlerinde, sırtında keçi postundan yapılmış bir giysi giymiş olarak betimlenmektedir. Kendisi uzunca boylu, sıksa, çok zayıf ve yaşlı bir ihtiyar olarak tasvir edilmektedir. Elias Peygambere İstanbul'da dört adet kilise atfedilmektedir. Yortu günü ise 20 Temmuz olarak bilinmektedir (Karaca, 2018, s. 89). Prophetes Elias'a adanan kiliseler şu şekildedir:

- Arnavutköy Prophetes Elias Kilisesi
- Bağlarbaşı Prophetes Elias Kilisesi
- Büyükkada Prophetes Elias Kilisesi
- Heybeliada Prophetes Elias Kilisesi

#### **2.4.6. Büyükkada Hagioi Theodoroi Özel Kilisesi**

Büyükkada'da bulunan maden semtinde eski bir mezarlık kilisesi olduğu düşünülmektedir. Tam bir tarih bilinmemekle birlikte burada yer alan mezarlıklar kaldırılmış

ve yerine bugün var olan köşkler inşa ettirilmiştir (Garipağaoğlu, 1998-1999, s. 88).

Hagioi Theodoroi Kilisesi'nin (Fotoğraf-15) adının anlamı asker olan bir azizden gelmektedir. Bu isimle bilinen, anılan iki aziz bulunmaktadır. Bunlardan ilki; "Theodoros O Stratilatis" (Başkomutan)'tir. Kendisi Hristiyan olup, Karadeniz Ereğlisi'nde yaşayan yüksek rütbeli ve tanınan bir askerdir. Hristiyan olduğunu öğrenen İmparator Likinius'un (307-323) onu İzmit'e davet eder. Bunun karşılığında Aziz Theodoros, İmparator Likinius'u davet eder ve İmparator davete icabet edip onun yanına gelir. İmparator Likinius davete gelirken yanında hediye olarak putlar getirmiştir. Aziz Theodoros evinde dua etmek için İmparator Likinius'un ona hediye ettiği putları herkesin gözü önünde yere çarparak kırar ve ayrılan altın ve gümüş parçalarını fakir kimselere dağıtır. Tüm bu yaşananları duyan İmparator Likinius Theodoros'u yakalatır ve çeşitli işkencelere maruz bırakılarak öldürülür. Theodoros O Stratilatis'in yortu günü 8 Şubat olarak bilinmektedir.

İkincisi ise, Amasyalı "Theodoros O Tiron"'dur. Kendisinin İmparator Maksimianus (286-305), İmparator Galerius (305-311) ve İmparator Maksiminus (305-312) dönemlerinde yaşadığı bilinmektedir. Henüz çaylaklar taburunda yer alırken Hristiyan olduğu öğrenilir ve komutan tarafından vazgeçmesi için uyarılır. Yapılan tüm uyarılara rağmen Theodoros vazgeçmemiştir. Dönemin Baştanrıçası olan Rhea'nın mabedine ciddi hasarlar verir ve putunu yıkar. Bütün bu yaptıkları sonucunda ateşte yakılarak şehit edilmiştir.

İmparator Julianus dönemindeki (361-363) inanışa göre, Hristiyanlar hayvanlardan elde edilen gıdaları tüketmeyerek perhiz yapmaktaydılar. Dönemin İmparatoru, onlara eziyet ve zulüm olması için tükettikleri meyve ve sebzelerin üzerine putlara sunulan kurbanların kanlarını serptirdi. Aziz Theodoros, Patriğin rüyasına gelerek ona sadece buğday tüketmelerini söyler. Böylece Hristiyanlar, hiç istemedikleri bu durumdan kurtulmuş olurlar. Aziz Theodoros'a atfedilen kilisede hala daha Büyük Perhiz'in başladığı ilk haftanın ilk cumartesi günü haşlanmış buğday verilmektedir. Theodoros O Tiron'un yortu günü 17 Şubat olarak bilinmektedir. Hagioi Theodoroi'ye adanan İstanbul'da 2 tane kilise bulunmaktadır (Karaca, 2018, s. 92). Bunlar şu şekildedir:

- Yenikapı Hagioi Theodoroi Kilisesi
- Büyükkada Hagioi Theodoroi Kilisesi

## 2.5. Büyükada Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı Tarihçesi

Manastıra adını veren Aziz Georgios, “*Mücadelede başarı getiren*” anlamında “O Tropeoforos” sıfatıyla nitelendirilen “Megalomartis” unvanıyla da bilinen bir azizdir. İmparator Diokletianos (284-304) zamanında, Roma ordusunda yüksek rütbeli bir subay olarak yer almaktadır. İmparator Diokletianos döneminde yüksek mercilerdeki Hristiyanlar görevlerinden ihraç edilmekteydi. Dinlerinden vazgeçmeyenler ise yine bu dönemde öldürülmekteydi. Tüm bunlar gerçekleştirilirken Aziz Georgios ise imparator önünde inancını yinelemiştir. Bunun üzerine Aziz Georgios çeşitli işkencelere maruz kalmıştır. Uygulanan işkencelere sağlam bir dayanma gücü göstererek imparatorun karısı olan Aleksandra’nın ve üç nedimesinin hayranlığını üzerine toplamayı başarmıştır. Bunun üzerine imparatorun karısı Aleksandra ve onun üç nedimesi Hristiyanlığı kabul etmişlerdir. Fakat yinede sonunda başı kesilerek ölüme mahkum edilmiştir.

Ayrıca söz konusu Aziz Georgios, Kapadokya bölgesinde de halka çeşitli eziyetlerde ve işkencelerde bulunan bir canavarı kudretli mızrağı ile öldürerek bölge halkının Hristiyan olmasını sağladığına inanılmaktadır. Aynı zamanda İngiltere’nin koruyup kollayıcısı olarak da tanınmaktadır. Hagios Georgios bir at üzerinde mızrak ile canavarı öldürürken tasvirlenmektedir. Hagios Georgios’un yortu günü 23 Nisan ve 24 Eylül olarak bilinmektedir. Hagios Georgios’a İstanbul’da 15 kilise atfedilmektedir (Karaca, 2018, s. 75-76). Bunlar şu şekildedir:

- Fener Hagios Georgios Patrikhane Kilisesi
- Fener Hagios Georgios Metokhion Kilisesi
- Fener Hagios Georgios Poteras Kilisesi
- Samatya Hagios Georgios Kilisesi
- Edirnekapı Hagios Georgios Kilisesi
- Ortaköy Hagios Georgios Kilisesi
- Yeniköy Hagios Georgios Kilisesi
- Büyükdere Hagios Georgios Kilisesi

- Çengelköy Hagios Georgios Kilisesi
- Kuzguncuk Hagios Georgios Kilisesi
- Yeldeğirmeni Hagios Georgios Kilisesi
- Büyükkada Hagios Georgios Kilisesi
- Heybeliada Hagios Georgios Kilisesi
- Burgazada Hagios Georgios Kilisesi
- Bakırköy Hagios Georgios Kilisesi

Büyükkada'nın en yüksek tepesinin zirvesinde bulunan ve yaklaşık olarak 202-204 metre yüksekliğe sahip bu manastır, diğer bir adıyla Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı halk arasında "Eski Kilise", "Çıngıraklı Manastır" veya "Kudunas" olarak bilinmektedir (Aykit, 2013, s. 126). Manastırın ilk kuruluş tarihi hakkında kesin ve net bir bilgi bulunmamakla birlikte, ilk kez 963 yılında Bizans İmparatoru II. Nicephorus Focas tarafından yaptırıldığı öne sürülmektedir. Ayrıca bu manastır, Hristiyan inancından dolayı öldürülen Kapadokyalı Aziz Georgios'a ithaf edilmiştir. 1204 yılında 4. Haçlı Orduları İstanbul'a girip Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırını yağlamayıp yıkmışlardır. Ardından 1302 yılında Venedikli korsanlar tarafından saldırıya uğrayıp tamamen tahrip edilmiştir (Diktaş, 2020, s. 13; Garipağaoğlu, 1998, s. 86).

Söylenceye göre manastırın papazları, değerli dini eşyaları ve kıymetleri ikonaları toprağın altına gömerek" korsanlardan korumaya çalışmışlardır. 18. Yüzyıla gelindiğinde ise Aziz Yorgi burada yaşayan Rum bir çobanın rüyasına girer. Aziz Yorgi çobana ormanda yürümesini ve küçük çıngırak ya da çan sesi duyduğu yerde durmasını ve orayı kazmasını söyler. Çoban bu rüyayı üst üste üç kez görünceye kadar önemsememektedir. Üçüncü kez gördüğünde ise Aziz Yorgi'nin dediği gibi ormanda yürümeye başlar ve çan sesini duyduğu yerde durur ve kazmaya başlar. Böylece zamanında papazlar tarafından saklanan değerli dini eşyaları ve kıymetleri ikonaları gün yüzüne tekrar çıkarmıştır. Bu mucize gerçekleştikten sonra eşyaların ve ikonaların bulunduğu tepeye manastır 1751 yılında yeniden inşa edilmiştir. Bulunan eşyalardan en çok dikkat çeken, denizden çıkan yaratığı elinde bulunan mızrağı ile yok etmeye çalışan Aya Yorgi ikonasıdır (Aykit, 2013, s. 126; Diktaş, 2020, s. 13). 1751 yılında yapılan bu küçük kilise, şapel ve dua yeri olma



özellikleriyle bilinmektedir. 1894 yılında depremden ciddi hasar görmüştür. 1905 yılında yapımına yeniden başlanılmış ve bugünkü iki katlı, kiremit örtülü, çan kulesi kesme taştan yapılmıştır (Fotoğraf-1-2). Kilisenin açılışı 1909 yılında gerçekleşmiştir (Karsan, 2007, s. 26).

Kilisenin kaliteli bir demir işçiliğini gözler önüne seren demirden yapılmış kapısının (Fotoğraf-5), burada derdine derman bulan Resul Efendi adlı Tebrizli bir Müslüman tarafından inşa edildiği ileri sürülmektedir. 1989 yılının Ağustos ayında adada gerçekleşen yangına hasar gören kilise yine 1989 tarihinde yeniden düzenlenmiştir. Agios Georgios Manastırı, geçmişte ruh sağlığı hastalıklarını iyileştirebilme özelliğine sahip olduğu da bilinmektedir (Aykıt, 2013, s. 127).

Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı ve Efes'te bulunan Meryem Ana Evi Hristiyanlar için Türkiye'de bulunan en önemli iki hac noktaları olarak görülmektedir. Bundan dolayı her yıl 23 Nisan ve 24 Eylül ad günleri olarak kabul edildiği için ziyaretçi akınına uğramaktadır.

## **2.6. Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırında Uygulanan Ritüeller**

İnsanlar ibadet ettikleri yere manevi bir anlam yüklemektedirler. İbadetlerini gerçekleştirdikten sonra kalbinden gelen dualarını, isteklerini, hayatlarının daha iyi bir şekilde devam etmesi gibi çeşitli dualarını, inandıkları kişi veya nesneye söylemektedirler. Bazı dinlerde bu dualarının bir bedeli olduğuna inanılır. Edilen duanın gerçekleşmesi için herhangi bir şey sunulması veya yapılması gerekmektedir. Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırında bu tarz çeşitli ritüeller yapılmaktadır.

Ziyaretçiler dileklerinin gerçekleşmesi için, kilisenin uzun ve dik yokuşunu çıplak ayaklarla ve kimseyle konuşmadan tırmanmaktadırlar (Fotoğraf-4). Yine bu uzun ve dik yokuş boyunca bir makara ipliğini hiç koparmadan tepeye ulaşanların kısmetinin açılacağına inanmaktadırlar (Fotoğraf-6). Aynı zamanda dileklerinin gerçekleşmesi için orada bulunan ağaçlara mendil bağlamakta ve kilise içindeki mermerden resme para yapıştırmaktadırlar. Eğer yaptıkları eylem sonrasında dilekleri gerçekleşirse bir yıl sonra yine bu kiliseye gelmektedirler (Konyar, 2006, s. 143).

23 Nisan ve 24 Eylül manastırın ad günü olduğu için bu tarihlerde insanlar dileklerini tutup, manastıra ulaşıncaya dek hiç konuşmadan ve çıplak ayakla varırlarsa

tuttukları dileğin gerçekleşeceğine inanmaktadırlar(Fotoğraf-8). Buradaki amaç ise insanların ettikleri duaların Tanrıya ulaşması ve Hz. İsa'nın çarmıha gerilirkenki çektiği acıları anlamak, onun acılarına ortak olmak ve paylaşmak olduğu söylenmektedir.

Manastıra tırmanırken sol tarafta bir ağaç yer almaktadır. Halk inanişına göre bu ağaç, Hz. Hızır'ın ayağının bastığı ağaç olarak bilinmektedir. Bu sebepten dolayı dilek tutanlar, ağaca çaput veya kağıt mendil bağlayarak dileklerinin gerçekleşeceğine inanmaktadırlar. Yine ağaçtan ağaca makara ipi bağlarlar ve bu ip kiliseye kadar kopmazsa tuttıkları dileğin gerçekleşeceğine inanmaktadırlar. İnsanlar dileklerini yazarak veya şeklini çizerek ağaca bağlamaktadırlar. Bu ritüel ağaç kültü inanişi olarak bilinmektedir (Fotoğraf-7).

Bir başka ritüel ise, dilek sahipleri tarafından kilise içindeki mermer resme taş yapıştırmaktır. Dilek tutulan bu taş mermer resme yapıştırsa dileğin gerçekleşeceğine inanılmaktadır.

Bir diğer ritüelde, mum yakma adetidir. Özellikle kilisenin ad günlerinde dilek dilemek için kilisenin önünde mum yaktıkları ve bu mumları kilisenin duvarına veya önüne koydukları bilinmektedir (Fotoğraf-3). Dilek sahibi dileği kabul olduktan sonra mum ve/veya kandil yakmakta ve etraftaki insanlara zeytinyağı hediye etmektedir.

Aynı zamanda yine kilise suyunun hastalara şifa olduğu bilinmektedir. Özellikle kilisenin ad günlerinde buradan su içenlerin hastalıklarından kurtulacağına inanılmaktadır. Hastalar iyileştikten sonra şükranlarını göstermek için kiliseye kandil yağı getirmektedirler (Uyanıker, 2016, s. 6-7; Güngör Y. , 2018, s. 77-78).

### 3. BÖLÜM

## 3. İSTANBUL BÜYÜKADA'DAKİ AGİOS GEORGIOS RUM ORTODOKS MANASTIR ZİYARETÇİLERİNİN MANASTIRA VERDİKLER DEĞER VE YAŞADIKLARI SORUNLAR

### 3.1. Araştırmanın Amacı

Günümüzde insanlar inançlarını yerine getirmek için çeşitli yerleri ziyaret etmektedir. İstanbul Büyükkada'da yer alan Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı da insanlar için önemli bir çekim merkezidir. Bu çalışmada, Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırının ziyaretçiler için ne derece değerli olduğunu tespit etmeye çalışırken, aynı zamanda gelen ziyaretçilerin ne gibi sorunlar yaşadığını ve buna yönelik çözümler ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırına ziyarete gelen turistler manastıra ulaşmak için bir yokuşu aşmaları gerekmektedir. Ancak çile yokuşu olarak da adlandırılan bu yokuş oldukça güç tırmanılmaktadır. Bir ibadet merkezi olduğu için yoğun dönemler yaşayan manastıra bu dönemlerde ulaşmak bir hayli vakit almaktadır. Gelen turistlerin tamamı dini ziyarette bulunmak için geldiği gibi tamamen meraktan veya gezip görmek amaçlı gelen turistler de bulunmaktadır. Dini ibadetlerini yerine getirmek için gelen turistlerle gezi amaçlı gelen turistlerin manastıra verdikleri değer birbirinden farklı olmaktadır. Bu bağlamda bireylerin inanç turizmine bakış açılarını genişletmek ve bireylerin beklenti ve ihtiyaçlarına katkı sağlaması ve yaşadıkları sorunlara çözüm üretilmesi hedeflenmektedir. Bu çalışma, İnanç turizmi kapsamında İstanbul Büyükkada'da bulunan Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı'na gelen turistlerin verdikleri değeri belirlemek ve ziyaretleri esnasında karşılaştıkları sorunları ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmektedir. Bu çalışmanın alt amaçları ise aşağıdaki şekilde belirlenmiştir.

Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı'na gelen turistlerin demografik özelliklerine göre manastıra verdikleri değer arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ortaya koymak.

Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı'na gelen turistlerin demografik özelliklerine göre manastırda yaşadıkları sorunlar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ortaya koymak.

### 3.2. Araştırmanın Önemi

Türkiye sahip olduğu tarihi, doğal ve kültürel değerler sayesinde birden fazla turizm çeşidine ev sahipliği yapabilecek ülkelerden birisi konumundadır. Fakat ülkemiz sadece belirli turizm türlerini geliştirmek için satış ve pazarlama stratejilerine odak vermiştir (Özgen, 2012, s. 256; Güzel, 2010, s. 89). Halbuki kıyı turizmi dışındaki diğer turizm türlerine olan ilginin artması turizmin çeşitlenmesine katkı sağlamaktadır. İnanç turizmi de son yıllarda giderek artarak alternatif turizm çeşitleri arasında önemli bir yere sahip olmuştur. Ülkemiz inanç turizmi çerçevesinde ziyaret edilen önemli çekim merkezlerinden biridir. Çünkü üç büyük semavi dinin yayılması Anadolu toprakları üzerinde gerçekleşmiştir. (Öner & Cansu, 2019, s. 86). İnanç turizmine Türkiye açısından bakıldığında Hristiyanlıktaki önemli şahsiyetlerin Anadolu topraklarında yaşamış olmaları ve dinlerini bu topraklar üzerinde yaymaya çalışmış olmaları Türkiye'yi önemli bir inanç merkezi haline getirmiştir. Türkiye'de birkaç ilimizde bulunan inanç merkezleri (İstanbul, İznik, Efes vb.) bu dine inanan kişiler tarafından kutsal sayılmaktadır. İstanbul ili gerek tarihi dokusu ile gerekse kültürel zenginliğiyle ülkemizin önemli inanç turizmi çekim merkezlerinden biri konumundadır (Kökşen, 2020, s. 75).

Çalışmanın özgün değerine gelecek olursak, Aziz Yorgi Anadolu'nun yerel kapadokyalı azizlerinden bir tanesidir. Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı da onun adına ithaf edilmiş manastırlardan bir tanesidir. Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı yılın belirli zamanlarında ziyaretçi akınına uğramaktadır. Hem tatil dönemlerinde hem de Ortodoks takviminin dini günlerinde ziyaretçi alan bir çekim merkezidir. İstanbul, turistler tarafından sıkça ziyaret edilen yerlerden bir tanesidir. Büyükkada özellikle tarihi dokusu sayesinde turistler tarafından daha çok önem verilen bir konumdur. Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı, İstanbul'da bulunan Aya Sofya ve Karya Müzesinden sonra en çok ziyaret edilen yerlerden biridir. Öte yandan halen camiye çevrilmemiş olan, manastır olma özelliğini koruyan bir manastır olduğu için oldukça önem taşımaktadır. Tüm bu sebepler ve pandemi süreci göz önünde bulundurulunca çalışmanın burada gerçekleştirilmesi uygun bulunmuştur.

Çalışmada, günümüzde kişilerin inançlarını gerçekleştirirken ne gibi beklentileri olduğu araştırılmış ve bahsi geçen manastır hakkında güncel bir literatür içermektedir. Çalışma sonucunda turistlerin manastıra verdikleri değer düzeyi ölçülmüş ve yaşanan sorunlara değinilip çözümler üretilmeye çalışılmıştır. Böylece bir turizm çekim merkezi olan

manastır, turizm endüstrisinde canlılığını sağlayacaktır. Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı'na dünyanın çeşitli yerlerinden bireyler geldikleri için dünya turizm genelinde de popülerliğini koruyacaktır. Elimizde var olan turizm çekim merkezlerini bireylere daha iyi tanıtarak ve bireyleri yönlendirerek turizmin bir parçası olmaya devam edecektir. Çalışma başarılı bir şekilde tamamlandıktan sonra devamında yapılabilecek olan çalışmalara kaynak teşkil edecektir. Çalışmanın literatüre önemli bir katkı sağlayacağı da ön görülmektedir. Yapılan çalışma kilisenin en yoğun olduğu dönemlerde gelen ziyaretçilerine uygulanmıştır. Bu doğrultuda konu ile ilgili yapılan görüşmeler sonucunda gelecek olan turistlere önerilerde bulunulmuş ve geleceğin inanç turizmi merkezini daha etkili bir hale getirilmesi için fikirler sunulmuştur.

### **3.3. Araştırmanın Yöntemi**

Yapılan çalışmada yer alan dini inanç, inanç turizmi, algılanan değer, algı, kiliseler ve tarihçeleri ve son olarak çalışmanın esas konusu olan Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı'nın tarihçesi ve uygulanan ritüelleri ile alakalı literatürde mevcut olan yabancı ve yerli olmak üzere tezler, kitaplar ve makaleler gibi çeşitli kaynaklardan yararlanılmıştır. Çalışmanın anakütlesi, kutsal yerleri ziyaret eden ziyaretçilerden oluşmaktadır. Araştırmanın örnek kütleleri, Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı'nı ziyaret edenler olarak belirlenmiştir. Çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Buna göre kutsal yeri ziyaret eden turistlere anket uygulaması yapılmıştır.

### **3.4. Araştırmanın Hipotezleri**

Hipotez, ortaya çıkarılmak istenilen belli başlı davranışlara, olaylara ve/veya olgulara ilişkin olasılık niteliğindeki açıklamaları ifade etmektedir (Türkmendağ, 2015, s. 98). Diğer bir ifade ile araştırmacının oluşturduğu değişkenler arasında geçici olarak test edilmesi mümkün olan iddialar veya savdır (Lorcu, 2015, s. 8).

### **3.5. Araştırmanın Sınırlılıkları**

Araştırmanın sınırlılıkları başlıkta da belirttiğimiz gibi;

- Bu araştırma İstanbul Büyükkada'da bulunan Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı'na 13 Temmuz 2019, 20 Temmuz 2019 01 Aralık 2019, 05 Haziran 2021, 09 Temmuz 2021, 20 Ağustos 2021 ve 31 Ağustos 2021 tarihlerinde gelen turistler ile sınırlıdır.

- Araştırmanın literatür kısmı ve uygulama kısmı yazılırken tüm dünyayı etkileyen Covid-19 pandemisi sebebi ile sınırlı sayıda turistlerden veri toplanmıştır ve pandemiden dolayı anket toplama süreci uzamıştır.

### **3.6. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi**

Evren (Anakütle/yığın); ilgilenilen araştırmanın amacına yönelik elde edilen bütün verileri genellemek için oluşturulan birimler bütünüdür (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2014, s. 69; Alpar, 2018, s. 24). Buna yönelik çalışmanın evrenini, Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı'na gelen ziyaretçiler oluşturmaktadır. Bu çalışmada inanç turizmi kapsamında yer alan Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı'na gelen ziyaretçilere anket formu dağıtılmıştır. Bu bölge seçilirken literatürde eksikliği hissedilmemesi için akademisyenler tarafından alınan görüşler doğrultusunda ilenlenmiştir

Örneklem; gerçekleştirilen bir çalışmada belirlenmiş olan evrenden seçilen ve evreni temsil etme gücü yüksek olan alt kümelerdir (Başaran, 2017, s. 482). Bu bağlamda çalışmada örnekleme yöntemi olarak katımcıların anketi cevaplama konusunda hiçbir zorlama olmaksızın tamamiyle kendi istekleri hususuna dayanan olasılığa dayalı olmayan (tesadüfi olmayan) örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir(Taşbey, 2020, s. 34). Bu nedenle çalışmanın örnekleme, Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı'nı ziyaret eden ziyaretçiler oluşturmaktadır. Çalışma 2020 yılının temmuz ayında İstanbul Büyükkada'da yürütülmüştür. Daha fazla yerli ve yabancı turiste ulaşabilmek adına Manastır'ın yoğun olarak ziyaret edildiği tarihler tercih edilmiştir. Çalışmanın veri toplama sürecinde ilgili manastıra gidilip toplanması beklenen 500 adet anket formu dağıtılmış ve bu anketlerden 336 adedi yüz yüze gerçekleştirilirken 43 adedi ise online anket olarak toplanmıştır. Toplamda katılımcılardan 379 adet geri dönüş sağlanmıştır. Toplanan 379 adet anketin tamamı analizlere tabi tutulmuştur.

### **3.7. Anket Formunun Hazırlanması**

Araştırmada birincil veriler elde etmek adına en çok tercih edilen tekniklerden biri olan anket uygulaması tercih edilmiştir. Çalışmanın ölçeği hazırlanırken çeşitli kaynaklar araştırılmıştır. Araştırmada kullanılan anket formunun sorun ölçeği ve değer ölçeği oluşturulurken Tuba Türkmendağ'ın (2015) çalışmasında kullandığı anket formu ve literatürde yapılan diğer çalışmalar ( Alarçin, 2015; Türkmendağ ve Hassan, 2018; Bideci, 2018; Tekin, 2019) referans alınarak hazırlanmıştır.

Yapılan anket uygulamasında, turistlerin manastıra verdikleri değerin boyutları, verdikleri değerin önemi, verdikleri değerin ölçüsü ve yine ziyarete gelen turistlerin hangi amaçla (ibadet – gezi) ziyarete geldiklerinin karşılaştırılması yapılmıştır. Tez çalışmasının amaçları doğrultusunda hazırlanan anket formu üç bölümden meydana gelmektedir. Birinci bölümde katılımcıların demografik bilgilerine yönelik ifadeler, ikinci bölümünde katılımcıların yaşadıkları veya yaşayabilecekleri sorunlar ile ilgili ifadeler ve son bölümünde ise yine katılımcıların manastıra karşı gösterdikleri ve verdikleri değeri belirlemeye yönelik ifadeler yer yerilmektedir. Hazırlanan anket formunun ilk kısmında 12 adet ifade, ikinci kısmında yine 12 adet ifade ve son kısımda ise 22 adet ifade olmak üzere toplamda 46 adet ifade bulunmaktadır. Hazırlanan anket formu 5’li likert tipi ölçeğine uygun “1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde düzenlenmiştir.

Çalışmada kullanılan anket formunun etik kurallar dahilinde araştırmacılardan mail yoluyla gerekli izinler istenmiştir. Aynı zamanda anket aracılığıyla toplanan bütün veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir. Ayrıca anket formunun hazırlanma sürecinde üç uzman görüşü alınmıştır. Çalışmaya yönelik anket formu oluşturulurken çeşitli zamanlarda uzmanlarla bir araya gelinerek fikir alışverişlerinde bulunulmuştur. Alınan fikirler doğrultusunda çalışmanın amacını ortaya koyacak anket ifadelerine ilişkin eklemeler ve çıkartmalar yapılmıştır. Uzmanların çeşitli görüşleri alınarak anket formunun son hali oluşturulmuştur.

### **3.8. Veri Analizi**

Çalışmada kullanılan anket formları ile elde edilen tüm veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir. Toplanan veriler SPSS programına girildiğinde kayıp verinin (Missing Value) incelenmesine yönelik herhangi bir kodlama hatasının olmadığı ve verilerde istikrarlı bir kaybın yaşanmadığı tespit edilmiştir. Veri sağlandıktan sonra betimsel analizler, normallik dağılım testleri (Çarpıklık-basıklık), güvenilirlik, faktör analizi, t testi, Anavo, regresyon ve korelasyon analizleri yapılmıştır. Sorun ve değer ölçeklerinin normallik dağılımını test etmek amacıyla çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmıştır. Elde edilen çarpıklık ve basıklık değerlerinin +2 ve -2 değer aralıklarında olması gerekmektedir (George & Mallery, 2016, s. 114). Buna göre ölçeklerin normallik değerlerine bakıldığında her iki ölçeğinde normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

Tablo 3.1. Normal Dağılım Analizi

Sorun Ölçeği	Normal Dağılım
Çarpıklık	-1,035
Basıklık	1,471
Değer Ölçeği	
Çarpıklık	-,872
Basıklık	1,638

### 3.9. Faktör Analizi

Doğrulayıcı faktör analizi ve açıklayıcı faktör analizi olmak üzere iki çeşit faktör analizi türü vardır. Bunlardan ilki Doğrulayıcı faktör analizi, daha önceden belirlenen bir model üzerinden gözlenmek istenen değişkenlerden yola çıkarak faktör oluşturmak için yapılan bir analizdir. Genel olarak var olan bir ölçeği iyileştirmek ve geliştirmek için, ayrıca geçerlilik analizlerinde kullanılmakta olup daha önceden belirlenen bir modelin doğrulanmasını amaçlamaktadır (Aytaç & Öngen, 2012, s. 16). Bir diğeri ise Açıklayıcı faktör analizi, kullanılacak olan modelin faktör sayılarını ve gözlenen veya gözlenmeyen değişkenler arasındaki ilişki hakkında herhangi bir ön varsayım bulundurmaz. Açıklayıcı faktör analizinin amacı değişkenlerin faktör yapısını ya da modelini tanımlamaktır (Avşar, 2007, s. 6).

#### 3.9.1. Sorun Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

Faktör analizi, var olan ifadelerin hangi boyutlar altında toplandığını belirlemede ve değişken sayısını daha aza indirgemedede kullanılan bir analiz türüdür. Açıklayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi olmak üzere iki çeşit faktör analizi türü bulunmaktadır. Açıklayıcı faktör analizi birden fazla değişkenin hangi boyutlar altında toplandığı hakkında bilgi verir ve bu boyutların isimlendirilmesinde katkı sağlar. Açıklayıcı faktör analizinin temel amacı değişkenler vasıtasıyla oluşacak olan boyutların belirlenmesine fayda sağlayacak faktör yükleri matrisine ulaşmayı hedeflemektir (Alpar, 2018: s. 587-588).



Tablo 3.2. Sorun Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Uygunluk Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,942
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4198,449
	df	66
	Sig.	,000

KMO ve Bartlett's Testi

Herhangi bir ölçeğin geçerliliğini belirlemek için (KMO) Kaiser-Meyer-Olkin değerinin ölçülmesi gerekmektedir. KMO değeri ölçüldükten sonra bu değer minimum 0,60 üzerinde olması beklenilmektedir. Söz konusu bu değer 0,60 olarak ölçülürse ölçeğin geçerli bir durumda olduğu söylenebilir. Ayrıca KMO değeri 0,80 ve üzeri olarak ölçülürse ölçeğin iyi bir geçerliliğe sahip olduğunu söylemek mümkündür (Kozak, 2015, s. 150). Bu bağlamda tablo 3.2’te sorun ölçeğinin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0,942 olarak tespit edilmiştir. Bu analiz sonucuna göre sorun ölçeğinin 0,942 KMO değeri ile iyi bir geçerlilik sağladığı söylenebilmektedir. Başka bir ifade ile faktör analizinin uygulanması için ihtiyaç duyulan örneklem yeterliliğinin söz konusu değerle sağlandığı söylenebilmektedir. Ayrıca Bartlett testinin sonuçlarına göre Sig. değerinin 0,05’in altında olduğu görülmektedir. Bu değerle sorun ölçeğinin faktör analizine uygunluğu tespit edilmiştir.

Tablo 3.3. Sorun Ölçeğine Ait Faktör Analizi

	Faktör Yüğü	Özdeğer	Açıklanan Varyans %	Toplam Varyans %	Cronbach Alpha ( $\alpha$ )
<b>Sorun Ölçeği</b>					,950
<b>Sorun Boyutu</b>		7,691	69,920	69,920	,950
Manastırı ziyaretimin sonucu umduğum gibi oldu.	,898				
Manastırın iç kısmı temizdi.	,863				
Manastıra gelişim maddi harcamalarıma değdi.	,855				
Manastır ziyaretim sürecinde herhangi bir sorun yaşamadım.	,854				
Manastırın iç tasarımı ferahıt ve ziyaretçilerin kullanımına uygun hale getirilmişt.	,843				
Manastırın çevresi düzenli ve iyi organize olmuşt.	,842				
Manastır görevlileri ihtiyaç duyduğum gereçleri (mum, ateş,su vb.) bulmamda kolaylık sağladı.	,833				
Manastırın bende bıraktığı izlenim manevi yönden beni tatmin etti.	,829				
Manastırın içine girmeden önce görevliler ve uyarı yazılılarıyla yapılan yönlendirmeler (sessizliğe uyulması, uygun kıyafet, fotoğraf çekim kuralları vs.) ibadet amacıyla gelenlerin mahremiyetine uygundu.	,824				
Manastır görevlilerinin iletişim becerileri yeterliydi.	,820				
Manastırın tarihi dokusu ve ziyaretçilerin güvenliğine yönelik (kamera kaydı, yangın, acil durum önlemleri vs.) önlemler alınmışt.	,724				

Elde edilen faktör yüklerinin 0,50 ve üzeri olması gerekmektedir. Ayrıca faktör yükleri 0,50 altında olan ifadelerin analizden çıkartılması gerekmektedir (Wilson, 2013, s. 73). Sorun ölçeğine yönelik Communalities tablosuna bakıldığında bir değişken hariç diğer tüm değişkenlerin faktör yüklerinin 0,50'tan büyük olduğu tespit edilmiştir. Buna göre anketten Sorun6 değişkeni çıkarılmıştır. Analizler yapılırken Varimax rotasyonu tercih edilmiştir. Bu bağlamda yapılan faktör analizi sonucunda 12 ifadenin 1 boyut altında toplandığı tespit edilmiştir. Ayrıca tablo 3.3'e bakıldığında elde edilen boyutun toplam varyansı açıklama oranı % 69,920'dir. Dolayısıyla açıklanan varyansın kabul edilebilir bir düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Bu analizlerle birlikte ölçeğin ve oluşturulan boyutun güvenilirlik analizine bakılmıştır. Buna göre sorun boyutunun güvenilirliği 0,950 olarak tespit edilmiştir. Buna göre, söz konusu ölçeğin ve alt boyutunun güvenilirliğinin yüksek düzeyde olduğu görülmüştür.

### 3.9.2. Değer Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

Herhangi bir ölçeğin geçerliliğini belirlemek için (KMO) Kaiser-Meyer-Olkin değerinin ölçülmesi gerekmektedir. KMO değeri ölçüldükten sonra bu değer minimum 0,60 üzerinde olması beklenilmektedir. Söz konusu bu değer 0,60 olarak ölçülürse ölçeğin geçerli bir durumda olduğu söylenebilir. Ayrıca KMO değeri 0,80 ve üzeri olarak ölçülürse ölçeğin iyi bir geçerliliğe sahip olduğunu söylemek mümkündür (Kozak, 2015, s. 150). Bu bağlamda tablo 3.4'te değer ölçeğinin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0,945 olarak tespit edilmiştir. Bu analiz sonucuna göre değer ölçeğinin 0,945 KMO değeri ile iyi bir geçerlilik sağladığı söylenebilmektedir. Başka bir ifade ile faktör analizinin uygulanması için ihtiyaç duyulan örneklem yeterliliğinin söz konusu değerle sağlandığı söylenebilmektedir. Ayrıca Bartlett testinin sonuçlarına göre Sig. değerinin 0,05'in altında olduğu görülmektedir. Bu değerle değer ölçeğinin faktör analizine uygunluğu tespit edilmiştir.

Tablo 3.4. Değer Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Uygunluk Testi KMO ve Bartlett's Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,945
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	7602,686
	df	153
	Sig.	,000

Tablo 3.5. Değer Ölçeğine Ait Faktör Analizi

	Faktör Yüğü	Özdeğer	Açıklanan Varyans %	Toplam Varyans %	Cronbach Alpha ( $\alpha$ )
<b>Değer Ölçeğı</b>					,924
<b>Duygusal Değer</b>		10,649	59,159	59,159	,976
Manastırda kendimi iyi hissettim.	,905				
Manastırda bulunmak bana zevk verdi.	,898				
Manastırda kendimi rahat hissettim.	,888				
Manastırda bulunmak hoşuma gitti.	,886				
Manastırı ziyaret etmem bende bir rahatsızlık duygusu yaratmadı.	,881				
Manastır bende olumlu hisler bıraktı.	,872				
Manastırda kendimi huzurlu hissettim.	,854				
Bu Manastır her dinden insan hitap eder.	,838				
Manastırda bulunmak için harcadığım zamana değdi.	,818				
İbadet etmek (gezi, aile-arkadaş, vb.) için geldiğim Manastırı sevdim.	,706				
<b>Fonksiyonel Değer (Tarihi-Kalite)</b>		1,681	9,338	68,498	,887
Bu Manastır hakkında duyduğum hikaye beni etkiledi.	,856				
Bu Manastırın tarihi geçmişı beni etkiledi.	,841				
Tarihe merakımdan dolayı bu Manastıra geldim.	,752				
Manastır çevresinde dileklerin kabul olması için satılan ürünler Manastırın (tekrar) ziyaret edilmesinde etkindir.	,674				
Söz konusu Manastırın ziyaret edilmesini öneririm.	,649				
Bu Manastır binasının bakımı iyidir.	,646				
<b>Sosyal Değer</b>		1,318	7,321	75,819	,661
Bu Manastırda bulunmak vakit kaybıdır.	,818				
Bu Manastırı ziyaret etmem çevrem tarafından kabul edilmemi sağlar.	,789				

Değer ölçeğine yönelik Communalities tablosuna bakıldığında dört değışken hariç diğer tüm değışkenlerin faktör yüklerinin 0,50'den büyük olduğu tespit edilmiştir. Buna göre analizlerden Değer1, Değer2, Değer13 ve Değer15 değışkenleri çıkarılmıştır. Analizler yapılırken Varimax rotasyonu tercih edilmiştir. Bu bağlamda yapılan faktör analizi

sonucunda toplamda 22 değişkinden geriye kalan 18 değişkenin 3 boyut altında toplandığı tespit edilmiştir. Ayrıca tablo 3.5'e bakıldığında elde edilen boyutların toplam varyansı açıklama oranı % 75,819'dur. Dolayısıyla açıklanan varyansın kabul edilebilir bir düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Bu analizlerle birlikte ölçeğin ve oluşturulan boyutların güvenilirlik analizine bakılmıştır. Buna göre değer ölçeğine ait Duygusal değer boyutunun güvenilirliği 0,976, Fonksiyonel değerin (tarihi-kalite) 0,887 ve Sosyal değerin 0,661 olarak tespit edilmiştir. Değer ölçeğinin genel Cronbach Alpha değerine bakıldığında ise bu değerin 0,924 olduğu görülmektedir. Buna göre, söz konusu ölçeğin ve alt boyutlarının güvenilirliklerinin yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

### 3.10. Bulgular

Bu bölümde Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırı'na gelen ziyaretçilere yönelik yapılan araştırmada anket aracılığıyla toplanan veriler doğrultusunda elde edilen genel bulgulara değinilmiştir.

#### 3.10.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Anketin birinci kısmında yer alan demografik özelliklere yönelik sorulardan elde edilen verilere bu başlık altında değinilmiştir. Katılımcılara demografik bilgilerine ilişkin cinsiyet, yaşı, eğitim durumu, mesleğiniz, dini inancınız, mezhebiniz, manastırı ziyaret sayınız, kiminle geldiniz, kilisenin içine girdiniz mi, manastırı tekrar ziyaret etmeyi düşünüyor musunuz şeklinde sorular sorulmuştur.

Tablo 3.6. Cinsiyet

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kadın	176	46,2	46,2	46,2
Erkek	204	53,8	53,8	100,0
Toplam	379	100,0	100,0	

Çizelge incelendiğinde çalışmaya katılan 379 katılımcının % 46,2'sini kadınlar %53,8'ini erkekler oluşturmaktadır. Diğer bir deyişle kadın katılımcı sayısı 176, erkek katılımcı sayısı ise 204 olmak üzere toplamda 379 katılımcı analize dahil edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda erkek katılımcıların kadın katılımcılardan daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 3.7. Yaş

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
0-21	40	10,6	10,6	10,6
22-30	207	54,6	54,6	65,2
31-40	86	22,7	22,7	87,9
41-50	38	10,0	10,0	97,9
51 ve üzeri	8	2,1	2,1	100,0
Toplam	379	100,0	100,0	

Çizelge incelendiğinde katılımcıların yaşları 0-21, 22-30, 31-40, 41-50 ve 51 ve üzeri olarak kategorileştirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre katılımcıların 207 kişisi 22-30 yaş aralığında ve 8 kişisi ise 51 ve üzeri yaş gruplarında yer aldığı belirlenmiştir. Buna göre katılımcıların yarısından fazlası 22-30 yaş aralığında yani genç ve yetişkin kişilerden oluştuğu görülmektedir.

Tablo 3.8. Eğitim Durumunuz

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
İlköğretim	1	,3	,3	,3
Ortaöğretim	9	2,4	2,4	2,6
Lise	99	26,1	26,1	28,8
Üniversite	260	68,6	68,6	97,4
Lisansüstü	10	2,6	2,6	100,0
Toplam	379	100,0	100,0	

Çizelgede katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında % ,3'ü (N=1) ilköğretim, % 2,4'ü (N=9) ortaöğretim, %26,1'i (N=99) lise, %68,6'sı (N=260) üniversite ve son olarak %2,6'sı (N=10) ise lisansüstü eğitim düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Bu bağlamda katılımcıların eğitim seviyelerinin ağırlıklı olarak üniversitede toplandığı en az eğitim seviyesinin ise ilköğretim düzeyinde olduğu görülmektedir.

Tablo 3.9. Mesleğiniz

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Emekli	19	5,0	5,0	5,0
Kamu Sektörü	47	12,4	12,4	17,5
Özel Sektör	150	39,6	39,7	57,1
Öğrenci	148	39,1	39,2	96,3
Diğer	14	3,7	3,7	100,0
Toplam	378	99,7	100,0	
Kayıp Veri	1	,3		
Toplam	379	100,0		

Çizelgeye bakıldığında katılımcıların % 5,0'ının (N=19) emekli, %12,4'ünün (N=47) kamu sektörü, %39,6'sı (N=150) özel sektör, %39,1 (N=148) öğrenci ve son olarak % 3,7'sinin (N=14) diğer meslek gruplarında yer aldığı görülmektedir. Buna göre diğer meslek grubu seçeneğine yönelik yapılan analize göre 1 kişinin çalışmıyor, 1 kişinin çiftçi, 4 kişinin ev hanımı, 1 kişinin serbest meslek ve 3 kişinin ise turist rehberi şeklinde cevap verdikleri tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların % ,3'ünün (N=1) bu soruyu boş bıraktığı görülmektedir.

Tablo 3.10. Dini İnancınız

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Hristiyan	90	23,7	23,9	23,9
Müslüman	259	68,3	68,9	92,8
Yahudi	17	4,5	4,5	97,3
Diğer	10	2,6	2,7	100,0
Toplam	376	99,2	100,0	
Kayıp Veri	3	,8		
Toplam	379	100,0		

Katılımcıların dini inançlarına yönelik çizelgeye bakıldığında katılımcıların %23,7'sinin (N=90) Hristiyan, %68,3'ünün (N=259) Müslüman, %4,5'inin (N=17) Yahudi ve %2,6'sının (N=10) diğer dini inançlara sahip oldukları görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğunun Müslümanlar tarafından oluştuğu görülmektedir. Aynı zamanda 3 katılımcının bu soruya cevap vermediği tespit edilmiştir.

Tablo 3.11. Mezhebiniz nedir?

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	30	7,9	7,9	7,9
Alevi	31	8,2	8,2	16,1
Ermeni	1	,3	,3	16,4
Hanefi	156	41,2	41,2	57,5
Katolik	25	6,6	6,6	64,1
Muhafazakar	2	,5	,5	64,6
Ortodoks	64	16,9	16,9	81,5
Protestan	10	2,6	2,6	84,2
Sünni	38	10,0	10,0	94,2
Süryani	2	,5	,5	94,7
Şafi	16	4,2	4,2	98,9
Şii	1	,3	,3	99,2
Yok	3	,8	,8	100,0
Toplam	379	100,0	100,0	

Çizelgede mezhep değişkeni incelendiğinde katılımcıların %8,2'sinin (N=31) Alevi, %0,3'ünün (N=1) Ermeni, %41,2'sinin (N=156) Hanefi, %6,6'sının (N=25) Katolik, %0,5'inin (N=32) Muhafazakar, %16,9'unun (N=64) Ortodoks, %2,6'sının (N=10) Protestan, %10,0'ının (N=38) Sünni, %0,5'inin (N=2) Süryani, %4,2'sinin (N=16) Şafi, %0,3'ünün (N=1) Şii ve %0,8'inin (N=3) mezhebinin olmadığı (yok) tespit edilmiştir. Çizelgeye bakıldığında katılımcıların %7,9'unun (N=30) bu soruya cevap vermediği görülmüştür.

Tablo 3.12. Manastırı ziyaret sayınız

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
İlk Defa	224	59,1	59,1	59,1
İki veya Daha Fazla	155	40,9	40,9	100,0
Toplam	379	100,0	100,0	

Çizelge manastırı ziyaret sayısı değişkeni açısından değerlendirildiğinde katılımcıların %59,1'inin (N=224) manastırı ilk defa ve %40,9'unun (N=155) ise iki veya daha fazla ziyaret ettikleri görülmektedir. Buna göre katılımcıların yarısından fazlası ilgili manastırı ilk defa ziyaret ettikleri sonucuna varılabilmektedir.

Tablo 3.13. Kimle geldiniz?

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Yalnız	38	10,0	10,0	10,0
Aile-Arkadaş	328	86,5	86,5	96,6
Diğer	13	3,4	3,4	100,0
Toplam	379	100,0	100,0	



Çizelge manastıra kimle geldiğiniz değişkeni açısından değerlendirildiğinde anketörlerin %10,0'ının (N=38) yalnız, %86,5'inin (N=328) aile-arkadaş ve %3,4'ünün (N=13) diğer seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Bu değişkene yönelik verilerden elde edilen çıkarım ise katılımcıların daha çok arkadaşları ve ailesi ile ziyarette buldukları yönündedir.

Tablo 3.14. Kilisenin içine girdiniz mi?

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Evet	352	92,9	93,1	93,1
Hayır	26	6,9	6,9	100,0
Toplam	378	99,7	100,0	
Kayıp Veri	1	,3		
Toplam	379	100,0		

Çizelgeye bakıldığında katılımcıların %92,9'unu (N=352) kilisenin içine girdiniz mi sorusuna evet dediği ve %6,9'unun (N=26) hayır dediği tespit edilmiştir. Ayrıca 1 katılımcının bu soruya cevap vermediği tespit edilmiş ve bu kayıp veri olarak değerlendirilmiştir. Bu bağlamda manastırı ziyarete gelip manastırın içine girenlerin çoğunlukta olduğu görülebilmektedir.

Tablo 3.15. Cevabınız evet ise Manastır ziyaretinden memnun kaldınız mı?

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Evet	348	91,8	98,3	98,3
Hayır	5	1,3	1,4	99,7
Diğer	1	,3	,3	100,0
Toplam	354	93,4	100,0	
Kayıp Veri	25	6,6		
Toplam	379	100,0		

Çizelge 3.15'te görüldüğü üzere katılımcıların %91,8'inin (N=348) manastır ziyaretinden memnun kaldınız mı sorusuna evet cevabı verdiği, %1,3'ünün (N=5) hayır dediği ve %0,3'ünün (N=1) ise diğer cevabını verdiği tespit edilmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunluğunun manastır ziyaretinden memnun kaldıkları sonucuna varılabilir. Ayrıca 25 kişinin bu soruya cevap vermediği tespit edilmiş ve bu sayı kayıp veri olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 3.16. Manastırı tekrar ziyaret etmeyi düşünüyor musunuz?

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Evet	344	90,8	90,8	90,8
Hayır	35	9,2	9,2	100,0
Toplam	379	100,0	100,0	

Çizelge 3.16’da katılımcıların manastırı tekrar ziyaret etmeyi düşünüyor musunuz yönergesine ilişkin cevaplarına bakıldığında %90,8’inin (N=344) evet ve %9,2’sinin (N=35) hayır cevabını verdiği tespit edilmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunluğunun manastır ziyaretinden memnun kaldıkları dolayısıyla tekrar gelebilecekleri sonucuna varılabilmektedir.

### 3.10.2. Sorun Ölçeğine İlişkin Bulgular

Sorun ölçeğine ait aritmetik ortalamalar ve standart sapmalar Tablo 3.17’de yer almaktadır.

Tablo 3.17. Sorun Ölçeğine İlişkin Aritmetik Ortalamalar ve Standart Sapmalar

İFADELER	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Manastırın iç tasarımı ferah ve ziyaretçilerin kullanımına uygun hale getirilmiştir.	3,88	,99157
Manastırın iç kısmı temizdi.	<b>4,05</b>	,96872
Manastırın çevresi düzenli ve iyi organize olmuştu.	<b>3,78</b>	1,10277
Manastırın tarihi dokusu ve ziyaretçilerin güvenliğine yönelik (kamera kaydı, yangın acil durum önlemleri vs.) önlemler alınmıştı.	<b>3,70</b>	1,21858
Manastırın içine girmeden önce görevliler ve uyarı yazılarıyla yapılan yönlendirmeler (sessizliğe uyulması, uygun kıyafet, fotoğraf çekim kuralları vs.) ibadet amacıyla gelenlerin mahremiyetine uygundu.	<b>4,05</b>	1,01669
Manastıra ulaşım kolaydı (Kolay bulunabilir ve yeterli yönlendirme tabelaları).	<b>3,31</b>	1,41913
Manastır görevlilerinin iletişim becerileri yeterliydi.	3,81	1,05372
Manastırı ziyaretimin sonucu umduğum gibi oldu.	3,97	,97296
Manastır görevlileri ihtiyaç duyduğum gereçleri (Mum, ateş, su vb.) bulmamda kolaylık sağladı.	4,00	1,01964
Manastır ziyaretim sürecinde herhangi bir sorun yaşamadım.	<b>4,10</b>	,96303
Manastırın bende bıraktığı izlenim manevi yönden beni tatmin etti.	3,96	1,01106
Manastıra gelişim maddi harcamalarıma değdi.	3,98	1,01309
Genel Ortalama	3,88	0,8596

Yaşanılan sorunları ortaya koymak için oluşturulan sorun ölçeğinde yer alan ifadeler arasında en yüksek aritmetik ortalamalar “Manastır ziyaretim sürecinde herhangi bir sorun yaşamadım.” (4,10), “Manastırın iç kısmı temizdi.” (4,05), “Manastırın içine girmeden önce

görevliler ve uyarı yazılarıyla yapılan yönlendirmeler (sessizliğe uyulması, uygun kıyafet, fotoğraf çekim kuralları vs.) ibadet amacıyla gelenlerin mahremiyetine uygundu.” (4,05) yönergelerine aittir. Bu bağlamda anketörlerin ilgili manastıra karşı olumlu duygu ve düşüncelere sahip olduğu söylenebilir. Ayrıca sorun ölçeğine ilişkin en düşük aritmetik ortalamalar ise “Manastıra ulaşım kolaydı (Kolay bulunabilir ve yeterli yönlendirme tabelaları” (3,31), “Manastırın tarihi dokusu ve ziyaretçilerin güvenliğine yönelik (kamera kaydı, yangın acil durum önlemleri vs.) önlemler alınmıştı.” (3,70), “Manastırın çevresi düzenli ve iyi organize olmuştu.” (3,78) yönergelerine ait olduğu tespit edilmiştir. Sorun ölçeğine ait genel ortalama ise  $\bar{X} = 3,88$  ile yükseğe yakın olduğu görülebilmektedir.

### 3.10.3. Değer Ölçeğine İlişkin Bulgular

Değer ölçeğine ilişkin aritmetik ortalamalar ve standart sapmalar Tablo 3.18 de yer almaktadır.

Tablo 3.18. Değer Ölçeğine İlişkin Aritmetik Ortalamalar ve Standart Sapmalar

İFADELER	Genel Ortalama	Standart Sapma
Manastırın mimari yapısı etkileyici ve göz alıcıydı.	3,87	1,10873
Manastır görevlilerinin tavsiyeleri benim için değerliydi.	3,92	1,06044
İbadet etmek (Gezi, aile-arkadaş, vb.) için geldiğim manastırı sevdim.	3,97	1,07131
Manastırda kendimi huzurlu hissettim.	3,96	1,02683
Manastırda bulunmak hoşuma gitti.	4,03	,94508
Manastırda kendimi rahat hissettim.	4,03	,96849
Manastır bende olumlu hisler bıraktı.	4,03	,93927
Manastırda kendimi iyi hissettim.	4,05	,95096
Manastırda bulunmak bana zevk verdi.	4,05	,97718
Manastırı ziyaret etmem bende bir rahatsızlık duygusu yaratmadı.	4,09	,91975
Bu Manastır her dinden insana hitap eder.	4,00	1,02869
Manastırda bulunmak için harcadığım zamana değdi.	4,02	,97283
Agios Georgios’un hikayesi dikkatimi çektiği için buraya geldim.	3,16	1,36716
Bu Manastırda bulunmak vakit kaybıdır.	<b>2,10</b>	1,31110
Bu Manastırı ziyaret etmek benim için önemli bir değerdir.	3,46	1,31563
Bu Manastırı ziyaret etmem çevrem tarafından kabul edilmemi sağlar.	<b>2,72</b>	2,56343
Bu Manastır binasının bakımı iyidir.	3,87	1,05556
Söz konusu manastırı ziyaret edilmesini öneririm.	<b>4,31</b>	,94892
Tarihe merakımdan dolayı bu Manastıra geldim.	4,12	1,07880
Manastır çevresinde dileklerin kabul olması için satılan ürünler, manastırın (tekrar) ziyaret edilmesinde etkindir.	<b>4,14</b>	1,17773
Bu Manastırın tarihi geçmişi beni etkiledi.	<b>4,14</b>	,98094
Bu Manastır hakkında duyduğum hikaye beni etkiledi.	4,10	1,01024
Genel Ortalama	3,82	0,7306

Manastıra verilen değeri ortaya koymak için oluşturulan değer ölçeğine ait en yüksek ortalamalar “Söz konusu manastırı ziyaret edilmesini öneririm.” (4,31), “Bu Manastırın tarihi geçmişi beni etkiledi.” (4,14), “Manastır çevresinde dileklerin kabul olması için satılan ürünler, manastırın (tekrar) ziyaret edilmesinde etkindir.”(4,14) yönergelerine ait olduğu görölmektedir. Aynı zamanda değer ölçeğine ait en düşük ortalamalar ise “Bu Manastırda bulunmak vakit kaybıdır.”(2,10), “Bu Manastırı ziyaret etmem çevrem tarafından kabul edilmemi sağlar.” (2,72) yönergelerine ait olduğu tespit edilmiştir. Çalışma kapsamında değer ölçeğinde yer alan ifadelere yönelik verilen yanıtların genel aritmetik ortalaması  $\bar{X} = 3,82$  iken standart sapması 0,7306’dır. Buna göre ölçekte yer alan ifadelerin aritmetik ortalamasının yükseğe yakın olduğu görölmektedir. Bu ortalamaya göre katılımcıların değer ölçeğine yönelik ifadeleri değerlendirme noktasında olumlu görüşlere sahip oldukları söylenebilmektedir.

#### **3.10.4. Korelasyon Analizine İlişkin Sonuçlar**

Korelasyon analizi iki değişken arasındaki ilişkinin varlığını ve yönünü belirlemek amacıyla kullanılan bir tür analiz çeşididir. Korelasyon analizi neticesinde katsayı hesaplanmaktadır. Korelasyon katsayısı iki değişken arasındaki doğrusal ilişkinin gücünü belirlemektedir. Söz konusu bu katsayı +1 ve -1 arasında herhangi bir değer alabilirler. -1 değer alan katsayı negatif doğrusal ilişkiyi ifade ederken +1 değer alan katsayı ise pozitif doğrusal ilişkiyi ifade etmektedir (Padem, Göksu, & Konaklı, 2012, s. 178-179). Korelasyon katsayısı genel anlamda 0,1 ve 0,3 arası zayıf, 0,3 ve 0,5 arası orta, 0,5 ve 0,8 arası güçlü, 0,8’den büyük değer alanlar ise çok güçlü korelasyon olarak adlandırılmaktadır (İslamoğlu & Almaık, 2013, s. 340).

Tablo 3.19. Ölçekler Arasındaki Korelasyon Analizi

	Sorun Ölçeği	Değer Ölçeği	Duygusal Değer Boyutu	Fonksiyonel Değer Boyutu	Sosyal Değer Boyutu
Sorun Ölçeği Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 379	,787** ,000 379	,746** ,000 379	,721** ,000 379	,151** ,003 379
Değer Ölçeği Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,787** ,000 379	1 379	,944** ,000 379	,847** ,000 379	,343** ,000 379
Duygusal Değer Pearson Correlation Sig. (2-tailed) Boyutu N	,746** ,000 379	,944** ,000 379	1 379	,685** ,000 379	,165** ,001 379
Fonksiyonel Değer Pearson Correlation Sig. (2-tailed) Boyutu N	,721** ,000 379	,847** ,000 379	,685** ,000 379	1 379	,133** ,010 379
Sosyal Değer Pearson Correlation Sig. (2-tailed) Boyutu N	,151** ,003 379	,343** ,000 379	,165** ,001 379	,133** ,010 379	1 379

Tablo 3.19’da yer alan Korelasyon Analizi sonuçlarına göre ziyaretçilerin yaşadıkları sorunlar ile Manastıra verilen değer arasında güçlü bir düzeyde ve pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ( $p>0,01$ ;  $r=,787^{**}$ ). Aynı zamanda ziyaretçilerin yaşadıkları sorun ile duygusal değer boyutu arasında güçlü bir düzeyde ve pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ( $p>0,01$ ;  $r=,746^{**}$ ). Yine ziyaretçilerin yaşadıkları sorun ile fonksiyonel değer(tarihi-kalite) boyutu arasında güçlü bir düzeyde ve pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ( $p>0,01$ ;  $r=,721^{**}$ ). Son olarak yaşanan sorunlar ile sosyal değer boyutu arasında zayıf bir düzeyde ve pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ( $p>0,01$ ;  $r=,151^{**}$ ).

Bu sonuçlara göre “*Manastıra gelen ziyaretçilerin manastıra verdikleri değer ile yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir ilişki vardır*” olarak kurulan H1 hipotezi desteklenmiştir.

### 3.10.5. Regresyon Analizine İlişkin Sonuçlar

Regresyon analizi, herhangi bir değişkenin bir ve/veya birden fazla bağımsız değişken yardımıyla bağımlı değişkenin alabileceği değeri tahmin etmeye yarayan bir analiz çeşididir. Regresyon analizi bağımsız değişken sayısına göre, basit doğrusal regresyon analizi ve çoklu regresyon analizi olmak üzere iki çeşittir. Bir bağımsız değişken ile yapılan

analiz basit doğrusal regresyon analizi olarak bilinirken, birden fazla bağımsız değişken ile yapılan analiz ise çoklu regresyon analizi olarak bilinmektedir. Regresyon analizi uygulanırken değişkenlere ait var olan veriler kullanılarak bağımlı değişkenin alabileceği değerleri bir model yardımıyla tahmin etmeye çalışmaktadır. Genel anlamıyla regresyon analizi mevcut olan bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini ölçmeye yarayan bir çeşit analizdir (Lorcu, 2015, s. 240; İslamoğlu & Alniaçık, 2013, s. 349).

Tablo 3.20. Yaşanılan Sorunların Verilen Değer Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Bağımlı Değişkenler	R <sup>2</sup>	B	t	p
Duygusal Değer	,557	,746	6,792	,000
Fonksiyonel Değer(Tarihi-Kalite)	,520	,721	9,673	,000
Sosyal Değer	,023	,151	8,180	,003
	<b>R<sup>2</sup>,620</b>	<b>F 615,485</b>	<b>P ,000</b>	<b>KABUL</b>

Tablo 3.20’de bulunan analiz sonuçları değerlendirildiğinde yaşanılan sorunların verilen değer üzerindeki etki düzeyini ortaya koymak için yapılan regresyon analizinin bir bütün olarak anlamlı olduğu görülmektedir (F=615,485, p=,000). Buna göre ziyaretçilerin yaşanılan sorunlarının, Manastıra verilen değerini yordadığı görülmektedir (p<0,05). Aynı zamanda yaşanılan sorunların verilen değeri açıklama oranının %62’i olduğu görülmektedir (R<sup>2</sup>=,620).

Buna göre “*Manastıra gelen ziyaretçilerin yaşadıkları sorunların manastıra verdikleri değere etkisi vardır*” olarak kurulan H2 hipotezi kabul edilmiştir.

### 3.10.6. Değer Ölçeğinin Demografik Bilgilere Göre İncelenmesi

Tablo 3.21. Cinsiyet ve Duygusal Değere, Fonksiyonel Değere, Sosyal Değere İlişkin Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları

	Cinsiyet	n	$\bar{X}$	s.s	t	p	Levene’s Testi Sig.
Duygusal Değer	Kadın	175	4,20	0,7830	3,752	0,000	,121
	Erkek	204	3,87	0,9484			
Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değer	Kadın	175	4,21	0,7574	2,136	0,033	,407
	Erkek	204	4,03	0,8901			
Sosyal Değer	Kadın	175	3,29	0,7449	-0,167	0,868	,390
	Erkek	204	3,31	1,5572			

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Cinsiyet ve Duygusal değere ilişkin yapılan T-testi sonuçlarına göre ise ziyaretçilerin cinsiyetleri ve Duygusal değer boyutu arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $t=3,752;p=0,000<0,05$ ). Buna göre tablo 3.21'de cinsiyet ortalamalarına bakıldığında kadın ziyaretçilerin erkeklere oranla daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda kadınların erkeklere oranla Duygusal değer boyutunda yer alan ifadelerle daha yüksek eğilim gösterdiğini söylemek mümkündür.

Buna göre "*Katılımcıların cinsiyetine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*" olarak kurulan H3 hipotezi kabul edilmiştir.

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Cinsiyet ve Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değere ilişkin yapılan T-testi sonuçlarına göre ise ziyaretçilerin cinsiyetleri ve Fonksiyonel (tarihi-kalite) Değer arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $t=2,136;p=0,033<0,05$ ). Buna göre tablo 3.21'de cinsiyet ortalamalarına bakıldığında kadın ziyaretçilerin erkeklere oranla daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda kadınların erkeklere oranla Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değerde yer alan ifadelerle daha yüksek eğilim gösterdiğini söylemek mümkündür.

Buna göre "*Katılımcıların cinsiyetine göre verilen değer üzerine anlamlı bir farklılık vardır*" olarak kurulan H3 hipotezi kabul edilmiştir.

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Cinsiyet ve Sosyal Değere ilişkin yapılan T-testi sonuçlarına göre ise ziyaretçilerin cinsiyetleri ve Sosyal Değer boyutu arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ( $t=-0,167;p=0,868>0,05$ ).

Buna göre "*Katılımcıların cinsiyetine göre verilen değer üzerine anlamlı bir farklılık vardır*" olarak kurulan H3 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.22. Yaşlara İlişki Tek Yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları

	Yaş	N	$\bar{X}$	s.s	F	p	Levene's Testi Sig.
Duygusal Değer	0-21	40	3,92	0,9459	2,112	0,079	,655
	22-30	207	3,95	0,8996			
	31-40	86	4,13	0,7841			
	41-50	38	4,11	1,0100			
	51 ve üzeri	8	4,72	0,5120			
Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değer	0-21	40	4,12	0,9136	0,554	0,696	,698
	22-30	207	4,07	0,8002			
	31-40	86	4,16	0,8335			
	41-50	38	4,24	0,9449			
	51 ve üzeri	8	4,31	0,9016			
Sosyal Değer	0-21	40	3,30	0,7746	0,120	0,975	,957
	22-30	207	3,28	1,5543			
	31-40	86	3,31	0,7108			
	41-50	38	3,43	0,7549			
	51 ve üzeri	8	3,25	0,6546			

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında Duygusal Değer boyutu ile katılımcıların yaşları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ( $F=2,112; p=0,079 > 0,05$ ). Buna göre tablo 3.22'de katılımcıların yaşlarının ortalamasına bakıldığında 51 ve üzeri yaş aralığında olanların daha fazla yoğunlukta olduğu görülmektedir.

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların yaşına göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H4 hipotezi reddedilmiştir.

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değer ile katılımcıların yaşları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ( $F=0,554; p=0,696 > 0,05$ ). Buna göre tablo 3.22'de katılımcıların yaşlarının ortalamasına bakıldığında 51 ve üzeri yaş aralığında olanların daha fazla yoğunlukta olduğu görülmektedir.

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların yaşına göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H4 hipotezi reddedilmiştir.

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında Sosyal Değer ile katılımcıların yaşları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit



edilmiştir ( $F=0,120;p=0,975>0,05$ ).

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların yaşına göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H4 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.23. Eğitim Durumlarına İlişkin Tek Yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları

	Eğitim	N	$\bar{X}$	s.s	F	p	Levene's Testi Sig.
Duygusal Değer	İlköğretim	1	4,40	-	0,431	0,786	343
	Ortaöğretim	9	3,77	0,9653			
	Lise	99	4,07	0,8568			
	Üniversite	260	4,02	0,9141			
	Lisans üstü	10	3,81	0,5646			
Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değer	İlköğretim	1	4,83	-	0,799	0,527	,885
	Ortaöğretim	9	3,70	0,8324			
	Lise	99	4,09	0,9181			
	Üniversite	260	4,14	0,8084			
	Lisans üstü	10	4,11	0,6760			
Sosyal Değer	İlköğretim	1	3,00	-	0,093	0,985	,560
	Ortaöğretim	9	3,38	0,5464			
	Lise	99	3,26	0,7261			
	Üniversite	260	3,32	1,4340			
	Lisans üstü	10	3,20	0,4216			

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında Duygusal Değer boyut ile katılımcıların eğitim durumları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ( $F=0,431;p=0,786>0,05$ ). Buna göre tablo 3.23'te katılımcıların eğitim durumlarının ortalamasına bakıldığında eğitim durumu ilköğretim olanların daha fazla yoğunlukta olduğu görülmektedir.

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların eğitim durumuna göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H5 hipotezi reddedilmiştir.

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değer ile katılımcıların eğitim durumları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ( $F=0,799;p=0,527>0,05$ ). Buna göre tablo 3.23'te katılımcıların eğitim durumlarının ortalamasına bakıldığında eğitim durumu ilköğretim olanların daha fazla yoğunlukta olduğu görülmektedir.

Bu değerlendirmeye göre “Katılımcıların eğitim durumuna göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır” olarak kurulan H5 hipotezi reddedilmiştir.

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene’s testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında Sosyal Değer ile katılımcıların eğitim durumları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (F=0,093;p=0,985>0,05).

Bu değerlendirmeye göre “Katılımcıların eğitim durumuna göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır” olarak kurulan H5 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.24. Mesleklere İlişkin Tek yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları

	Mesleğiniz	N	$\bar{X}$	s.s	F	p	Levene’s Testi Sig.
Duygusal Değer	Emekli	19	4,53	0,5992	7,592	0,000	,065
	Kamu Sektörü	47	3,43	1,0550			
	zel Sektör	150	4,09	0,8202			
	ğrenci	148	4,08	0,8660			
	Diğer	14	4,00	0,8287			
Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değer	Emekli	19	4,42	0,7603	4,423	0,002	,014
	Kamu Sektörü	47	3,69	1,0540			
	zel Sektör	150	4,18	0,7779			
	ğrenci	148	4,16	0,7994			
	Diğer	14	3,92	0,6909			
Sosyal Değer	Emekli	19	3,31	0,5823	0,586	0,673	,821
	Kamu Sektörü	47	3,24	0,6983			
	zel Sektör	150	3,26	0,7786			
	ğrenci	148	3,32	1,7669			
	Diğer	14	3,78	0,7522			

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene’s testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında Duygusal Değer boyutu ile katılımcıların meslekleri arasında anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir (F=7,592;p=0,000<0,05). Farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek için ise Post-Hoc (Tukey) testi sonucuna bakıldığında gruplar arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Yapılan Post-Hoc testine göre emekli ve kamu sektörü meslek grubu arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir(Tukey Sig. değeri:0,000). Buna göre iki değişken arasındaki ortalamalara bakıldığında emekli olanların ortalamaları kamu sektöründe çalışanlara oranla daha yüksek olduğu görülmektedir(Mean:4,53>3,43). Aynı

zamanda kamu sektörü ile özel sektör arasında da anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir(Tukey Sig. değeri:0,000). Bu bağlamda özel sektörde çalışanların ortalamaları kamu sektöründe çalışanlara göre daha fazla olduğu görülmektedir(Mean:4,09>3,43). Ayrıca kamu sektörü ve öğrenci arasında da anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir(Tukey Sig. değeri:0,000). Buna göre öğrenci olanların ortalamaları kamu sektöründe çalışanların ortalamalarında daha yüksek olduğu görülmektedir(Mean:4,08>3,43). Bu analizler sonucunda kamu sektörü kategorisinde yer alanların emekli, özel sektör ve öğrencilere kıyasla Duygusal Değer boyutunda yer alan ifadelerle daha az eğilim gösterdiği söylenebilmektedir.

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların mesleğine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H6 hipotezi kabul edilmiştir.

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene’s testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olmadığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değer ile katılımcıların meslekleri arasında anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir (F=4,423;p=0,002<0,05). Farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek için ise Post-Hoc (Games Howell) testi sonucuna bakıldığında gruplar arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Yapılan Post-Hoc testine göre emekli ve kamu sektörü meslek grubu arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir(Games Howell Sig. değeri:0,021). Buna göre iki değişken arasındaki ortalamalara bakıldığında emekli olanların ortalamaları kamu sektöründe çalışanlara oranla daha yüksek olduğu görülmektedir(Mean:4,42>3,69). Aynı zamanda kamu sektörü ile özel sektör arasında da anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir(Games Howell Sig. değeri:0,034). Bu bağlamda özel sektörde çalışanların ortalamaları kamu sektöründe çalışanlara göre daha fazla olduğu görülmektedir(Mean:4,18>3,69). Ayrıca kamu sektörü ve öğrenci arasında da anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir(Games Howell Sig. değeri:0,044). Buna göre öğrenci olanların ortalamaları kamu sektöründe çalışanların ortalamalarında daha yüksek olduğu görülmektedir(Mean:4,16>3,69). Bu analizler sonucunda kamu sektörü kategorisinde yer alanların emekli, özel sektör ve öğrencilere kıyasla Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değerde yer alan ifadelerle daha az eğilim gösterdiği söylenebilmektedir.

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların mesleğine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H6 hipotezi kabul edilmiştir.

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen dağıldığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında Sosyal Değer ile katılımcıların meslekleri arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ( $F=0,586;p=0,673>0,05$ ).

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların mesleğine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H6 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3.25. Dini İnançlara İlişkin Tek yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları

	Dini İnancınız	N	$\bar{X}$	s.s	F	p	Levene's Testi Sig.
Duygusal Değer	Hristiyan	90	4,39	0,8060	8,270	0,000	,598
	Müslüman	259	3,88	0,9087			
	Yahudi	17	4,27	0,6179			
	Diğer	10	4,08	0,6646			
Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değer	Hristiyan	90	4,40	0,7507	4,853	0,003	,624
	Müslüman	259	4,02	0,8571			
	Yahudi	17	4,17	0,8196			
	Diğer	10	3,91	0,5733			
Sosyal Değer	Hristiyan	90	3,63	0,7599	3,064	0,028	,878
	Müslüman	259	3,18	1,4055			
	Yahudi	17	3,26	0,7097			
	Diğer	10	3,60	0,7378			

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında Duygusal Değere boyutu ile katılımcıların dini inançları arasında anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir ( $F=8,270;p=0,000<0,05$ ). Farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek için ise Post-Hoc (Tukey) testi sonucuna bakıldığında gruplar arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Yapılan Post-Hoc testine göre Hristiyan ve Müslümanlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir(Tukey Sig. değeri:0,000). Buna göre iki değişken arasındaki ortalamalara bakıldığında Hristiyanların ortalamaları Müslümanlara oranla daha yüksek olduğu görülmektedir(Mean:4,39>3,88).

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların dini inancına göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H7 hipotezi kabul edilmiştir.

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna Fonksiyonel

(Tarihi-Kalite) Değer ile katılımcıların dini inançları arasında anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir ( $F=4,853; p=0,003 < 0,05$ ). Farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek için ise Post-Hoc (Tukey) testi sonucuna bakıldığında gruplar arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Yapılan Post-Hoc testine göre Hristiyan ve Müslümanlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir (Tukey Sig. değeri: 0,001). Buna göre iki değişken arasındaki ortalamalara bakıldığında Hristiyanların ortalamaları Müslümanlara oranla daha yüksek olduğu görülmektedir (Mean: 4,40 > 4,02).

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların dini inancına göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H7 hipotezi kabul edilmiştir.

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene’s testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna Sosyal Değer ile katılımcıların dini inançları arasında anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir ( $F=3,064; p=0,028 < 0,05$ ). Farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek için ise Post-Hoc (Tukey) testi sonucuna bakıldığında gruplar arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Yapılan Post-Hoc testine göre Hristiyan ve Müslümanlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir (Tukey Sig. değeri: 0,019). Buna göre iki değişken arasındaki ortalamalara bakıldığında Hristiyanların ortalamaları Müslümanlara oranla daha yüksek olduğu görülmektedir (Mean: 3,63 > 3,18).

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların dini inancına göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H7 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3.26. Mezheplere İlişkin Tek yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları

	Mezhep	N	$\bar{X}$	s.s	F	p	Levene’s Testi Sig.
Duygusal Değer	Alevi	31	4,14	0,6707	2,183	0,012	,141
	Ermeni	1	4,00	-			
	Hanefi	156	3,94	0,8863			
	Katolik	25	4,23	0,6787			
	Muhafazakar	2	4,50	0,7071			
	Ortodoks	63	4,39	0,8828			
	Protestan	10	4,53	0,4571			
	Rum Ortodoks	1	5,00	-			
	Sünni	38	3,90	0,9337			
	Süryani	2	5,00	0,0000			
	Şafi	16	3,63	1,1499			
	Şii	1	4,10	-			
	Yok	3	3,83	0,1527			

Tablo 3.26. Mezheplere İlişkin Tek yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları (devamı)

Fonksiyonel (Tarihi- Kalite) Değer	Alevi	31	4,31	0,7054	1,708	0,064	,761
	Ermeni	1	2,66	-			
	Hanefi	156	4,05	0,8554			
	Katolik	25	4,26	0,7578			
	Muhafazakar	2	4,58	0,5892			
	Ortodoks	63	4,43	0,7728			
	Protestan	10	4,48	0,6733			
	Rum Ortodoks	1	4,00	-			
	Sünni	38	4,14	0,7213			
	Süryani	2	4,08	1,2963			
	Şafi	16	3,80	1,0278			
	Şii	1	4,00	-			
	Yok	3	3,77	0,3849			
	Sosyal Değer	Alevi	31	3,61			
Ermeni		1	3,00	-			
Hanefi		156	3,09	0,6626			
Katolik		25	3,42	0,7593			
Muhafazakar		2	3,00	0,7071			
Ortodoks		63	3,70	0,8113			
Protestan		10	3,60	0,4594			
Rum Ortodoks		1	3,00	-			
Sünni		38	3,21	0,7131			
Süryani		2	3,00	0,0000			
Şafi		16	3,06	0,9464			
Şii		1	4,50	-			
Yok		3	3,00	0,0000			

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında Duygusal Değer boyutu ile katılımcıların mezhepleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $F=2,183; p=0,012 < 0,05$ ). Farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek için ise Post-Hoc (Tukey) testi sonucuna bakıldığında gruplar arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmemiştir.

Bu değerlendirmeye göre “Katılımcıların mezhebine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır” olarak kurulan H8 hipotezi reddedilmiştir.

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değer ile katılımcıların mezhepleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ( $F=1,708; p=0,064 > 0,05$ ).

Bu değerlendirmeye göre “Katılımcıların mezhebine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır” olarak kurulan H8 hipotezi reddedilmiştir.

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olmadığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında Sosyal Değer ile katılımcıların mezhepleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ( $F=1,246;p=0,250>0,05$ ).

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların mezhebine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H8 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.27. Manastır ziyaret sayısı ve Duygusal Değere, Fonksiyonel Değere, Sosyal Değere ilişkin Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları

	Ziyaret Sayısı	n	$\bar{X}$	s.s	t	p	Levene's Testi Sig.
Duygusal Değer	İlk defa	224	3,98	0,8396	-1,238	0,217	,065
	İki veya daha fazla	155	4,09	0,9591			
Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değer	İlk defa	224	4,09	0,7743	-0,766	0,444	,036
	İki veya daha fazla	155	4,15	0,9176			
Sosyal Değer	İlk defa	224	3,20	1,4695	-1,903	0,058	,450
	İki veya daha fazla	155	3,45	0,8125			

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Ziyaret sayısı ve Duygusal Değere ilişkin yapılan T-testi sonuçlarına göre ise ziyaretçilerin ziyaret sayısı ve Duygusal Değer boyutu arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ( $t=-1,238;p=0,217>0,05$ ). Buna göre tablo 3.27'de Manastır ziyaret sayısı ortalamalarına bakıldığında iki veya daha fazla gelenlerin ilk defa gelenlere oranla daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir.

Buna göre “*Katılımcıların ziyaret sayılarına göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H9 hipotezi reddedilmiştir.

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen dağılmadığı tespit edilmiştir. Ziyaret sayısı ve Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değere ilişkin yapılan T-testi sonuçlarına göre ise ziyaretçilerin ziyaret sayısı ve

Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değer arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ( $t=-0,766;p=0,444>0,05$ ). Buna göre tablo 3.27’de Manastırı ziyaret sayısı ortalamalarına bakıldığında iki veya daha fazla gelenlerin ilk defa gelenlere oranla daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir.

Buna göre “*Katılımcıların ziyaret sayılarına göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H9 hipotezi reddedilmiştir.

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene’s testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Ziyaret sayısı ve Sosyal Değere ilişkin yapılan T-testi sonuçlarına göre ise ziyaretçilerin ziyaret sayısı ve Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değer boyutu arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ( $t=-1,903;p=0,058>0,05$ ).

Buna göre “*Katılımcıların ziyaret sayılarına göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H9 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.28. Kiminle geldiniz? sorusuna ilişkin Tek yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları

	Kiminle geldiniz?	N	$\bar{X}$	s.s	F	p	Levene’s Testi Sig.
Duygusal Değer	Yalnız	38	3,88	1,0234	2,439	0,089	,001
	Aile-Arkadaş	328	4,06	0,8486			
	Diğer	13	3,57	1,3547			
Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değer	Yalnız	38	4,10	0,8564	0,020	0,980	,941
	Aile-Arkadaş	328	4,12	0,8334			
	Diğer	13	4,08	0,8887			
Sosyal Değer	Yalnız	38	3,25	0,8834	0,194	0,824	,917
	Aile-Arkadaş	328	3,30	1,2991			
	Diğer	13	3,50	0,7905			

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene’s testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olmadığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında Duygusal Değer boyutu ile katılımcıların Manastıra kiminle geldikleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ( $F=2,439;p=0,089>0,05$ ).

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların kiminle geldiğine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H10 hipotezi reddedilmiştir.

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene’s testinin sonuçlarına göre



varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değer ile katılımcıların Manastıra kiminle geldikleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ( $F=0,020;p=0,980>0,05$ ).

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların kiminle geldiğine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H10 hipotezi reddedilmiştir.

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene’s testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında Sosyal Değer ile katılımcıların Manastıra kiminle geldikleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ( $F=0,194;p=0,824>0,05$ ).

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların kiminle geldiğine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H10 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.29. Kilisenin İçine Girdiniz mi ve Duygusal Değere, Fonksiyonel Değere, Sosyal Değere İlişkin Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları

	Kilisenin İçine Girdiniz Mi?	n	$\bar{X}$	s.s	t	p	Levene’s Testi Sig.
Duygusal Değer	Evet	352	4,05	0,8740	2,257	0,025	,063
	Hayır	26	3,65	1,0519			
Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değer	Evet	352	4,13	0,8332	1,367	0,173	,785
	Hayır	26	3,90	0,8668			
Sosyal Değer	Evet	352	3,30	1,2730	0,154	0,878	,922
	Hayır	26	3,26	0,8629			

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene’s testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Kilisenin içine girdiniz mi? ifadesi ve Duygusal Değere ilişkin yapılan T-testi sonuçlarına göre ise ziyaretçilerin kilisenin içine girip girmediklerine göre Duygusal Değer üzerine anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $t=2,257;p=0,025<0,05$ ). Buna göre tablo 3.32’de ortalamalara bakıldığında katılımcıların çoğunluğunun kilisenin içine girdiği görülmektedir.

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların kilisenin içine girip girmediklerine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H11 hipotezi kabul edilmiştir.

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Kilisenin içine girdiniz mi? ifadesi ve Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değere ilişkin yapılan T-testi sonuçlarına göre ise ziyaretçilerin kilisenin içine girip girmediklerine göre Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değer üzerine anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ( $t=1,367;p=0,173>0,05$ ). Buna göre tablo 3.43'te ortalamalara bakıldığında katılımcıların çoğunluğunun kilisenin içine girdiği görülmektedir.

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların kilisenin içine girip girmediklerine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H11 hipotezi reddedilmiştir.

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Kilisenin içine girdiniz mi? ifadesi ve Sosyal Değere ilişkin yapılan T-testi sonuçlarına göre ise ziyaretçilerin kilisenin içine girip girmediklerine göre Sosyal Değer üzerine anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ( $t=0,154;p=0,878>0,05$ ).

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların kilisenin içine girip girmediklerine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H11 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.30. Manastır ziyaretinden memnun kaldınız mı? sorusuna İlişkin Tek yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları

	Manastır ziyaretinden memnun kaldınız mı?	N	$\bar{X}$	s.s	F	p	Levene's Testi Sig.
Duygusal Değer	Evet	348	4,06	0,8643	1,829	0,162	,113
	Hayır	5	3,32	1,3103			
	Diğer	1	4,20	-			
Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değer	Evet	348	4,15	0,8175	6,965	0,001	,954
	Hayır	5	2,80	0,7940			
	Diğer	1	4,66	-			
Sosyal Değer	Evet	348	3,31	1,2798	0,505	0,604	,361
	Hayır	5	3,10	0,2236			
	Diğer	1	4,50	-			

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında Duygusal Değer boyutu ile katılımcıların Manastır ziyaretinden memnun kalmaları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ( $F=1,829;p=0,162>0,05$ ). Buna göre ziyaretçilerin ortalamalarına bakıldığında Manastır ziyaretinden memnun kalanların daha yüksek oranda olduğu görülmektedir.

Bu değerlendirmeye gore “Katılımcıların Manastır ziyaretinden memnun kalmalarına gore verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır” olarak kurulan H12 hipotezi reddedilmiştir.

Varyansların homojen olup olmadığını gosteren Levene’s testinin sonuçlarına gore varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değer ile katılımcıların Manastır ziyaretinden memnun kalmaları arasında anlamlı bir farklılığın olduğunu tespit edilmiştir ( $F=6,965;p=0,001<0,05$ ). Farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek için ise Post-Hoc (Tukey) testi sonucuna bakıldığında gruplar arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir.

Bu değerlendirmeye gore “Katılımcıların Manastır ziyaretinden memnun kalmalarına gore verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır” olarak kurulan H12 hipotezi reddedilmiştir.

Varyansların homojen olup olmadığını gosteren Levene’s testinin sonuçlarına gore varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında Sosyal Değer ile katılımcıların Manastır ziyaretinden memnun kalmaları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ( $F=0,505;p=0,604>0,05$ ).

Bu değerlendirmeye gore “Katılımcıların Manastır ziyaretinden memnun kalmalarına gore verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır” olarak kurulan H12 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.31. Manastır Tekrar Ziyaret Etmeyi Düşünüyor musunuz? sorusu ile Duygusal Değere, Fonksiyonel Değere, Sosyal Değere İlişkin Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları

	Manastır Tekrar Ziyaret Etmeyi Düşünüyor musunuz?	n	$\bar{X}$	s.s	t	p	Levene’s Testi Sig.
Duygusal Değer	Evet	344	4,10	0,8521	5,668	0,000	,602
	Hayır	35	3,24	0,8994			
Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değer	Evet	344	4,18	0,8109	4,850	0,000	,895
	Hayır	35	3,48	0,8178			
Sosyal Değer	Evet	344	3,34	1,2897	1,682	0,093	,151
	Hayır	35	2,97	0,6410			

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Manastırı tekrar ziyaret etmeyi düşünüyor musunuz? ifadesi ve Duygusal Değer boyutu arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $t=5,668;p=0,000<0,05$ ). Buna göre tablo 3.31'e bakıldığında insanların manastır ziyaretinden memnun kaldıkları ve tekrar görmek istedikleri sonucuna varılabilir.

Bu değerlendirmeye göre "*Katılımcıların Manastırı tekrar ziyaret etmeyi düşünmelerine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*" olarak kurulan H13 hipotezi kabul edilmiştir.

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Manastırı tekrar ziyaret etmeyi düşünüyor musunuz? ifadesi ve Fonksiyonel (Tarihi-Kalite) Değer boyutu arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $t=4,850;p=0,000<0,05$ ). Buna göre tablo 3.31'e bakıldığında insanların manastır ziyaretinden memnun kaldıkları ve tekrar görmek istedikleri sonucuna varılabilir.

Bu değerlendirmeye göre "*Katılımcıların Manastırı tekrar ziyaret etmeyi düşünmelerine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*" olarak kurulan H13 hipotezi kabul edilmiştir.

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Manastırı tekrar ziyaret etmeyi düşünüyor musunuz? ifadesi ve Sosyal Değer boyutu arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ( $t=1,682;p=0,093>0,05$ ).

Bu değerlendirmeye göre "*Katılımcıların Manastırı tekrar ziyaret etmeyi düşünmelerine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır*" olarak kurulan H13 hipotezi reddedilmiştir.

### **3.10.7. Sorun Ölçeğinin Demografik Bilgilere Göre İncelenmesi**

Agios Georgis Rum Ortodoks Manastırı'na gelen ziyaretçilerin yaşadıkları sorunların demografik özelliklere göre incelenmesi noktasında demografik bilgilerin veri tiplerine göre T-testi ve Anova analizi (tek yönlü varyans) yapılmıştır. T testi, hipotezleri test etmek için kullanılan bir testtir. En fazla iki bağımlı değişkenin olduğu durumlarda T testi kullanılmaktadır (Kozak, 2015, s. 152). Bu yüzden demografik özellikler bölümünde

yer alan cinsiyet, kiliseyi ziyaret sayısı, kilisenin içine girdiniz mi ve kiliseyi tekrar ziyaret etmeyi düşünüyor musunuz? ifadelerine T-testi kullanılmıştır. Diğer demografik özelliklere ilişkin ise Anova (tek yönlü varyans) analizi yapılmıştır.

Tablo 3.32. Cinsiyet ve Sorun Boyutuna ilişkin Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları

	Cinsiyet	n	$\bar{X}$	s.s	t	p	Levene's Testi Sig.
Sorun Boyutu	Kadın	175	4,09	0,7417	3,419	0,001	,034
	Erkek	204	3,80	0,9274			

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olmadığı tespit edilmiştir. Cinsiyet ve sorun boyutuna ilişkin yapılan T-testi sonuçlarına göre ise ziyaretçilerin cinsiyetleri ve sorun boyutu arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $t=3,419; p=0,001 < 0,05$ ). Buna göre tablo 3.32'de cinsiyet ortalamalarına bakıldığında kadın ziyaretçilerin erkeklere oranla daha az olduğu tespit edilmiştir. Sorun boyutuna ilişkin kadınların erkeklere oranla daha az eğilim gösterdiğini söylemek mümkündür.

Buna göre "*Katılımcıların cinsiyetine göre yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık vardır*" olarak kurulan H14 hipotezi kabul edilmiştir.

Tek yönlü varyans (Anova) analizi ise ikiden fazla bağımsız değişkenin yer aldığı ifadelerde uygulanmaktadır (Kozak, 2015, s. 152-153). Buna göre demografik özelliklerdeki yaş, eğitim, meslek, dini inanç, mezhep, kiminle geldikleri, kilisenin içine girmeyenlerin geliş amaçlarının ne olduğu ve kilisenin içine girenlerin ziyaretlerinden memnun olup olmadıkları yönelik ifadelerde tek yönlü varyans (Anova) analizi kullanılmıştır.

Tablo 3.33. Yaşlara İlişki Tek Yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları

	Yaş	N	$\bar{X}$	s.s	F	p	Levene's Testi Sig.
Sorun Boyutu	0-21	40	3,73	0,9982	2,052	0,086	,610
	22-30	207	3,88	0,8321			
	31-40	86	4,03	0,7993			
	41-50	38	4,11	0,9405			
	51 ve üzeri	8	4,42	0,7479			

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında sorun boyutu ile katılımcıların yaşları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir

( $F=2,052;p=0,086>0,05$ ). Buna göre tablo 3.33'te katılımcıların yaşlarının ortalamasına bakıldığında 22-30 yaş aralığında olanların daha fazla yoğunlukta olduğu görülmektedir.

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların yaşına göre yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H15 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.34. Eğitim Durumlarına İlişkin Tek Yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları

	Eğitim	N	$\bar{X}$	s.s	F	p	Levene's Testi Sig.
Sorun Boyutu	İlköğretim	1	4,63	-	1,517	0,196	,474
	Ortaöğretim	9	3,64	0,9331			
	Lise	99	3,81	0,9095			
	Üniversite	260	4,00	0,8418			
	Lisans üstü	10	3,70	0,5174			

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında sorun boyutu ile katılımcıların eğitim durumları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ( $F=1,517;p=0,196>0,05$ ). Buna göre tablo 3.34'te katılımcıların eğitim durumlarının ortalamasına bakıldığında eğitim durumu üniversite olanların daha fazla yoğunlukta olduğu görülmektedir.

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların eğitim durumuna göre yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H16 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.35. Mesleklere İlişkin Tek yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları

	Mesleğiniz	N	$\bar{X}$	s.s	F	p	Levene's Testi Sig.
Sorun Boyutu	Emekli	19	4,35	0,7263	4,769	0,001	,003
	Kamu Sektörü	47	3,54	1,1121			
	Özel Sektör	150	4,06	0,7272			
	Öğrenci	148	3,89	0,8753			
	Diğer	14	3,80	0,7323			

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olmadığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında sorun boyutu ile katılımcıların meslekleri arasında anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir ( $F=4,769;p=0,001<0,05$ ). Farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek için ise Post-Hoc (Games-Howell) testi sonucuna bakıldığında

gruplar arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Yapılan Post-Hoc testine göre emekli ve kamu sektörü meslek grubu arasında yer alanlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir(Games-Howell Sig. değeri:0,009). Buna göre iki değişken arasındaki ortalamalara bakıldığında emekli olanların ortalamaları kamu sektöründe çalışanlara oranla daha yüksek olduğu görülmektedir(Mean:4,35>3,54). Aynı zamanda kamu sektörü ile özel sektör arasında da anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir(Games-Howell Sig. değeri:0,031). Bu bağlamda özel sektörde çalışanların ortalamaları kamu sektöründe çalışanlara göre daha fazla olduğu görülmektedir(Mean:4,06>3,54). Bu analizler sonucunda emekli kategorisinde yer alanların kamu sektörü ve özel sektörde çalışanlara göre sorun ölçeğinde yer alan ifadelerle daha fazla eğilim gösterdiği söylenebilmektedir.

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların mesleğine göre yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H17 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3.36. Dini İnançlara İlişkin Tek yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları

	Dini İnancınız	N	$\bar{X}$	s.s	F	p	Levene's Testi Sig.
Sorun Boyutu	Hristiyan	90	4,20	0,8773	4,229	0,006	,194
	Müslüman	259	3,83	0,8645			
	Yahudi	17	3,97	0,6113			
	Diğer	10	4,02	0,3975			

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında sorun boyutu ile katılımcıların dini inançları arasında anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir (F=4,229;p=0,006<0,05). Farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek için ise Post-Hoc (Tukey) testi sonucuna bakıldığında gruplar arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Yapılan Post-Hoc testine göre Hristiyan ve Müslümanlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir(Tukey Sig. değeri:0,003). Buna göre iki değişken arasındaki ortalamalara bakıldığında Hristiyanların ortalamaları Müslümanlara oranla daha yüksek olduğu görülmektedir(Mean:4,20>3,83).

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların dini inancına göre yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H18 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3.37. Mezheplere İlişkin Tek yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları

	Mezhep	N	$\bar{X}$	s.s	F	p	Levene's Testi Sig.
Sorun Boyutu	Alevi	31	3,96	0,6536	,489	0,126	,145
	Ermeni	1	2,63	-			
	Hanefi	156	3,87	0,8824			
	Katolik	25	4,09	0,6058			
	Muhafazakar	2	3,86	1,0928			
	Ortodoks	63	4,20	0,9697			
	Protestan	10	4,17	0,5256			
	Rum Ortodoks	1	4,81	-			
	Sünni	38	3,99	0,6812			
	Süryani	2	4,77	0,3214			
	Şafi	16	3,52	1,1015			
	Şii	1	3,81	-			
	Yok	3	4,12	0,6053			

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında sorun boyutu ile katılımcıların mezhepleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ( $F=1,489;p=0,126>0,05$ ). Buna göre tablo 3.37'de mezhebi Rum Ortodoks olan katılımcıların sorun boyutunda yer alan ifadelerle daha fazla eğilim gösterdiği görülmektedir.

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların mezhebine göre yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H19 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.38. Ziyaretçilerin Kiliseyi Ziyaret Sayısı ve Sorun Boyutuna İlişkin Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları

	Kiliseyi Ziyaret Sayısı	n	$\bar{X}$	s.s	t	p	Levene's Testi Sig.
Sorun Boyutu	İlk Defa	224	3,93	0,7748	-,129	0,898	,009
	İki veya Daha Fazla	155	3,94	0,9688			

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen dağılmadığı tespit edilmiştir. Ziyaretçilerin kiliseyi ziyaret sayıları ve sorun boyutu arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ( $t=-,129;p=0,898>0,05$ ). Buna göre tablo 3.38'e bakıldığında kiliseyi ilk defa ziyaret edenler ile iki veya daha fazla ziyaret edenlerin ortalamalarına bakıldığında iki değişken arasında neredeyse bir farkın olmadığı görülmektedir.

Buna göre “*Katılımcıların ziyaret sayılarına göre yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H20 hipotezi reddedilmiştir.



Tablo 3.39. Kiminle geldiniz? sorusuna İlişkin Tek yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları

	Kiminle geldiniz?	N	$\bar{X}$	s.s	F	p	Levene's Testi Sig.
Sorun Boyutu	Yalnız	38	3,90	0,8659	1,991	0,138	,967
	Aile-Arkadaş	328	3,96	0,8506			
	Diğer	13	3,48	0,9645			

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında sorun boyutu ile katılımcıların Manastıra kiminle geldikleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ( $F=1,991;p=0,138>0,05$ ). Buna göre tablo 3.39'da yer alan ortalamalara bakıldığında aile veya arkadaşlarıyla gelen katılımcıların daha yüksek oranda olduğu görülmektedir.

Bu değerlendirmeye göre "*Katılımcıların kiminle geldiğine göre yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık vardır*" olarak kurulan H21 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.40. Kilisenin İçine Girdiniz mi ve Sorun Boyutuna İlişkin Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları

	Kilisenin İçine Girdiniz Mi?	n	$\bar{X}$	s.s	t	p	Levene's Testi Sig.
Sorun Boyutu	Evet	352	3,98	0,8504	3,578	0,000	,915
	Hayır	26	3,37	0,7583			

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Kilisenin içine girdiniz mi? ifadesi ve sorun boyutuna ilişkin yapılan T-testi sonuçlarına göre ise ziyaretçilerin kilisenin içine girip girmediklerine göre yaşanan sorunlar üzerine anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $t=0,915;p=0,000<0,05$ ). Buna göre tablo 3.40'ta ortalamalara bakıldığında katılımcıların çoğunluğunun kilisenin içine girdiği görülmektedir.

Bu değerlendirmeye göre "*Katılımcıların kilisenin içine girip girmediklerine göre yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık vardır*" olarak kurulan H22 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3.41. Manastır ziyaretinden memnun kaldınız mı? sorusuna İlişkin Tek yönlü Varyans (Anova) Analizi Sonuçları

	Manastır ziyaretinden memnun kaldınız mı?	N	$\bar{X}$	s.s	F	p	Levene's Testi Sig.
Sorun Boyutu	Evet	348	4,00	0,8356	5,341	0,005	,216
	Hayır	5	2,76	1,1456			
	Diğer	1	4,00	-			

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Anova tablosuna bakıldığında sorun boyutu ile katılımcıların Manastır ziyaretinden memnun kalmaları arasında anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir ( $F=5,341,;p=0,005<0,05$ ). Farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek için ise Post-Hoc (Tukey) testi sonucuna bakıldığında gruplar arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmemiştir.

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların Manastır ziyaretinden memnun kalmalarına göre verilen yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H23 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.42. Manastırı Tekrar Ziyaret Etmeyi Düşünüyor musunuz? sorusu ile Sorun Boyutuna İlişkin Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları

	Manastırı Tekrar Ziyaret Etmeyi Düşünüyor musunuz?	n	$\bar{X}$	s.s	t	p	Levene's Testi Sig.
Sorun Boyutu	Evet	344	4,00	0,8408	4,647	0,000	,568
	Hayır	35	3,31	0,7833			

Varyansların homojen olup olmadığını gösteren Levene's testinin sonuçlarına göre varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Manastırı tekrar ziyaret etmeyi düşünüyor musunuz? ifadesi ve sorun boyutu arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $t=4,647;p=0,000<0,05$ ). Buna göre tablo 3.42'ye bakıldığında insanların manastır ziyaretinden memnun kaldıkları ve tekrar görmek istedikleri sonucuna varılabilir.

Bu değerlendirmeye göre “*Katılımcıların Manastırı tekrar ziyaret etmeyi düşünmelerine göre yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık vardır*” olarak kurulan H24 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3.43. Hipotezlerin Değerlendirilmesi

<b>H</b>	<b>HİPOTEZ</b>	<b>SONUÇ</b>
<b>H1</b>	Manastıra gelen ziyaretçilerin manastıra verdikleri değer ile yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.	<b>KABUL</b>
<b>H2</b>	Manastıra gelen ziyaretçilerin yaşadıkları sorunların manastıra verdikleri değere etkisi vardır.	<b>KABUL</b>
<b>H3</b>	Katılımcıların cinsiyetine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>KABUL</b>
<b>H3a</b>	Katılımcıların cinsiyetine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>KABUL</b>
<b>H3b</b>	Katılımcıların cinsiyetine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H4</b>	Katılımcıların yaşına göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır	<b>RED</b>
<b>H4a</b>	Katılımcıların yaşına göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır	<b>RED</b>
<b>H4b</b>	Katılımcıların yaşına göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır	<b>RED</b>
<b>H5</b>	Katılımcıların eğitim durumuna göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H5a</b>	Katılımcıların eğitim durumuna göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H5b</b>	Katılımcıların eğitim durumuna göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H6</b>	Katılımcıların mesleğine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>KABUL</b>
<b>H6a</b>	Katılımcıların mesleğine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>KABUL</b>
<b>H6b</b>	Katılımcıların mesleğine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>KABUL</b>
<b>H7</b>	Katılımcıların dini inancına göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>KABUL</b>
<b>H7a</b>	Katılımcıların dini inancına göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>KABUL</b>
<b>H7b</b>	Katılımcıların dini inancına göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>KABUL</b>
<b>H8</b>	Katılımcıların mezhebine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H8a</b>	Katılımcıların mezhebine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H8b</b>	Katılımcıların mezhebine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H9</b>	Katılımcıların ziyaret sayılarına göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H9a</b>	Katılımcıların ziyaret sayılarına göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H9b</b>	Katılımcıların ziyaret sayılarına göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H10</b>	Katılımcıların kiminle geldiğine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H10a</b>	Katılımcıların kiminle geldiğine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H10b</b>	Katılımcıların kiminle geldiğine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H11</b>	Katılımcıların kilisenin içine girip girmediklerine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>KABUL</b>
<b>H11a</b>	Katılımcıların kilisenin içine girip girmediklerine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>

Tablo 3.43. Hipotezlerin Değerlendirilmesi (devamı)

<b>H11b</b>	Katılımcıların kilisenin içine girip girmediklerine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H12</b>	Katılımcıların Manastır ziyaretinden memnun kalmalarına göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H12a</b>	Katılımcıların Manastır ziyaretinden memnun kalmalarına göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H12b</b>	Katılımcıların Manastır ziyaretinden memnun kalmalarına göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H13</b>	Katılımcıların Manastırı tekrar ziyaret etmeyi düşünmelerine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>KABUL</b>
<b>H13a</b>	Katılımcıların Manastırı tekrar ziyaret etmeyi düşünmelerine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>KABUL</b>
<b>H13b</b>	Katılımcıların Manastırı tekrar ziyaret etmeyi düşünmelerine göre verilen değer arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H14</b>	Katılımcıların cinsiyetine göre yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>KABUL</b>
<b>H15</b>	Katılımcıların yaşına göre yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H16</b>	Katılımcıların eğitim durumuna göre yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H17</b>	Katılımcıların mesleğine göre yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>KABUL</b>
<b>H18</b>	Katılımcıların dini inancına göre yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>KABUL</b>
<b>H19</b>	Katılımcıların mezhebine göre yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H20</b>	Katılımcıların ziyaret sayılarına göre yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H21</b>	Katılımcıların kiminle geldiğine göre yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H22</b>	Katılımcıların kilisenin içine girip girmediklerine göre yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>KABUL</b>
<b>H23</b>	Katılımcıların Manastır ziyaretinden memnun kalmalarına göre yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>RED</b>
<b>H24</b>	Katılımcıların Manastırı tekrar ziyaret etmeyi düşünmelerine göre yaşanan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.	<b>KABUL</b>

#### 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm, kişinin hayatını devam ettirdiği yer dışında farklı bir yere tüketici olarak, dinlenme, gezi, tatil, eğlenme, din gibi çeşitli ihtiyaçlarını gidermek için yaptığı seyahat ve konaklama hareketlerinin bütünüdür. Turizm sahip olduğu çok yönlü yapısından dolayı bir çok farklı bilim dalıyla uzaktan veya yakından, dolaylı ya da dolaysız bir etkileşim içerisinde bulunmaktadır (Akova, 2008). Turizm, insanları seyahate iten din olgusu ile de çok yakından ilgilidir. Din, geçmişten günümüze kadar kişileri seyahate iten önemli faktörlerden biri olmuştur. Dini törenler, dini festivaller, binalar, ayinler gibi çeşitli aktiviteler turist davranışlarını etkileyen ve kişileri inanç turizmine yönlendiren önemli faktörler arasında yer almaktadır.

Turizm sektörünün alternatif turizm faaliyetlerine giren inanç turizmi bölgeler ve ülkeler arası önemli bir sirkülasyona neden olmaktadır. Bireyler inançları doğrultusunda kutsal çekim merkezlerini ziyaret ederek ibadetlerini gerçekleştirmektedirler. Aynı zamanda inanç turizmine katılan bireylerin vardıkları destinasyonlarda kültürel faaliyetlere de katıldıkları bilinmektedir. Bireyler dini inanç ve kutsal vazifelerini yerine getirirken hem inançlarına yönelik hak ve özgürlükleri yaşayarak maneviyata ulaşmakta hem de turistik faaliyetler dolayısıyla bölge ve ülkelerin ekonomik canlılığına fayda sağlamaktadırlar. Bunların yanı sıra inanç turizmine katılan bireyler arasında iletişim ağı, birlik ve beraberlik oluşmaktadır. Böylece küreselleşmenin getirdiği olumlu etkiler, inanç turizminin gelişmesinde ve sürdürülmesinde önemli bir etmen olarak ortaya çıkmaktadır.

Gerçekleştirilen çalışmada, Sorun Ölçeği; “Sorun”, Değer Ölçeği; “ Duygusal Değer, Fonksiyonel Değer (Tarihi- Kalite), Sosyal Değer” başlıkları altında incelenmiştir. Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırına gelen turistlerin yaşadıkları sorunları ve manastıra verdikleri değeri tespit etmeye yönelik anket çalışması yapılmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda sorun ölçeğinin genel ortalaması 3,88 iken değer ölçeğinin ortalamasının ise 3,82 olduğu tespit edilmiştir. Buna göre her iki ölçeğe ait oranın "3,00" üzerinde olmasından dolayı ölçeklere ait ifadelerin aritmetik ortalamalarının orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda Manastır ziyaretçilerinin yaşadıkları sorunlar ve verilen değere ilişkin ifadeleri değerlendirmede olumlu görüşlere sahip olduklarını söylemek mümkündür.

Bu sonuçlara göre sorun ölçeğinde yer alan “Manastır ziyaretim sürecinde herhangi bir sorun yaşamadım (4,10).” ifadesi ankete katılan katılımcılar tarafından en yüksek

ortalamaya sahip olan ifadedir. Buna göre ziyaretçilerin gezileri esnasında herhangi bir olumsuz durumla karşılaşmadıklarını ve ziyaretlerinin sıkıntısız ve güzel geçtiğini söylemek mümkündür. Ayrıca sorun ölçeğinde yer alan “Manastırın içine girmeden önce görevliler ve uyarı yazlarıyla yapılan yönlendirmeler (sessizliğe uyulması, uygun kıyafet, fotoğraf çekim kuralları vs.) ibadet amacıyla gelenlerin mahremiyetine uygundu (4,05).” ve “Manastırın iç kısmı temizdi (4,05).” ifadeleri ise en yüksek ikinci ortalamaya sahip olan ifadeler olduğu tespit edilmiştir. Bu ortalamalara bakılarak Manastırda herhangi bir temizlik ile ilgili bir sıkıntının yaşanmadığını ve ziyaretçilerin mahremiyetine önem verildiği ve kuralların ihlal edilmediğini söylemek mümkündür.

Bu doğrultuda “Manastırı ziyaretimin sonucu umduğum gibi oldu, Manastırın iç kısmı temizdi, Manastıra gelişim Maddi harcamalarımaya değdi ve herhangi bir sorun yaşamadım” ifadeleri anketörler tarafından en fazla tercih edilen ifadeler olduğu görülmektedir. Bu durumda Bideci (2018), Türkmendağ ve Hassan (2018), Alarçin (2015) ve Tekin (2019)’in yapmış olduğu çalışmalarla paralellik gösterdiği tespit edilmiştir.

Manastıra verilen değeri ortaya koymak için oluşturulan değer ölçeğine ait en yüksek ortalamanın “Söz konusu manastırın ziyaret edilmesini öneririm (4,31).” ifadesine ait olduğu tespit edilmiştir. Buna göre Manastıra gelen ziyaretçilerin ziyaretlerinden memnun kaldıkları ve çevresine Manastırın ziyaret edilebilecek önemli çekim merkezleri arasında yer alabileceğini söylemek mümkündür. Aynı zamanda değer ölçeğine ait ikinci en yüksek ortalamaların “Bu Manastırın tarihi geçmişini beni etkiledi (4,14).” ve “Manastır çevresinde dileklerin kabul olması için satılan ürünler, manastırın (tekrar) ziyaret edilmesinde etkindir (4,14).” ifadeleri olduğu belirlenmiştir. Bu ortalamalara göre ise Manastır tarihi hakkında anlatılanların ziyaretçiler tarafından ilgi topladığı ve ziyaretçilerin etkilenecek bu Manastırı ziyaret ettiklerini söylemek mümkündür. Ayrıca Manastır çevresinde ve Manastır’a ulaşmak için çıkılan yokuş boyunca satılan ürünlerin Manastır’ın tekrar ziyaret edilmesinde önemli bir değere sahip olduklarını söyleyebiliriz.

Bu doğrultuda “Manastırda kendimi iyi hissettim, Manastırda bulunmak bana zevk verdi, kendimi rahat hissettim, burada bulunmak hoşuma gitti, Manastırı ziyaret etmem bende bir rahatsızlık duygusu yaratmadı, Manastır bende olumlu hisler bıraktı, Kendimi huzurlu hissettim” ifadeleri katılımcılar tarafından en çok tercih edilen ifadeler olduğu tespit edilmiştir. Böylece çalışmanın anket sorularını oluştururken kullandığımız Türkmendağ (2015)’in “Marka Kişiliği ve Algılan Değer İlişkisi: Seyahat Acentesi Örneği”

adlı çalışma ile paralellik gösterdiği görülmektedir. Aynı zamanda araştırmanın sonucu literatürde yer alan AYTEKİN (2013), BEZİRGAN (2014) ve İLYASOĞLU (2019)'nun yapmış olduğu çalışmalarla benzerlik gösterdiği belirlenmiştir.

Çalışmada yer alan iki ölçek, yaşanan sorun ve verilen değer ölçeği arasında güçlü bir düzeyde ve pozitif yönlü anlamlı bir ilişkinin (0,787) olduğu tespit edilmiştir. Edilen boyutlar üzerinden yapılan korelasyon sonucunda is en yüksek değere sahip olan sorun boyutu ve duygusal değer boyutunun (0,746) güçlü bir düzeyde ve pozitif yönlü anlamlı bir ilişkinin olduğu, en düşük değer sahip olan sorun boyutu ve sosyal değer boyutunun (0,151) zayıf bir düzeyde ve pozitif yönlü anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca çalışmada verilen değer boyutları ve yaşanan sorun boyutu arasında genel anlamda güçlü bir düzeyde ve pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiş olup sadece sorun boyutu ile sosyal değer boyutu arasında zayıf bir düzeyde fakat pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmada sorun boyutu ve değer boyutu arasında bir etkinin var olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda yaşanan sorunların verilen değeri açıklama oranının %62'i olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmada yapılan tüm analizler sonucunda Manastırı çeşitli sebeplerle ziyarete gelen ziyaretçilerin daha az sorun yaşamaları veya sorunlarla mücadele edebilmelerine yardımcı olabilmek için öneriler şu şekilde sıralanabilir;

- Ziyaretçilerin güvenliğini daha iyi sağlayabilmek için Manastırın girişine, dış cephelerine, gerekirse içerisine daha fazla kameraların konulması gerekmektedir.
- Gerçekleşebilecek yangın, deprem vs. gibi acil durumlarda yapılması gerekenlerin listesinin daha görünür bir şekilde sergilenmelidir.
- Ziyaretçilerin Manastırı daha kolay bulabilmeleri için yol boyunca gerekli yönlendirme tabelalarını konulması gerekmektedir.
- Manastırın dış çevresinin temizliğine ve daha iyi organize edilmesi konusunda çalışmaların yapılması gerekmektedir.
- Manastırda çalışan görevlilerin iletişim becerilerinin iyi olması, gerekirse bu konuda eğitime tabi tutulmaları gerekmektedir.

Çalışmanın akademik anlamdaki değeri bakımından gelecekte yapılacak olan çalışmalar için ise öneriler şu şekildedir:

- İstanbul şehri dışında başka bir şehirdeki dini bir çekim merkezi tercih edilebilir.
- Yapılacak olan benzeri çalışmada farklı bir ölçek kullanılabilir veya ölçek geliştirilebilir ve elde edilen veriler karşılaştırılabilir.
- Farklı bir uygulama alanının seçilmesi önerilebilir.





## 5. EKLER

Ek-1: Anket Formu (Türkçe)

**Sayın Katılımcı;** Bu araştırma Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans programı tez çalışması kapsamında yürütülmektedir. Bu anket formu, “**İnanç Turizmi Kapsamında İstanbul Büyükada’da Bulunan Agios Georgios Rum Ortodoks Manastırına Yerli ve Yabancı Turistlerin Verdikleri Değerin Belirlenmesi ve Ziyaretleri Sırasında Karşılaştıkları Sorunların Ortaya Konması**” isimli Yüksek Lisans tez çalışmasına veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Görüşleriniz istatistiki veriler elde etmede kullanılacağından bireysel sonuçlarla ilgilenilmeyecektir. Vereceğiniz bilgiler kesinlikle gizli tutulacak ve yalnızca araştırma amaçlı kullanılacaktır. Lütfen aşağıdaki soruları dikkatlice okuyup, size en yakın olan seçeneği işaretleyiniz. Göstermiş olduğunuz ilgi ve katkılarınız için şimdiden çok teşekkür ederim.

Saygılarımla.

**Doç. Dr. Gül ERBAY ASLITÜRK**

**Tuğba GÖCEN**

**Tez Danışmanı**

**Yüksek Lisans Öğrencisi**

### I. DEMOGRAFİK BİLGİLER

<b>Cinsiyetiniz</b>	<input type="checkbox"/> Kadın	<input type="checkbox"/> Erkek		
<b>Yaşınız</b>	<input type="checkbox"/> 0-21 <input type="checkbox"/> 51 ve üzeri	<input type="checkbox"/> 22-30	<input type="checkbox"/> 31-40	<input type="checkbox"/> 41-50
<b>Eğitim Durumunuz</b>	<input type="checkbox"/> İlköğretim <input type="checkbox"/> Lisansüstü	<input type="checkbox"/> Ortaöğretim <input type="checkbox"/> Diğer	<input type="checkbox"/> Lise	<input type="checkbox"/> Üniversite
<b>Mesleğiniz</b>	<input type="checkbox"/> Emekli <input type="checkbox"/> Diğer.....	<input type="checkbox"/> Kamu Sektörü	<input type="checkbox"/> Özel Sektör	<input type="checkbox"/> Öğrenci
<b>Dini İnancınız</b>	<input type="checkbox"/> Hristiyan	<input type="checkbox"/> Müslüman	<input type="checkbox"/> Yahudi	<input type="checkbox"/> Diğer.
<b>Mezhebiniz Nedir?</b>	<b>Cevabınız.....</b>			
<b>Manastırı Ziyaret Sayınız</b>	<input type="checkbox"/> İlk Defa	<input type="checkbox"/> İki veya Daha Fazla		
<b>Kimle Geldiniz?</b>	<input type="checkbox"/> Yalnız	<input type="checkbox"/> Aile-Arkadaş	<input type="checkbox"/> Diğer	
<b>Kilisenin İçine Girdiniz mi?</b>	<input type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır		
<b>Cevabınız “Hayır”sa Ziyaret Amacınız Nedir?</b>	<b>Cevabınız.....</b>			
<b>Cevabınız “Evet”se Manastır Ziyaretinden Memnun Kaldınız mı?</b>	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Diğer .....	<input type="checkbox"/> Hayır		
<b>Manastırı Tekrar Ziyaret Etmeyi Düşünüyor musunuz?</b>	<input type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır		

## A. SORUN ÖLÇEĞİ

Aşağıda yer alan ifadelere ne düzeyde katıldığınızı, “1- Kesinlikle <u>Katılmıyorum</u> ”, “2- <u>Katılmıyorum</u> ”, “3-Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum”, “4- <u>Katılıyorum</u> ”, “5- Kesinlikle <u>Katılıyorum</u> ” şıklarından bir tanesini işaretleyerek belirtiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Manastırın iç tasarımı ferah ve ziyaretçilerin kullanımına uygun hale getirilmişti.					
2. Manastırın iç kısmı temizdi.					
3. Manastırın çevresi düzenli ve iyi organize olmuştu.					
4. Manastırın tarihi dokusu ve ziyaretçilerin güvenliğine yönelik (kamera kaydı, yangın acil durum önlemleri vs.) önlemler alınmıştı.					
5. Manastırın içine girmeden önce görevliler ve uyarı yazılarıyla yapılan yönlendirmeler ( sessizliğe uyulması, uygun kıyafet, fotoğraf çekim kuralları vs.) ibadet amacıyla gelenlerin mahremiyetine uygundu.					
6. Manastıra ulaşım kolaydı (Kolay bulunabilir ve yeterli yönlendirme tabelaları ).					
7. Manastır görevlilerinin iletişim becerileri yeterliydi.					
8. Manastırı ziyaretimin sonucu umduğum gibi oldu.					
9. Manastır görevlileri ihtiyaç duyduğum gereçleri (Mum, ateş, su vb.) bulmamda kolaylık sağladı.					
10. Manastır ziyaretim sürecinde herhangi bir sorun yaşamadım.					
11. Manastırın bende bıraktığı izlenim manevi yönden beni tatmin etti.					
12. Manastıra gelişim maddi harcamalarıma değdi.					

## B. DEĞER ÖLÇEĞİ

Aşağıda yer alan ifadelere ne düzeyde katıldığınızı, “1- Kesinlikle <b>Katılmıyorum</b> ”, “2- <b>Katılmıyorum</b> ”, “3-Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum”, “4-Katılıyorum”, “5- Kesinlikle <b>Katılıyorum</b> ” şıklarından bir tanesini işaretleyerek belirtiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
13.Manastırın mimari yapısı etkileyici ve göz alıcıydı.					
14.Manastır görevlilerinin tavsiyeleri benim için değerliydi.					
15.İbadet etmek (Gezi, aile-arkadaş, vb.) için geldiğim manastırı sevdim.					
16.Manastırda kendimi huzurlu hissettim.					
17.Manastırda bulunmak hoşuma gitti.					
18.Manastırda kendimi rahat hissettim.					
19.Manastır bende olumlu hisler bıraktı.					
20.Manastırda kendimi iyi hissettim.					
21.Manastırda bulunmak bana zevk verdi.					
22.Manastırı ziyaret etmem bende bir rahatsızlık duygusu yaratmadı.					
23.Bu Manastır her dinden insana hitap eder.					
24.Manastırda bulunmak için harcadığım zamana değdi.					
25.Agios Georgios’un hikayesi dikkatimi çektiği için buraya geldim.					
26.Bu Manastırda bulunmak vakit kaybıdır.					
27.Bu Manastırı ziyaret etmek benim için önemli bir değerdir.					
28.Bu Manastırı ziyaret etmem çevrem tarafından kabul edilmemi sağlar.					
29.Bu Manastır binasının bakımı iyidir.					
30.Söz konusu manastırı ziyaret edilmesini öneririm.					
31.Tarihe merakımdan dolayı bu Manastıra geldim.					
32.Manastır çevresinde dileklerin kabul olması için satılan ürünler, manastırın (tekrar) ziyaret edilmesinde etkindir.					
33.Bu Manastırın tarihi geçmişi beni etkiledi.					
34. Bu Manastır hakkında duyduğum hikaye beni etkiledi.					

## Ek-2: Anket Formu (İngilizce)

**Dear Participant;** This research is carried out within the scope of Aydın Adnan Menderes University Institute of Social Sciences Tourism Management Master's program thesis. This questionnaire was prepared to collect data for the Master's thesis titled **“Determining the Values of Local and Foreign Tourists in Agios Georgios Greek Orthodox Monastery in Istanbul Büyükada within the Scope of Faith Tourism and Revealing the Problems Encountered During Their Visits”**. Since your feedback will be used to obtain statistical data, individual results will not be dealt with. The information you provide will be kept strictly confidential and will only be used for research purposes. Please read the following questions carefully and mark the option that is closest to you. Thank you very much for your interest and contributions. Yours truly.

Associate Professor Gül ERBAY ASLITÜRK

Tuğba GÖCEN

Thesis advisor

Graduate

Student

### I. DEMOGRAPHIC INFORMATION

<b>Your Gender</b>	<input type="checkbox"/> Female	<input type="checkbox"/> Male	
<b>Your Age</b>	<input type="checkbox"/> 0-21 <input type="checkbox"/> 41-50	<input type="checkbox"/> 22-30 <input type="checkbox"/> 51 and over	<input type="checkbox"/> 31-40
<b>Your Education</b>	<input type="checkbox"/> Primary education <input type="checkbox"/> University	<input type="checkbox"/> Secondary <input type="checkbox"/> Graduate	<input type="checkbox"/> High school <input type="checkbox"/> Other
<b>Your Job</b>	<input type="checkbox"/> Retired <input type="checkbox"/> Student	<input type="checkbox"/> Public sector <input type="checkbox"/> Other	<input type="checkbox"/> Private sector
<b>Your Religious Belief</b>	<input type="checkbox"/> Christian <input type="checkbox"/> Other.	<input type="checkbox"/> Muslim	<input type="checkbox"/> Jewish
<b>What is Your Sect?</b>	Your answer		
<b>Number of Visits to the Monastery</b>	<input type="checkbox"/> First Time	<input type="checkbox"/> Two or More	
<b>Who did you come with?</b>	<input type="checkbox"/> Alone	<input type="checkbox"/> Family- Friend	<input type="checkbox"/> Other.....
<b>Have You Been Inside the Church?</b>	<input type="checkbox"/> Yes	<input type="checkbox"/> No	
<b>If your answer is "No", what is your purpose of visit?</b>	Your Answer		
<b>If your answer is “Yes”, are you satisfied with the Monastery Visit?</b>	<input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> Other.....	<input type="checkbox"/> No	
<b>Are you considering visiting the monastery again?</b>	<input type="checkbox"/> Yes	<input type="checkbox"/> No	

## A. PROBLEM SCALE

Please indicate to what extent you agree with the statements below, by marking one of " <b>1-Strongly Disagree</b> ", " <b>2-Disagree</b> ", " <b>3-Neither Agree or Disagree</b> ", " <b>4-Agree</b> ", " <b>5-Strongly Agree</b> ".	<b>Strongly Disagree</b>	<b>Disagree</b>	<b>Neither Agree or Disagree</b>	<b>Agree</b>	<b>Strongly Agree</b>
1. The interior design of the monastery was spacious and adapted to the use of visitors.					
2. The interior of the monastery was clean.					
3. The surroundings of the monastery were organized and well organized.					
4. Precautions were taken for the historical texture of the monastery and the security of visitors (camera recording, fire emergency measures, etc.).					
5. Before entering the monastery, the instructions made with the officers and warning letters (compliance with silence, appropriate clothing, rules of photographing etc.) were in accordance with the privacy of those who came for worship.					
6. Access to the monastery was easy (easy to find and adequate signposts).					
7. The communication skills of the monastery officers were sufficient.					
8. The result of my visit to the monastery was as I expected.					
9. Monastery officers made it easier for me to find the materials I need (candles, fire, water, etc.)					
10. I had no problems during my visit to the monastery.					
11. The impression that the monastery has made me satisfy me spiritually.					
12. The monastery development was worth my financial expenses.					

## B. VALUE SCALE

Please indicate to what extent you agree with the statements below, by marking one of " <b>1-Strongly Disagree</b> ", " <b>2-Disagree</b> ", " <b>3-Neither Agree or Disagree</b> ", " <b>4-Agree</b> ", " <b>5-Strongly Agree</b> ".	Strongly Disagree	Disagree	Neither Agree or Disagree	Agree	Strongly Agree
13. The architectural structure of the monastery was impressive and eye-catching.					
14. The advice of the monastery officers was valuable to me.					
15. I liked the monastery I came to worship (Trip, family-friend, etc.)					
16. I felt peaceful in the monastery					
17. I liked to be in the monastery.					
18. I felt comfortable in the monastery.					
19. The monastery left me positive feelings.					
20. I felt good at the monastery.					
21. Being in the monastery gave me pleasure.					
22. My visit to the monastery did not cause me any discomfort.					
23. This Monastery appeals to people from all religions.					
24. It was worth the time I spent in the monastery.					
25. I came here because of caught my attention the story of Agios Georgios.					
26. Being in this Monastery is a waste of time.					
27. It is an important value for me to visit this Monastery.					
28. Visiting this Monastery allows me to be accepted by my circle.					
29. The maintenance of this Monastery building is good.					
30. I suggest visiting the monastery in question.					
31. I came to this Monastery because of my interest in history.					
32. The products sold for the acceptance of wishes around the monastery are effective in the (repeat) visit of the monastery.					
33. The historical past of this Monastery impressed me.					
34. The story I heard about this Monastery impressed me.					

Ek-3: Fotoğraflar

Fotoğraf-1





Fotoğraf-2





**Fotoğraf-3**



**Fotoğraf-4**





Fotoğraf-5



Fotoğraf-6





Fotoğraf-7



**Fotoğraf-8**



**Fotoğraf-9:** Demetrios Kilisesi, Erişim Tarihi: 22.11.2021, <http://www.adalar.bel.tr/ilcemiz-sayfasi/detay/282/ayios-demetrios-kilisesi.html>

Kilisesinin dışarıdan gornm.





**Fotoğraf-10:** Hagios Demetrios Kilisesi, Erişim Tarihi: 22.11.2021,  
[https://tr.foursquare.com/v/aya-dimitri-kilisesi/4f12c8fae4b000502d6811a8?  
openPhotoId=500c2101e4b0c2a4e09ff6d7](https://tr.foursquare.com/v/aya-dimitri-kilisesi/4f12c8fae4b000502d6811a8?openPhotoId=500c2101e4b0c2a4e09ff6d7)

Kilisenin içeriden bir görüntüsü.





**Fotoğraf-11:** Hagios Panagia Kilisesi, Erişim Tarihi:22.11.2021,  
<https://www.turanakinci.com/portfolio-view/buyukada-panayia-rum-kilisesi/>

Kilisenin dışarından bir görünümü.



**Fotğraf-12:** Khristos Kilisesi, Erişim Tarihi: 22.11.2021,  
[https://www.adalarmuzesi.org/cms/images/com\\_sobi2/gallery/319/319\\_image\\_1.jpg](https://www.adalarmuzesi.org/cms/images/com_sobi2/gallery/319/319_image_1.jpg)

Kilisenin dışarıdan bir görünümü.



**Fotoğraf-13:** Hagios Nikolaos Kilisesi, Erişim Tarihi: 22.11.2021,  
<https://www.adalarturizm.org/cms/tr/component/k2/item/53-buyukada-aya-nikola-manastiri>

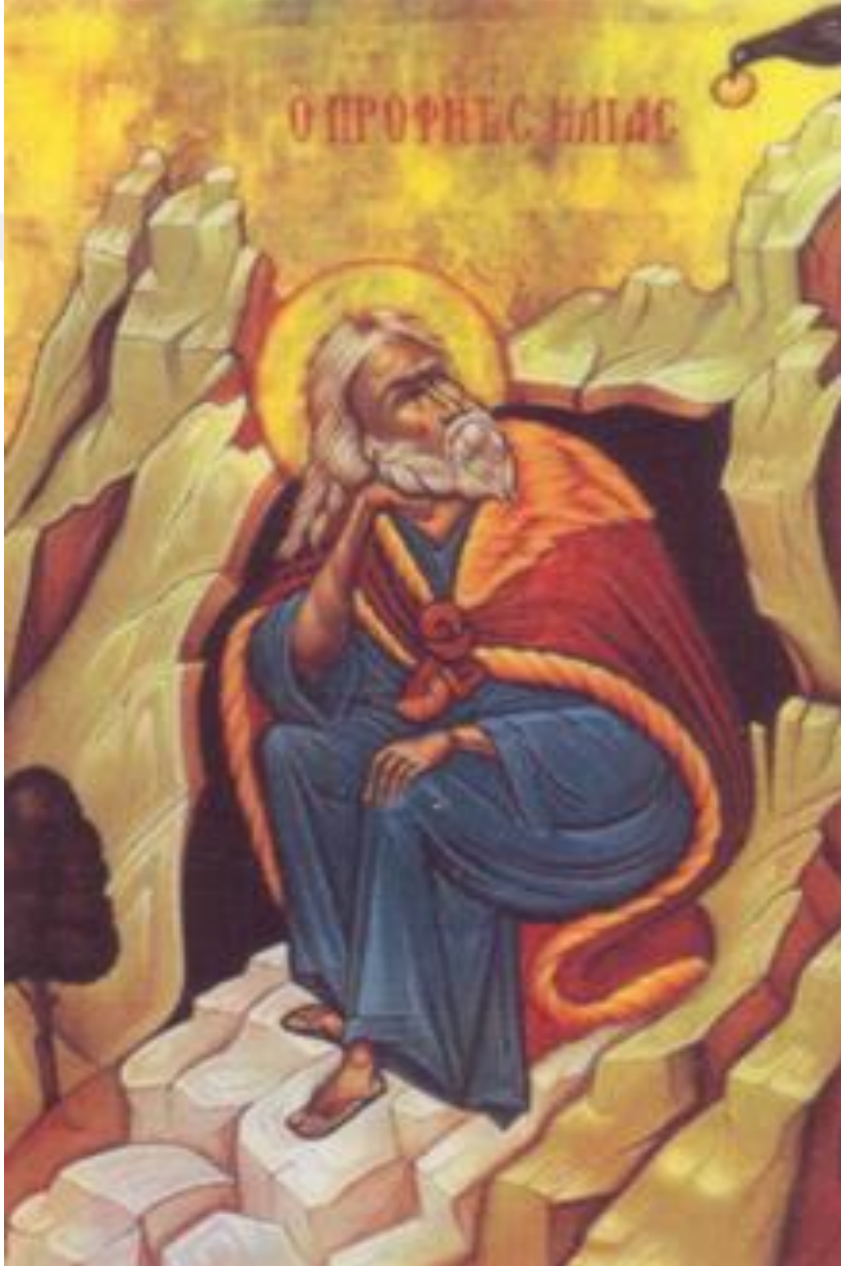
Kilisenin kuşbakışı bir grnts.





**Fotoğraf-14:** Prophetes Elias Mezarlık Kilisesi, Erişim Tarihi: 22.11.2021,  
[https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fen.wikipedia.org%2Fwiki%2FElijah&psig=AOvVaw24YXmA\\_mSHdFP2yrTOXZrK&ust=1637789721366000&source=images&cd=vfe&ved=0CAsQjRxqFwoTCPDttLG4r\\_QCFQAAAAAdAAAAABAD](https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fen.wikipedia.org%2Fwiki%2FElijah&psig=AOvVaw24YXmA_mSHdFP2yrTOXZrK&ust=1637789721366000&source=images&cd=vfe&ved=0CAsQjRxqFwoTCPDttLG4r_QCFQAAAAAdAAAAABAD)

Kiliseye adı verilen Azizin bir görüntüsü.



**Fotoğraf- 15:** Hagioi Theodoroi Özel Kilisesi, Erişim Tarihi: 22.11.2021, Karaca, Z (2018).  
*İstanbul'da Tanzimat Öncesi Rum Ortodoks Kiliseleri, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları. Syf:92.*



## 6. KAYNAKÇA

- Adam, B., Güç, A., Yitik, A. İ., Eroğlu, A. H., Arık, D., & vd., B. Z. (2015). *Dinler Tarihi El Kitabı*. Ankara: Grafiker Yayınları.
- Aydın, M. (2013). *Anahatlarıyla Dinler Tarihi Tarih, İnanç ve İbadet*. İstanbul: Ensar Neşriyat.
- Aykıt, D. A. (2013). Müslümanların ve Hıristiyanların Ortak Ziyaretgahlarından Biri Olarak Aya Yorgi (Saint George) Manastırı. *C.Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi* , 17 (1), 119-134.
- Aytekin, E. (2013). Algılanan Değer ve Tekrar Ziyaret Niyeti Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Beş Yıldızlı Termal Otel İşletmelerinde Bir Araştırma . *Yüksek Lisans Tezi* . Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.
- Bakan, İ., & Kefe, İ. (2012). Kurumsal Açından Algı ve Algı Yönetimi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 2 (1), 19-34.
- Baysal, A. (2019). *Dünya Dinlerinde Hristiyanlık*. İstanbul: Ezr Yayıncılık.
- Bezirgan, M. (2014). Destinasyon İmajı, Algılanan Değer, Aidiyet ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesi: Bir Araştırma . *Doktora Tezi* . Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.
- Büyükada-Aya Dimitri Kilisesi. (t.y.). Erişim: 29 Ekim 2020, <https://www.adalarturizm.org/cms/tr/component/k2/item/31-buyukada-aya-dimitri-kilisesi> adresinden alındı.
- Büyükada-Panagia Kilisesi. (t.y.). Erişim: 29 Ekim 2020, <https://www.adalarturizm.org/cms/tr/component/k2/item/30-buyukada-pangalia-kilisesi> adresinden alındı.
- Corrigan, P. (1997). *The Sociology of Consumption: An Introduction*. London: Sage Publications.
- Cömert, B. (2010). *Mitoloji ve İkonografi*. Ankara: De Ki Basım Yayın.
- Çakmak, F. (2015). Dinsel Bir İtibar Göstergesi Olarak "Hacı"lık. *Doktora Tezi* . Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı.
- Çeşmeci, N. (2018). Yürüyüş Deneyimine Yönelik Akış Durumunun Algılanan Değere ve Davranışsak Niyete Etkisi. *Doktora Tezi* . Mersin: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Çimen, D. K. (2010). Halk İnanışları Açısından İstanbul'daki Kilise ve Ayazmalar. *Yüksek Lisans Tezi* . Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri (Dinler Tarihi) Anabilim Dalı .

- Dalgıç, A., & Birdir, K. (2015). Yayla Turizmine Katılan Seyahat Motivasyonları, Algılanan Değer, Tatmin Düzeyleri ve Sadakatleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* , 3 (3), 3-17.
- Demirağ, B. (2019). Marka İmajı, Algılanan Hizmet Kalitesi, Müşteri Tatmini ve Algılanan Değerin Marka Sadakati Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: 5 Yıldızlı Sayfiye ve Şehir Otelleri Örneği. *Doktora Tezi* . Gaziantep: Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı .
- Diktaş, M. (2020). Aya Yorgi of Büyükada: A Shared Pilgrimage-Shrine in Modern Turkey. *Net Journal of Social Sciences* , 8 (1), 12-20.
- Doğan, H. Z. (2004). *Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Duyusal Öğelerin Algılanan Değer ve Satın Alma Sonrası Davranışlar Üzerine Etkisi: Otel İ. (tarih yok). *Yüksek Lisans Tezi* . Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.
- Eliot, T. S. (1981). *Kültür Üzerine Düşünceler*. Sevim Kantarcıoğlu (Çev.). Ankara: Kültür Bakanlığı Yay.
- Erbaş, A. (2002). İslam Dışı Dinlerde Hac. *Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* , 5, 97-120.
- Ertin, G. (2017). Developments in Social Sciences. *Tourism and Recreation Activities in Japan* (s. 2-729). Sofia : St. Kliment Ohridski University Press.
- Garipağaoğlu, N. (1998-1999). İstanbul Adaları'nda Korunması Gereken Tarihi Doku: Büyükada Örneği. *Marmara Coğrafya Dergisi* (2), 75-94.
- Gavaz, Ö. S. (2014). Hititlerin Bin Tanrılı Yolculuğu: Hac. *Aktüel Arkeoloji Dergisi* , 41, 50-63.
- Güç, A., Eroğlu, A. H., Yitik, A. İ., Batuk, C., Oymak, İ., & vd., K. P. (2018). *Dinler Tarihi I-II*. İstanbul: Lisans Yayıncılık.
- Güngör, M. (2017). Yahudi Dini Hayatında Süleyman Mabedi. *İsrailiyat: İsrail ve Yahudi Çalışmaları Dergisi* (1), 54-78.
- Güngör, Y. (2018). Kültürel Eksende Aya Yorgi (St. George) Kültü ve İnanç Turizmi Açısından Nikomedia (İzmit) İçin Önemi. *Uluslararası Turizm İşletme, Ekonomi Dergisi* , 2 (1), 72-81.
- Güzel, F. (2010). Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Yeni Bir Dinamik :İnanç Turizmi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi* , 2 (2), 87-100.
- Hacıoğlu, N., & Avcıkurt, C. (2011). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. Ankarada: Nobel Akademik Yayıncılık.
- İçöz, O. (2007). *Genel Turizm Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler*. Ankara: Turhan Kitabevi Yayınları.

- İlyasoğlu, G. (2019). Duyusal Öğelerin Algılanan Değer ve Satın Alma Sonrası Davranışlar Üzerine Etkisi: Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi* . Edirne: Trakya Üniversitesi Sosyoloji Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.
- İnceoğlu, M. (2011). *Tutum Algı İletişimi*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- İncil. (2017). İncil. İstanbul: Kitabı Mukaddes Şirketi.
- İstanbulturizmmerkezleri.org ADALAR. (t.y.). Erişim: 29 Ekim 2020, <https://docplayer.biz.tr/2078245-Istanbulturizmmerkezleri-org-adalar.html> adresinden alındı.
- Kalyoncuoğlu, S., & Faiz, E. (2017). Akıllı Telefon Pazarı İçin Müşteri Sadakatinin Oluşturulmasında Memnuniyetin, Algılanan Değerin ve Değiştirme Maliyetinin Etkisi. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi* , 52 (1), 128-149.
- Kana, D. (2006). İstanbul'da Kentleşme ve Değişim "İstanbul". *Yüksek Lisans Tezi* . İstanbul: Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Sinema-Tv Anasanat Dalı.
- Kar, S. (2007). Farklı Dinlerin Gerçeklik İddiaları Açısından İbadet Anlayışlarının Değerlendirilmesi. *Yüksek Lisans Tezi* . Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı.
- Karaca, Z. (2018). *İstanbul'da Tanzimat Öncesi Rum Ortodoks Kiliseleri*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları .
- Karaçoşkun, M. (2004). Dini İnanç- Dini Davranış İlişkisine Sosyo-Psikolojik Yaklaşımlar. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi* , 4 (3), 23-36.
- Karakuyu, M., Tezer, S., & Balık, H. (2010). İstanbul'un Tarihsel Topoğrafyası ve Literatür Değerlendirmesi. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi* , 8 (16), 33-60.
- Karsan, S. (2007, Ekim). Burgazada Kentsel Sit Koruma Önerisi. *Yüksek Lisans Tezi* . İstanbul : İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Kartallıoğlu, Y. (2016). İstanbul Şehir Adının Telaffuzunun Tarihi Süreç İçindeki Gelişimi. *FSM İlmî Araştırmalar İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi* (7), 119-136.
- Kaynak, İ. H. (2010). İnanç Turizminin Medeniyetler Arası İşbirliğine Etkileri: Türkiye Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi* , 13 (1-2), 119-126.
- Koçak, G. N., & Çeşmeci, N. (2011). Altın Çöpe Düşse Değerini Kaybeder Mi, Tenekeyi Parlatsan Çeyrek Altın Eder Mi? Algılanan Değer Ölçekleri, Altın Mı-Teneke Mi? Geçerlilik ve Güvenilirlik Tartışması. (s. 232-241). Akçakoca Düzce: 12. Ulusal Turizm Kongresi.
- Konyar, H. Ö. (2006). İnanç Turizmi Günleri-III. *Medeniyetler Kavşağı İstanbul* (s. 8-296). İstanbul: Muka Matbaacılık.



- Köseoğlu, I. (2013). Late Ottoman Resort Houses in Istanbul: Büyükkada and Kadıköy. *Yüksek Lisans Tezi* . Ankara: Middle East Technical University.
- Kurnaz, H. B. (2013). İnanç Turizmi Kapsamında Hac Umre Organizasyonu Yapan Seyahat Acentalarının Pazarlama Faaliyetlerinin İncelenmesi A Grubu Acentalara Yönelik BİR Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi* . Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.
- Kutlutürk, C. (2015). Hinduizm'e Göre Tanrı Vişnu'nun Yeryüzünde Bedenlenmesinin (Avatara/Hulul) Temel Nedenleri. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi* , 51 (1), 141-160.
- Külter, B., & Demirgüneş, K. (2006). Değer Temelli Pazarlama. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* , 20 (2), 327-342.
- Odabaşı, Y., & Barış, G. (2009). *Tüketici Davranışı*. İstanbul : Mediacat Yayıncılık.
- Okutucu, N. (2017). Hac Güzergahı olarak İstanbul'un İnanç Turizmine Konu Çekim Unsurları (19.Yüzyıl Sonu ve 20. Yüzyıl Başı). *Yüksek Lisans Tezi* . İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İstanbul Araştırmaları Anabilim Dalı.
- Olalı, H. (1984). *Turizm Dersleri*. İzmir: İstiklal Matbaası.
- Özbek, V. (2016). Algılanan Risk ve Algılanan Değer Arasındaki İlişkide Algılanan Hizmet Kalitesinin Düzenleyici Etkisi. *International Review of Economics and Management* , 4 (3), 62-83.
- Özgen, N. (2012). Siirt'in İnanç Turizmi Mekanları: Ziyaret (Veysel Karani) ve Tillo (Aydınlar) Örnekleri. *Doğu Coğrafya Dergisi* , 17 (27), 251-272.
- Sargın, S. (2006). Yalvaç'ta İnanç Turizmi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 16 (2), 1-18.
- Şahin, F. (2005). Budizm'de Nirvana Anlayışı. *Yüksek Lisans Tezi* . Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı.
- Şahiner, T. (2012). İnanç Turizmi Potansiyeli ve Halkın İnanç Turizmine Bakışı Açısından Karaman. *Yüksek Lisans Tezi* . Karaman: Karamanoğulları Mehmetbey Üniversitesi Sosyaş Bilimler Enstitüsü.
- Panagia Kilisesi. (t.y.). Erişim: 29 Ekim 2020, <https://www.buyukada.org/buyukada-rehberi-turkce/> adresinden alındı.
- Şapcılar, M. C., Büyükşalvarcı, A., Altımışık, İ., & Şimşek, Ç. (2017). Turizm Öğrencilerinin İnanç Turizmine Yönelik Bakış Açılıarı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi* (14), 42-61.
- Şenay, B. (2002). Avrupa Birliğinin 'Dini Kimliği' ve Avrupa'da Dinler: Hıristiyanlık, Yahudilik, Hinduizm, Budizm ve İslam. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* , 11 (1), 121-166.

- Şener, O. (2009, Ocak). İstanbul'un tarihsel dokusunun Cbs ortamında Web Arayüzleri İle İnternette Yayımlanması. *Yüksek Lisans Tezi* . İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Şimşek, G. G., & Noyan, F. (2009). Türkiye'de Cep Telefonu Cihazı Pazarında Marka Sadakati İçin Bir Model Denemesi. *ODTÜ Gelişme Dergisi* , 121-159.
- Tarihi Yapılar. (t.y.). Erişim: 06 Kasım 2020, <http://www.adalar.bel.tr/ilcemiz-sayfasi/55/> adresinden alındı.
- Taşbey, S. (2020, Haziran). Yerli Turistlerin Profesyonel Turist Rehberlerinden Beklentilerinin İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi* . Mersin: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tekin, Ö. A. (2014). İslami Turizm: Dünyadaki ve Türkiye'deki Genle Durum Üzerine Bir İnceleme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* , 7 (29), 750-766.
- Tollington, T. (1998). Brands: The Asset Definition and Recognition and Recognition Test. *Journal of Products and Brand Management* (3), 180-192.
- Türkmendağ, T. (2015). Marka Kişiliği ve Algılanan Değer İlişkisi: Seyahat Acentası Örneği. *Yüksek Lisans Tezi* . Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.
- Türkmendağ, T., & Hassan, A. (2018). Müşteri Sadakati Oluşturmada Algılanan Değerin Etkisi: Bir Çağ Kebabı Restoranı Örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi* , 7 (3), 747-775.
- Usta, K. M. (2005). İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından İznik'in Değerlendirilmesi. *Yüksek Lisans Tezi* . Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı.
- Uyaniker, N. (2016). Dinler Coğrafyası Bağlamında Büyükada/Aya Yorgi (Ayios Yeorgius) Yortu Günü ve Kutlamaları. *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi* (11), 1-11.
- Uzunoğlu, E. (2007). Müşteri Odaklı Pazarlama Anlayışına Göre Değer Yaratma: Bir Model Olarak Değer İletim Sistemi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi* , 2 (1), 11-29.
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2014). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştır Yöntemleri*. Ankara: Detay yayıncılık.
- Yitik, A. İ. (1998). Hİnduizm'in Diğer Dİnlere Bakışı. *Dokuz Eylül Üniversitesi İlahiyat Fakültesi* (10), 77-91.
- Zaman, M. (2005). Türkiye'nin Önemli İnanç Turizmi Merkezlerinden Bİri: Sumela (Meryemana) MAnastırı. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 6 (2), 1-24.