

KARABÜK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

BATI KARADENİZ BÖLÜMÜNDE TURİSTİK ÜRÜN
ÇEŞİTLENDİRME: İNANÇ TURİZMİ KAYNAKLARININ
DEĞERLEMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan

HAKAN ÜNAL

Tez Danışmanı

Yrd. Doç. Dr. Nuray Türker

Karabük
Aralık, 2014

KARABÜK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

BATI KARADENİZ BÖLÜMÜNDE TURİSTİK ÜRÜN
ÇEŞİTLENDİRME: İNANÇ TURİZMİ KAYNAKLARININ
DEĞERLEMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
HAKAN ÜNAL




Tez Danışmanı
Yrd. Doç. Dr. Nuray TÜRKER

Karabük
Aralık, 2014

YÜKSEK LİSANS TEZİ ONAY FORMU

Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne,

Hakan ÜNAL'a ait "*Batı Karadeniz Bölümünde Turistik Ürün Çeşitlendirme: İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlemesi Üzerine Bir Araştırma*" adlı bu tez çalışması Tez Kurulumuz tarafından İŞLETME YÜKSEK LİSANS programı tezi olarak oybirliği/oyçokluğu ile kabul edilmiştir.

	Akademik Unvanı, Adı ve Soyadı	İmzası
Tez Kurulu Başkanı (Danışman Üye)	: Yrd. Doç. Dr. Nuray TÜRKER	
Üye	: Yrd. Doç. Dr. Nurettin AYAZ	
Üye	: Yrd. Doç. Dr. Fatih TÜRKMEN	

Tez Sınavı Tarihi : 22.12.2014

TEZ DOĞRULUK BEYANI

**KARABÜK ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

DOĞRULUK BEYANI

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum bu çalışmayı, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yol ve yardıma başvurmaksızın yazdığımı, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserleri her kullanışmada alıntı yaparak yararlandığımı belirtir; bunu onurumla doğrularım.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara katlanacağımı bildiririm.

22.12.2014

Hakan ÜNAL

İmza


ÖNSÖZ

Tezimin hazırlanma sürecinde öncelikle desteğini esirgemeyen, çalışmamda bana doğru yolu göstererek yapıcı bir şekilde beni yönlendiren tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. Nuray TÜRKER'e, her zaman yanımda olan aileme, araştırma boyunca deneyimlerine başvurduğum arkadaşlarıma, tez savunma jürisinde görev alan değerli hocalarıma teşekkürü bir borç bilirim.

Hakan ÜNAL

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	i
İÇİNDEKİLER	ii
KISALTMALAR.....	ix
TABLolar LİSTESİ.....	x
RESİMLER LİSTESİ	xi
HARİTALAR LİSTESİ.....	xii
GİRİŞ.....	1
BİRİNCİ BÖLÜM	3
1. TURİSTİK ÜRÜN KAVRAMI VE TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRME.....	3
1.1. TURİSTİK ÜRÜN KAVRAMI	3
1.1.1. Turistik Ürünün Tanımı	3
1.1.2. Turistik Ürünün Özellikleri	4
1.1.3. Turistik Ürünü Oluşturan Unsurlar.....	7
1.1.4. Turistik Ürün Yaşam Döngüsü.....	7
1.2. TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRMEDE ARZ KAYNAKLARI	9
1.2.1. Doğal Arz Kaynakları.....	10
1.2.2. Sosyo-Kültürel Arz Kaynakları	10
1.2.3. Alt ve Üst Yapı Arz Kaynakları	11
1.2.4. Ulaştırma ve Ulaştırma Koşulları	12
1.3. TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRME	12
1.3.1. Turistik Ürün Çeşitlendirme Sebepleri.....	13
1.3.2. Turistik Ürün Çeşitleri.....	16
1.3.2.1. Sağlık ve Termal Turizmi.....	17
1.3.2.2. Yayla Turizmi.....	18
1.3.2.3. Akarsu Turizmi.....	19
1.3.2.4. Kongre Turizmi	19
1.3.2.5. Mağara Turizmi	21
1.3.2.6. Yat Turizmi	21
1.3.2.7. Eko turizm	22

1.3.2.8.	Kültür Turizmi.....	23
1.3.2.9.	Kuş Gözlemciliği.....	23
1.3.2.10.	Kırsal Turizm.....	24
1.3.2.11.	İnanç Turizmi	24
1.4.	BİR TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİDİ OLARAK İNANÇ TURİZMİ.....	25
1.4.1.	İnanç Turizmi Kavramı ve Önemi	25
1.4.2.	İnanç ve Turizm İlişkisi	27
1.4.3.	İnanç Turizmi Motivasyonu.....	28
1.5.	TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRMEDE İNANÇ TURİZMİ.....	30
1.6.	DÜNYA'DA İNANÇ TURİZMİ.....	31
1.7.	TÜRKİYE'DE İNANÇ TURİZMİ.....	33
İKİNCİ BÖLÜM.....		38
BATI KARADENİZ BÖLÜMÜNDE İNANÇ TURİZMİ KAYNAKLARI		38
2.1.	BATI KARADENİZ BÖLÜMÜ GENEL BİLGİLER	38
2.2.	BATI KARADENİZ BÖLÜMÜNDE TURİZM	39
2.3.	BARTIN İLİ.....	45
2.3.1.	Bartın İli Genel Bilgiler	45
2.3.2.	Bartın İli Tarihi ve Kültürel Değerler	45
2.3.3.	Bartın İli İnanç Turizmi Değerleri	47
2.3.3.1.	Fatih Camisi (Eski Kilise)	47
2.3.3.2.	Halil Bey Cami (Yukarı Cami).....	47
2.3.3.3.	İbrahim Paşa Cami (Orta Cami)	47
2.3.3.4.	Hacı Mehmet Cami.....	48
2.3.3.5.	Merkez Cami (Aşağı Cami).....	48
2.3.3.6.	Ebu Derda Türbesi.....	48
2.4.	BOLU İLİ.....	48
2.4.1.	Bolu İli Genel Bilgiler	48
2.4.2.	Bolu İli Tarihi ve Kültürel Değerleri	49
2.4.3.	Bolu İli İnanç Turizmi Değerleri	51

2.4.3.1.	Büyük Cami (Yıldırım Beyazıt Cami)	51
2.4.3.2.	Kadı Cami.....	52
2.4.3.3.	Ilıca Cami	52
2.4.3.4.	Karaköy Cami.....	53
2.4.3.5.	Süleyman Paşa Cami	53
2.4.3.6.	Mudurnu Yıldırım Cami.....	53
2.4.3.7.	Tokadi Hayrettin Türbesi	54
2.4.3.8.	Akşemseddin Türbesi	54
2.4.3.9.	Aslahaddin Türbesi.....	54
2.4.3.10.	Ömer Sekkini Hazretleri Türbesi.....	54
2.4.3.11.	Umran Sülüst (Şeyh-ül Umran).....	55
2.5.	DÜZCE İLİ	56
2.5.1.	Düzce İli Genel Bilgiler	56
2.5.2.	Düzce İli Tarihi ve Kültürel Değerleri.....	57
2.5.3.	Düzce İli İnanç Turizm Değerleri.....	58
2.5.3.1.	Orhan Gazi Cami	58
2.5.3.2.	Hemşin Köyü Cami	60
2.5.3.3.	Yeni Meze Cami	61
2.5.3.4.	Akçakoca Merkez Cami	61
2.5.3.5.	Konuralp Türbesi.....	62
2.5.3.6.	Şeyh Muslihiddin Türbesi	62
2.6.	KARABÜK İLİ.....	63
2.6.1.	Karabük İli Genel Bilgiler	63
2.6.2.	Karabük İli Tarihi ve Kültürel Değerler	64
2.6.3.	Karabük İli İnanç Turizmi Değerleri	66
2.6.3.1.	Köprülü Mehmet Paşa Cami	66
2.6.3.2.	İzzet Mehmet Paşa Cami	67

2.6.3.3.	Lütfiye (Kaçak) Cami.....	68
2.6.3.4.	Kazdağlıoğlu Cami.....	68
2.6.3.5.	Taş Minare Cami	69
2.6.3.6.	Eski Cami (Gazi Süleyman Paşa Cami)	70
2.6.3.7.	Hidayetullah Cami.....	70
2.6.3.8.	Dağdelen Cami	70
2.6.3.9.	Zülmiye (Mescit) Cami	70
2.6.3.10.	Namazgah (Hıdırlık Tepesi).....	71
2.6.3.11.	Safranbolu Ulu Cami (Ayastefanos Kilisesi)	71
2.6.3.12.	Küre-i Hadid Cami	72
2.6.3.13.	Kalealtı Tekkesi.....	73
2.6.3.14.	Yirmibeşoğlu Köyü Cuma Cami.....	73
2.6.3.15.	Hamzalar Köyü Cami	74
2.6.3.16.	Hasan Paşa Türbesi.....	74
2.7.	KASTAMONU İLİ.....	74
2.7.1.	Kastamonu İli Genel Bilgiler.....	74
2.7.2.	Kastamonu İli Tarihi ve Kültürel Değerler.....	75
2.7.3.	Kastamonu İli İnanç Turizmi Değerleri.....	77
2.7.3.1.	Yılanlı Cami	77
2.7.3.2.	Abdulfettah-ı Veli Türbesi	77
2.7.3.3.	Nasrullah Cami.....	78
2.7.3.4.	Şeyh Şaban Veli Cami.....	79
2.7.3.5.	Şeyh Şaban Veli Türbesi	80
2.7.3.6.	Benli Sultan Türbesi	81
2.7.3.7.	İsmail Bey Cami	81
2.7.3.8.	İsmail Bey Türbesi	81

2.7.3.9.	Yakup Ağa Cami	82
2.7.3.10.	Atabey Gazi Cami	82
2.7.3.11.	Şeyh Ahmet Cami.....	82
2.7.3.12.	Hali Bey Cami	82
2.7.3.13.	Honsalar Cami	83
2.7.3.14.	İbn-i Neccar Cami (Eligüzel Cami).....	83
2.7.3.15.	Mahmut Bey Cami	83
2.7.3.16.	Musa Fakih (Zihnizade) Cami.....	84
2.7.3.17.	Ferhat Paşa (Hacı Kadı) Cami	84
2.7.3.18.	Küpciğez Cami	84
2.7.3.19.	Rüstem Paşa (Menekşe-Mahmut Efendi) Cami	85
2.7.3.20.	Saray (Muharrem Efendi) Cami	85
2.7.3.21.	Sinan Bey Cami	85
2.7.3.22.	Topçuoğlu Cami	85
2.8.	SİNOP İLİ	86
2.8.1.	Sinop İli Genel Bilgiler	86
2.8.2.	Sinop İli Tarihi ve Kültürel Değerler.....	87
2.8.3.	Sinop İli İnanç Turizm Değerleri.....	88
2.8.3.1.	Alaeddin Cami	89
2.8.3.2.	Cezayirli Ali Paşa Cami	89
2.8.3.3.	Fetih Baba Mescidi.....	89
2.8.3.4.	Hacı Ömer (Tersane / İskele / Gümrük) Cami	89
2.8.3.5.	Kaleyazısı (Mehmet Ağa) Cami	89
2.8.3.6.	Kefevi Cami.....	90
2.8.3.7.	Meydankapı (Süleymaniye) Cami	90
2.8.3.8.	Saray Cami	90

2.8.3.9.	Seyyid İbrahim Bilal Türbesi	90
2.8.3.10.	Yeşil Türbe	91
2.8.3.11.	Gazi Çelebi Türbesi	91
2.8.3.12.	Sultan Hatun (Aynalı Kadın) Türbesi.....	91
2.8.3.13.	Candar (İsfendiyar) Oğulları Türbesi	91
2.8.3.14.	Çeçe Sultan Türbesi.....	91
2.9.	ZONGULDAK İLİ.....	92
2.9.1.	Zonguldak İli Genel Bilgiler.....	92
2.9.2.	Zonguldak İli Tarihi ve Kültürel Değerler.....	93
2.9.3.	Zonguldak İli İnanç Turizm Değerleri.....	94
2.9.3.1.	Orta Cami (Ayasofya Kilisesi)	94
2.9.3.2.	Çelikel Cami	94
2.9.3.3.	Halil Paşa Cami	94
2.9.3.4.	Devrek Yeni Cami	94
2.9.3.5.	Yeni Cami.....	95
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	96
BATI KARADENİZ BÖLÜMÜ İNANÇ TURİZMİ KAYNAKLARININ DEĞERLEMESİ	96
3.1.	ARAŞTIRMANIN TANITIMI	96
3.1.1.	Araştırmanın Alanı	96
3.1.2.	Araştırmanın Amacı ve Önemi	96
3.1.3.	Araştırma Problemi.....	97
3.1.4.	Araştırmanın Sınırlılıkları.....	97
3.1.5.	Araştırmanın Varsayımları	97
3.2.	ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ	97
3.2.1.	Araştırmanın Yöntemi	97
3.3.	ARAŞTIRMANIN BULGULARI.....	101
SONUÇ ve ÖNERİLER	121
KAYNAKÇA.....	126

EK: ARAŞTIRMA ANKET FORMU.....	139
ABSTRACT.....	143
ÖZGEÇMİŞ.....	145

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
BAKA	: Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı
BAKKA	: Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı
BARCTM	: Bartın İl Kùltür ve Turizm Mùdùrlùđù
BOLCTM	: Bolu İl Kùltür ve Turizm Mùdùrlùđù
DKTM	: Düzce İl Kùltür ve Turizm Mùdùrlùđù
DÜSKSDB	: Düzce Üniversitesi Sağlık, Kùltür ve Spor Daire Başkanlığı
AİBU	: Abant İzzet Baysal Üniversitesi
KARCTM	: Karabük İl Kùltür ve Turizm Mùdùrlùđù
KASKTM	: Kastamonu İl Kùltür ve Turizm Mùdùrlùđù
KTBYİGM	: Kùltür ve Turizm Mùdùrlùđù Yatırım İşletmeler Genel Mùdùrlùđù
SB	: Sağlık Bakanlığı
SKTM	: Sinop İl Kùltür ve Turizm Mùdùrlùđù
TURSAB	: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği
ZKTM	: Zonguldak İl Kùltür ve Turizm Mùdùrlùđù

TABLolar LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 1. Dünyadaki Başlıca Dinler ve İnanan Sayısı	31
Tablo 2. Çeşitli Dinlerin Kutsal Yolculukları, Başlıca Destinasyonlar ve Turist Sayıları	32
Tablo 3. Geliş Amacına Göre Çıkış Yapan Toplam Ziyaretçi Sayısı.....	36
Tablo 4. Batı Karadeniz Bölümü Turizm Belgeli Konaklama Tesisi, Oda ve Yatak Sayılarının İllere Göre Dağılımı (2013).....	41
Tablo 5. Batı Karadeniz Bölümü Belediye Belgeli Konaklama Tesisi, Oda ve Yatak Sayılarının İllere Göre Dağılımı (2006).....	42
Tablo 6. Batı Karadeniz Bölümünde Bulunan Seyahat Acentelerinin İllere Göre Dağılımı (2013).....	43
Tablo 7. Batı Karadeniz Bölümünde Tesise Geliş, Geceleme, Ortalama Kalış Süresinin İllere Göre Dağılımı (2013)	44
Tablo 8. İnanç Turizmi Kaynak Değerlemede Kullanılan Kriterler	99
Tablo 9. Bartın İli İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlemesi.....	101
Tablo 10. Bolu İli İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlemesi	104
Tablo 11. Düzce İli İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlemesi	107
Tablo 12. Karabük İli İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlemesi.....	110
Tablo 13. Kastamonu İli İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlemesi	112
Tablo 14. Sinop İli İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlemesi	116
Tablo 15. Zonguldak İli İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlemesi	118

RESİMLER LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Resim 1: Büyük Cami Genel Görünüm	52
Resim 2: İlica Cami Genel Görünüm	53
Resim 3: Orhan Gazi Cami Genel Görünüm	59
Resim 4: Orhan Gazi Cami Minber ve Mihrabı	59
Resim 5: Hemşin Köyü Cami Genel Görünüm	60
Resim 6: Yeni Meze Cami Dış Görünüm	61
Resim 7: Akçakoca Cami İç Mekan Görünümü	62
Resim 8: Köprülü Mehmet Paşa Cami Genel Görünüm.....	66
Resim 9: İzzet Mehmet Paşa Cami Dış Görünüm	67
Resim 10: Lutfiye Cami Genel Görünüm	68
Resim 11: Kazdağlıoğlu Cami Genel Görünüm	69
Resim 12: Safranbolu Ulu Cami Genel Görünüm	71
Resim 13: Küre-i Hadid Cami Dış Görünüm	73
Resim 14: Nasrullah Kadı Külliyesi	78
Resim 15: Şeyh Şaban-ı Veli Cami ve Türbesi.....	79
Resim 16: Mahmut Bey Cami İç Kısım.....	84

HARİTALAR LİSTESİ

Sayfa

Harita 1: Batı Karadeniz Bölümü	38
---------------------------------------	----

GİRİŞ

Eski çağlardan beri insanlar çeşitli nedenlerle seyahat etmektedirler. Bu seyahatler, genel itibariyle dinlenme, eğlenme, merak, spor, sağlık, kongre ve seminerlere katılma, dini ibadetleri yerine getirme gibi kişisel nedenlerle, kişisel ya da toplu olarak yapılan seyahatlerdir (Sargın, 2006: 2).

Türkiye'de turizmin gelişmeye başladığı 1950'li yıllardan 1980'li yıllara kadar ağırlıklı turizm faaliyeti tür olarak kitle turizmidir. Bu turizm türünün gelişmesine imkan sağlayan bölgeler Akdeniz ve Ege bölgeleridir. Konaklama tesisleri ise ağırlıklı olarak Antalya ve Muğla bölgelerinde yoğunlaşmıştır. Kitle turizm tercihi, Anadolu'daki ekoturizm, kültür, inanç, kış turizmi gibi katma değeri yüksek turizm çeşitlerinin ihmaline yol açmıştır. Ayrıca diğer bölgelerdeki altyapı ve konaklama tesisi eksikliklerinin yanı sıra vizyon eksikliği, turizmin diğer bölgelerde bir gelişme yolu olarak görülmesini engellemiştir. Bununla birlikte değişen trendler ve tüketici tercihleri Türkiye'nin turizm stratejisini değiştirmesini ve turizmi çeşitlendirmesini zorunlu hale getirmiştir. Nitekim 1990'lı yıllardan itibaren Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın turizmin çeşitlendirilmesi üzerine çalışmaları bulunmaktadır (Türker, 2010: 3). Kitle turizmi halen daha hakim pazar olsa da değişen turist tercihleri sonucu turizm pazarı alt pazarlara bölünmüş ve yeni turizm türleri ortaya çıkmıştır. 2000'li yıllardan itibaren ise Bakanlık, deniz- kum- güneş üçlüsüne kültür unsurlarını da katmaya çalışarak başta İstanbul ve Kapadokya bölgeleri olmak üzere kültür turizmi tanıtım ve pazarlamasına da yer vermeye başlamıştır. Yine bu yıllarda turizmde gerek turist sayısı, gerekse turizm gelirleri açısından büyüme kaydedilmiş ve Türkiye dünya turizm pazarında üst sıralara yerleşmeye başlamıştır (Başer ve Başçı, 2012: 427).

Günümüzde teknolojinin hızlı bir şekilde gelişme kaydetmesi, kişi başına düşen milli gelirin artması ve buna paralel olarak insanların isteklerinin değişmesi ve çeşitlenmesi turizme farklı bir boyut kazandırmıştır. Kitle turizmi haricindeki turizm çeşitlerine olan ilginin artması, ülkelerin turizm ürünlerini çeşitlendirmelerine yol açmıştır. Dünya Turizm Örgütü'ne göre insanların seyahatine konu olan 300 ayrı turizm çeşidi bulunmaktadır. Ancak, bunların tamamının bir ülkede gerçekleştirilebilmesi mümkün değildir. Dünya'da turizm ürün çeşitliliği üzerine

araştırmalar yapan Speciality Travel şirketine göre, Türkiye 85 ayrı turizm ürününü rahatlıkla gerçekleştirebilir. Ancak, bu özel ilgi turlarının çoğu yurt dışındaki seyahat acentelerince organize edilmektedir (zgen, 2012: 254).

Son yıllarda önemi hızla artan ve ülkelerin tanıtımında önemli katkısı olan turizm çeşitlerinden biri de inanç turizmidir. İnanç turizmi: "İnsanların dini motiflerle inanç çekim merkezlerini ziyaret etmek, ibadet etmek, hac görevini yerine getirmek amacıyla yaptıkları seyahatlerde geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür" (şahiner, 2012: 1).

Amaçlara göre turizm seyahatleri; dini veya inançsal seyahatlerin de içinde yer aldığı dokuz kategoriden oluşmaktadır. Başta semavi dinler olmak üzere çeşitli felsefe veya beşeri düşünce liderlerinin adlarını dünyaya duyurdukları şehirler ve mekanları daha çok bu düşünce veya görüşlere sempati duyanlar başta olmak üzere birçok insan manevi doğunluğa ve huzura ulaşmak, düşünsel ve duyuşsal merakını gidermek amacıyla ziyaret etmektedir. Turistler, kendi felsefi veya düşünce sistemlerinin yanı sıra "aidiyet hissi" duydukları yerleri ziyaret ederek hem kendi bilgi ve görgülerini arttırmakta hem de manevi bir doyuma ulaşma çabası içinde olmaktadırlar (zgen, 2012: 254).

İnanç turizmi kapsamında değerlendirilebilecek dini mekanların incelenmesi ve uzman değerlemesi sonucunda ne çıkan dini eserlerin belirlenmesi amaçlanan bu araştırma ile Batı Karadeniz Bölümünde farklı turizm ürünleri geliştirilmesi ve bölgede turizm endüstrisinin ivme kazanması beklenmektedir.

Bu amaçlar doğrultusunda çalışmanın birinci bölümünde turistik ürün kavramı ve turistik ürün çeşitlendirme, ikinci bölümünde Batı Karadeniz Bölümünde inanç turizmi kaynakları, üçüncü bölümünde Batı Karadeniz Bölümü inanç turizmi kaynaklarının değerlemesi ele alınmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. TURİSTİK ÜRÜN KAVRAMI VE TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRME

1.1. TURİSTİK ÜRÜN KAVRAMI

Turistlerin ikamet ettikleri yerlerden ayrılışlarından itibaren başlayan ve yeniden evlerine dönmelerine kadar geçen sürede satın aldıkları veya yararlandıkları mal ve hizmetlerin oluşturduğu paket veya deneyimlerin toplamı "turistik ürün" olarak nitelendirilmektedir (Usal ve Oral, 2001: 125).

Bir sektör olarak turizm, aynı zamanda üretim ve ortak satış anlamına da gelir. Tüketimi diğer mal ve hizmetlere benzemeyen turistik ürün bir tek ve somut bir ürün değildir. Turistik ürün doğadaki somut ve soyut nesnelere karışımından oluşur. Üç farklı turizm ürünü vardır. Bunlar; turizm deneyimleri, mekansal ürün ve turistik ürünüdür. Turizm deneyimleri turistin gördüğü, kullandığı ve tesadüfen karşılaşarak elde ettiği deneyimlerin tümünden oluşur. Mekansal ürün, turistin turistik destinasyondaki tüketim noktasında elde ettiği deneyimlerdir. Turistik ürün ise, konaklama tesisi, lokantalar ve hediyelik eşyalar gibi turistin bireysel olarak kullandığı ürünleri ifade eder. Turizm pazarında yaşanan yoğun rekabet nedeni ile turistik ürünlerin geliştirilmesi ve farklılaştırılması oldukça önemlidir. Çünkü turizm talebinde meydana gelen değişimler karşısında bu talebe uygun turistik ürünlerin arz edilmesi gerekmektedir (Sarkım, 2007: 156).

1.1.1. Turistik Ürünün Tanımı

Turistik ürünle ilgili literatürde birçok tanım bulunmaktadır. Olalı ve Timur (1998: 421)'a göre turistik ürün; turistlerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek nitelikteki mal ve hizmetlerin karışımı ya da çoklu mal ve hizmetler karışımından oluşan bir pakettir. Usal ve Oral (2001: 33)'a göre ise turistik ürün çağdaş insanın çok boyutlu ihtiyaçlarını karşılamak üzere turizm işletmelerince bir araya getirilmiş ve yeniden düzenlenmiş doğal, toplumsal, siyasal ve psikolojik verilerden oluşan karmaşık bir mal ve hizmet bütünüdür.

Turizmin tanımından hareketle, turistler, devamlı ikamet ettikleri yerler dışına yaptıkları seyahatler sırasında tekrar ikamet yerlerine dönene kadar geçen süre içinde birbirinden farklı çok sayıda turizm ürünü (konaklama, yeme içme, ulaşım vb.)

talep etmektedirler. Turistik ürün; turizm sektörü içinde yer alan işletmelerin turistlerin taleplerini karşılamak için ürettikleri birleşik bir üründür (Ürger, 1993: 5).

Turizm ürünü, turistin seyahate çıktığı andan itibaren yararlandığı ulaştırma, konaklama, beslenme, eğlenme, dinlenme vb. birçok hizmetlerin bir araya getirildiği bir bütündür (Ürger, 1993: 5). Bununla birlikte turistik ürün kavramına daha geniş bir açıdan yaklaşmak gerekir. Turistik ürün, sadece turistik mal ve hizmetlerle sınırlı değildir. Bir doğal güzelliğin de turistik ürün niteliğinde olduğu söylenebilir. Zira turistik değerlerin bir bölümü doğada bulunurken, bir bölümü yapay olarak insanlar tarafından yaratılmıştır. Bu iki değeri çekici yapan onların içindeki özelliklerdir. Bu özellikler, insanların bu yerleri ziyaret etmelerine neden olmaktadır. Bu ziyaretler sırasında verilen hizmetler de diğer turistik değerleri oluşturmaktadır. Turistik ürünler doğal ve yapay olabileceği gibi bir hizmet şeklinde de görülebilmektedir (İpar, 2011: 13).

Turizmde turistik ürün iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Birincisi; bir ülke veya bir yörenin sahip olduğu tüm doğal, tarihi ve turistik kaynakların oluşturduğu turizm ürünüdür. İkincisi ise; tüketicilerin yer değiştirmelerine ve tatil yapmalarına imkan veren tüm hizmetler, yani bir paket tur oluşturabilen turistik hizmetlerin tümüdür. Turistik ürün değişik nitelikteki unsurlardan meydana gelen karmaşık bir üründür (Hacıoğlu, 2000: 39).

1.1.2. Turistik Ürünün Özellikleri

Turistik ürünün soyut unsurlardan oluşması ve hizmetlerin standartlaştırılmaması, turistik ürünü diğer ürünlerden farklı kılmaktadır. Bu özelliklerin bir bölümü turizmin bir hizmet sektörü olmasından kaynaklanırken, bir kısmı ise turistik ürünün kendine özgü birtakım farklılıklarına dayanmaktadır. Turistik ürün politikaları belirlenirken turistik ürünün özelliklerinin göz önünde bulunması gerekir. Turistik ürünü diğer ürünlerden ayıran bazı temel özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Kozak, 2008: 130-132; Cengiz, 2012: 19):

- Amaç ve yarar farklılığı: Tüketiciler diğer mal ve hizmetleri satın alırken genelde benzer amaçlar güderken, turistik ürünleri satın almak isteyenler, çok sayıda ve farklı amaçlar güderler. Bunun bir nedeni turistik ürünlerin kalite, içerik, fiyat ve çeşitlilik bakımından farklılık göstermesi, bir diğer

nedeni ise bireylerin turizm hareketlerine katılma amaçlarının birbirinden farklılık göstermesidir.

- Turistik ürün arzının esnek olmaması: Endüstriyel ürün üreten işletmeler, talepte gözlenen bir artış durumunda mevcut olanaklarını kullanarak üretimlerini artırma şansına genellikle sahiptirler. Ancak turistik ürüne yönelik kısa dönemde ortaya çıkan ve beklenmeyen talep artışlarının karşılanması çoğunlukla mümkün değildir. Bu durumun en önemli nedeni turistik ürünü oluşturan doğal, tarihi kaynakların ve turistik işletmelerin kapasitesinin kısa dönemde artırılmasının güç olmasıdır.
- Turistik ürüne yönelik talebin aşırı esnekliği: Turistik ürüne yönelik talep ekonomik, siyasal, kültürel ve psikolojik faktörlere bağlı olarak, çok kısa zamanda değişikliklere uğrayabilmekte ve gerek talebin yönü gerekse içeriği değişebilmektedir.
- Uyumluluk zorunluluğu: Turistik ürün seviyeleri arasında bir uyumluluğun bulunması gerekmektedir. Bu uyumluluk koşulu içinde ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence gibi ürün çeşitlerinin her birinin yeterli düzeyde tatmin sağlaması bir zorunluluktur.
- Satın almanın bağlı olduğu unsurların çokluğu: Malların satın alınabilirliği öncelikle tüketicilerin yeterli satın alma gücüne sahip olmasına bağlıdır. Buna karşılık turistik ürünlerin satın alınabilirliği sadece gelir düzeyine bağlı değil, aynı zamanda boş zamana ve bireylerin turizm bilincine de bağlıdır.
- Zaman ve Mekan içerisinde yoğunlaşma: Turistik ürünlerin fiyatları, tatil dönemleri, psikolojik faktörler, arz olanakları vb. etkenler zaman ve mekanda yoğunlaşma yaşanmasına neden olabilmektedir.
- Çok boyutlu olma: Turistik ürün turistlerin fizyolojik ve rasyonel gereksinimlerini de karşılamalıdır. Bu noktada turistik ürünün hem fizyolojik hem de düşünsel dinlenmeyi sağlayacak eğlendirici öğelerle zenginleştirilmiş olması gerekmektedir.
- Sunulmaya hazır olma: Turistik ürün, bir endüstriyel üründen farklı olarak hiçbir zaman ya yarı tamamlanmış ya da tamamlanmamış bir ürün olarak

işlev görmez. Turistik ürünün her zaman sunulmaya hazır olması bir zorunluluktur.

- Taklit edilme zorluğu: Turistik ürünün, özgünlüğü, farklı ortamlarda üretilmesi, soyutluğu ve üretimin tüketicinin katılımı ile gerçekleşmesi, taklit edilmesini zorlaştırmaktadır.
- Ulaştırılmaya bağlı olma: Turizmin özü geçici süre yer değiştirmeye dayanmaktadır. Bu bağlamda ulaşım hizmetlerinin olmadığı bir turizm ürünü düşünülemez.
- Stok edilememe: Boş kalan otel yatağı, uçak koltukları gibi somut ürünler stoklanamaz veya gelecekte kullanmak amacıyla saklanamazlar. Üretildiği anda tüketilmesi gereken bu tür hizmet ürünlerine dayanıksız ya da kolay bozulur ürünler de denebilir.
- Standartlaştırma zorunluluğu: Turistik ürünü oluşturan hizmetleri, turist kendisi bir araya getirdiği için, her talebe uygun bir turistik ürün meydana getirmek güçtür. Turistik talebi etkileyen en önemli faktörlerden biri de tüketicinin zevk ve tercihleridir. Bu zevk ve tercihleri belirleyen unsurlar ise ekonomik, sosyo-kültürel, demografik koşullardır. Zevk ve tercihler kişiden kişiye değişebileceği gibi, aynı kişi için farklı dönemlerde de farklılık gösterebilir. Bu nedenle aynı tip, standart ürünler oluşturmak güçtür. Aynı zamanda, turistik hizmetler, makineleşmeye ve otomasyona elverişli olmayıp insan tarafından üretildiğinden standart bir kaliteye ulaştırılması güç olan ürünlerdir. Ürünün yapısı, turistik hizmeti veren kişinin sosyo-psikolojik yapısından, eğitim durumundan, yaşından ve dünya görüşünden büyük ölçüde etkilenmektedir.
- Tüketim yeri farklılığı: Turistik ürün, diğer ürünlerden farklı olarak üretildiği yerde tüketilir. Bu tüketim biçimi, ulaşım, konaklama vb. gibi bazı istekleri de beraberinde getirir. Bu durumda tüketicinin ürünü satın alıp önceden denemesi mümkün değildir.
- Kullanım ve değişim farklılığı: Turistik ürün, kullanım ve değişim değeri bakımından da diğer ürünlerden farklıdır. Diğer malların, yararlanan için kişisel tatmininden doğan kullanım değeri, hem de satılabilme imkanından doğan değişim değeri vardır. Turistik ürünün ise sadece yararlanma

imkanından oluşan bir kullanım değeri vardır. Tüketimden geriye kalan ise ya tatmin ya da tatminsizliktir.

- İkame olanakları: Turistik ürün, ulusal ve uluslararası düzeyde diğer turistik ürünlerle rekabet halinde olduğu kadar diğer ürünlerle (mal ve hizmetler) de yoğun bir rekabet halindedir. Turistik ürün, ikame olanakları yüksek bir üründür. Turistik ürüne ilişkin yöre halkının istekleri, kültürel uyum ve turistik standartlar son derece önemlidir. Günümüzde ulaşım ve kitle iletişim araçlarındaki hızlı gelişim sonucunda turizm sektöründe gözlenen sert rekabet ortamı, ürün geliştirme ve çeşitlendirme çabalarının yoğunlaşmasına neden olmaktadır ve bu durum turistik ürünün ikame olanağını arttırmaktadır.

1.1.3. Turistik Ürünü Oluşturan Unsurlar

Turistik ürünün en önemli özelliği, birbirini tamamlayan birçok somut ve soyut faktörden oluşmasıdır. Ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence gibi ürünlerin bir araya gelmesi turistik ürünün somut tarafını oluştururken, turistlerin bu hizmetleri satın alırken yaşadıkları ya olumlu ya da olumsuz olay ve düşünceler kavramın soyut yanını ifade etmektedir (Adnan, 2004: 16).

Bir turistik ürünü oluşturan unsurlar genel olarak üç temel başlık altında toplanabilir (Hacıoğlu, 2000: 41):

- Turist çeken bir ülkenin veya bölgenin doğal, kültürel, tarihi, sanatsal varlıkları ve değerleri,
- Turiste hizmet veren işletmeler otel, motel, restoran, eğlence ve spor tesisleri, seyahat acenteleri,
- Turistin yer değiştirmesini ve gidilecek yere ulaşmasını sağlayacak taşımacılık işletmeleri.

1.1.4. Turistik Ürün Yaşam Döngüsü

Turistik ürünün yaşam döneminin bilinmesi, özellikle turizmden önemli beklentileri olan gelişmekte olan ülkelerin etkin ve uygulanabilir turizm ve turistik ürün politikaları geliştirebilmeleri açısından önemlidir. Turistik ürünün yaşam döneminin her aşamasında beklenen pazar payının dağılımı, pazar gelişimi, rekabet durumu ve kârlılık düzeyi değişmektedir. Bu nedenle, her dönemde farklı pazarlama

stratejileri uygulamalıdır. Turizmde bir turistik ürüne olan talebi arttırmak ve sürekli canlı tutabilmek için turistik ürünün yaşam dönemleri belirlenmelidir. Bir ürün veya hizmet piyasaya çıktıktan sonra ürün veya hizmetin başlangıç dönemi, büyüme dönemi, olgunluk dönemi ve düşüş dönemi olmak üzere başlıca dört dönem geçirdiği kabul edilir (Gündoğdu, 2006: 145).

Başlangıç döneminde, turizm ürünü turizm pazarına yeni sürülmeye başlamış ve standartlaşmamıştır. Bu dönemde turizm ürününe olan talep hem yetersizdir hem de yavaş gelişmektedir (Bozdağlıoğlu ve Özpınar, 2011: 13).

İkinci dönem olan büyüme döneminde talep hissedilir derecede artmakta, rakip firma sayısında artış gözlenmekte ve taklitçiler ortaya çıkmaktadır. Bu dönemde strateji olarak, maliyetler düşürülmeli, ürünün kullanım oranında artış sağlanma amaçlanmalı ve yeni müşteriler edinilmeye çalışılmalıdır (Balyemez, Develi ve Şahinoğlu, 2005: 84). Ürüne ulaşılabilirliğin kolaylaşması, reklam ve tanıtım faaliyetlerinin artması sonucunda ziyaretçi sayısı, buna bağlı olarak da satışların artması amaçlanmaktadır (Toomen, 1997: 217).

Olgunluk döneminde piyasada turizm ürününe karşı talepte bir doyum düzeyi tutturulmaktadır ve üretim-tüketim dengesi oluşmaktadır. Çünkü genellikle piyasaya yeni ürünler de girmeye başlamıştır. Aynı zamanda (Gündoğdu, 2006: 145):

- Piyasa genişlemekte,
- Turizm gelirleri artmakta ve
- Rekabet şiddetlenmektedir.

Gerileme dönemi, satışların düşmeye başladığı noktadan zarara geçiş noktasına kadar devam eden bir süreçtir. Bu dönemde turizm ürünün, fiziksel ömrü devam etmesine rağmen ekonomik ömrünü tamamlama aşamasına gelmiş olduğu kabul edilmektedir. Ekonomik ömrünü tamamlamış turizm ürününün ise, fiziksel şartlarının, yapısının, yenilenmesi, hedeflerinin değiştirilmesi, böylece ürünün değişen şartlara uyumunun sağlanması gerekmektedir. İşletmeler, küçük pazar bölümlerinden çıkarak ve tutundurma bütçelerini kısarak fiyatlarını düşürme eğilimine girmektedir (Kotler, 2003: 40).

Görüldüğü gibi her üründe olduğu gibi turistik ürününün de yaşam dönemleri ve bu dönemlerin beraberinde getirdiği bir takım avantaj ve dezavantajlar vardır. Turistik ürünün bu dönemleri takip edilmeli ve dönemin özelliklerine uygun plan ve taktikler geliştirilerek, talep canlı tutulmaya çalışılmalıdır (Gündoğdu, 2006: 146). Bir turistik yörede turistik gelişmenin devamlılığı için mevcut turistik mal ve hizmetlerin hayat seviyeleri yakından izlenmeli ve ömrünü tamamlama aşamasına yaklaşan turistik mal ve hizmetler yerine yeni ürünler geliştirilmelidir. Bunu yaparken mevcut ürünün ömrünü tamamlaması beklenmemeli, ürün olgunluk aşamasındayken bu ürünü ikame edecek yeni ürün veya ürünler pazara sürülmelidir (Sarkım, 2007: 152).

1.2. TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRMEDE ARZ KAYNAKLARI

Bir ülke, bölge veya yörede turistik ürün geliştirmek ve çeşitlendirebilmek için bölge ya da yörenin turistik arz potansiyelinin uygun olması gerekmektedir. Eğer bölgede veya yörede turizmi geliştirmeye, mevcut ürünlere ek olarak yeni turistik ürünler sunmaya uygun yeterli ve gerekli arz potansiyeli yoksa uygulanacak politika başarısız olacaktır. Bu da yörede turizmin başlamadan bitmesine neden olacaktır. Bu nedenle bir bölge ya da bir yörenin turistik olanaklarının her yönü ile incelenmesi, yani söz konusu yörenin arz verilerinin incelenmesi hem mevcut durumun belirlenmesi hem de geleceğe yönelik değerlendirmelerin yapılabilmesi için gereklidir. Bu tür bir değerlendirme bir bölgenin turizm açısından yeterli olanaklara sahip olup olmadığını ortaya koyacağı gibi, yine o bölgenin turizm istasyonu adını taşımaya layık olup olmadığını da belirleyebilmektedir. Özellikle günümüzde her alanda olduğu gibi turizmde de artan rekabet ortamında turistik yörelerin rekabet avantajı elde edebilmek için kullandıkları politikalardan biri de turistik ürün çeşitlendirmedir. Ürün çeşitlendirme politikalarının yapılabilmesi için yörenin yeterli arz verisine sahip olması gerekmektedir (Sarkım, 2007: 216).

Turizm arz potansiyelinin yüksek olduğu, yıpranmamış doğal, tarihi ve sosyo-kültürel çekiciliklere sahip ülkeler, kaynaklarını planlı ve koruma-kullanma ilkelerine bağlı kalarak kullanmaya daha fazla önem göstermekte ve turizmde ürün çeşitliliğini sağlayacak alternatif turizm aktivitelerine yönelebilmektedir (Çeken, Dalgın ve Çakır: 2012: 11)

Turizm arzında yer alan varlık, değer ve olanakları şu şekilde sıralanmaktadır (Olalı ve Timur, 1988: 171):

Doğal ekonomik varlıklar: İklim, jeo-morfolojik yapı, şifalı kaynaklar, bitki topluluğu ve hayvan varlığı, deniz, göl ve akarsulardır.

Sosyo-kültürel varlık, değer ve olaylar: Müzeler ile arkeolojik ve tarihi eserler gibi tarihsel değer ve varlıklar, toplumun uygarlık düzeyi gibi çağdaş varlık ve değerleri sürekli ve geçici çekiciliğe sahip sosyo-kültürel olayların oluşturduğu sosyo-kültürel olanak ve olaylardır.

1.2.1. Doğal Arz Kaynakları

Doğal arz kaynakları, bir bölge ya da bir yörede hem turizmin geliştirilmesi hem de turistik ürün çeşitlendirmesinde en önemli kaynakların başında yer alır. Çünkü turizmin kaynağını oluşturan, turizm faaliyetinin yapılmasına olanak veren doğal kaynaklardır. Doğal kaynakların yeterli ve kalitesinin uygun olmadığı bir yörede turizm faaliyetlerinin yapılması mümkün olmayacağından turizm faaliyetleri de olmayacaktır (Sarkım, 2007: 218).

Bir bölgede turistik arz verilerini oluşturan doğal kaynaklar, iklim, arazi şekilleri, toprak örtüsü, bitki çeşitleri, jeolojik özellikler, ırmak ve nehirler, plajlar, içme suyu, sağlık şartları, doğal güzellikler, şelaleler, göller ve dağlar gibi turistlerin kullanımına ve faydalanmasına uygun olan kaynaklardır. Türkiye; doğal kaynakların çeşitliliği, iklimsel ve coğrafi pozisyonun çeşitli turizm ürünleri açısından elverişliliği yönlerinden zengin bir turizm destinasyonudur. Turizmin çeşitlendirmesi adına bu faktörler Türkiye'nin güçlü yönleridir (TURSAB, 2003).

1.2.2. Sosyo-Kültürel Arz Kaynakları

Sosyo-kültürel arz kaynakları, tarihsel değer ve varlıklar ile çağdaş varlıklar ve değerler olarak iki başlık altında toplanabilir (Olalı ve Timur, 1988: 173). Bölgelere yapılan turizm faaliyetlerini en fazla şekillendiren unsurların başında bölgenin kültürel ve tarihsel değerleri gelmektedir. Dünyanın çeşitli bölgelerindeki tarihsel alanlar ve yapılar, bazı tarihsel olaylar veya kişilerle ilgili oldukları için önem taşımaktadır (İçöz ve Kozak, 1998: 38).

Arkeolojik, tarihi ve kültürel siteler, kültürel ve ulusal anıtlar, tarihi yapılar, bölgeler ve kasabalar, kiliseler, sinagoglar, camiler, tapınaklar gibi önemli dini yerler turizm açısından önemli çekiciliğe sahip arz kaynaklarıdır. İnsanlar hem geçmişte yaşamış toplumların yaşam tarzlarını öğrenmek, onlar hakkında bilgi edinmek amacıyla, hem de günümüzde yaşayan farklı toplumların yaşam tarzlarını, geleneklerini, örf ve adetlerini öğrenmek amacıyla seyahat etmektedirler. Günümüzde birçok insan, kendi ataları olarak kabul ettikleri toplumların ve medeniyetlerin eskiden yaşadıkları yerleri ziyaret etmektedirler. Bunun yanında miras turizmi kapsamında geçmişte farklı ülkelerde savaşlarda ölen atalarının mezarlarını ziyaret etmek ve buralarda yaşayan insanların yaşam tarzlarını öğrenmek isteyen insanlar başka ülkeleri ziyaret etmektedirler. Tarihi yerler ve yapıların yanı sıra dans, müzik, tiyatro gibi sanat faaliyetleri, toplumların geleneksel yaşam tarzlarını gösteren el sanatları, geleneksel ve modern mimari stiller, önemli bilim ve teknoloji merkezleri gibi ilgi çekici ekonomik olaylar da kültürel çekicilikler kapsamında değerlendirilmektedir. Bir bölgenin konaklama kaynakları, turistlerin isteklerine uygun bir şekilde ağırlanmasına imkan veren, yakınlık, misafirperverlik, arkadaşlık gösterisi, hizmet etme arzusu gibi kültürel zenginlikler ile bölgenin sanat değerleri, tarihi, edebiyatı, müziği gibi değerler de bölgenin çekim gücünü arttıran önemli sosyo-kültürel arz kaynaklarıdır. Turizm bir ağırlama endüstrisi olduğu ve turizm faaliyetine katılanlar belli bir konfor ve hizmet kalitesi aradığı için, turiste gösterilecek konukseverlik, arkadaşlık gösterisi, iyi niyet, hoşgörü gibi değerler turistik yörenin çekim gücünü arttıracaktır (Sarkım, 2007: 220-222).

1.2.3. Alt ve Üst Yapı Arz Kaynakları

Taşıma ve ulaştırma sistemleri, kanalizasyon ve atık su sistemleri, elektrik, iletişim ve haberleşme sistemleri gibi unsurlar turizm bölgesinin alt yapı kaynaklarını oluştururken, havalimanları, tatil köyleri, otel, motel, lokanta, alışveriş merkezleri, eğlence ve dinlenme yerleri, müzeler gibi kaynaklar ise turizm bölgesinin üstyapısını oluşturmaktadır (Huybers ve Bennett: 2003: 572).

Bir ülkenin, bölgenin veya yörenin turizme açılabilmesi için altyapı, üst yapı ve yerel hizmetlerini tamamlanmış olması gerekir. Bölge turizminin gelişmesinde çok iyi çözülmüş su ve elektrik sistemlerine gereksinim vardır. Bu açıdan yerel

sistem kapasitelerinin hesaplanmalarında turistik tesis gereksinimlerinin göz önüne alınması gerekmektedir. Alt yapı imkanlarını başarılı bir şekilde oluşturduktan sonra turist gereksinimlerini karşılayacak çekici bir üst yapı imkanları yaratılırsa bölgelerin kalkınması daha hızlı olacaktır (Kutvan ve Kutvan, 2013: 163).

1.2.4. Ulaştırma ve Ulaştırma Koşulları

Turizm bir yer değiştirme olayı olduğu için seyahat ve konaklama faaliyeti, turizm ile ulaştırmanın birbirlerine seyahat yönünden bağlı olduğunu ve seyahatin ancak ulaştırma yol ve araçları ile mümkün olabileceğini göstermektedir (Olalı ve Timur, 1988: 162).

Ulaştırma ve ulaştırma koşulları turistin evinden turistik istasyona doğru olduğu gibi, turistin bir turistik istasyondan diğer bir turistik istasyona gitmesinde de önemlidir. Çünkü turist tüm tatilini bir yerde geçirmeyip, günübirlik olarak yakın çevredeki tarihi, kültürel ve turistik yerlere de gidebilmektedir. Bunun yanında alışveriş, eğlence veya küçük şehir içi turları yapmasına olanak sağlayacak ulaştırma koşullarının da elverişli olması gerekir. Bu yüzden yörede çevre il ve ilçeler ile şehir içi ulaşımı sağlayacak yeterli sayıdaki minibüs, otobüs, dolmuş, taksi ve benzeri ulaşım araçları ile bunların durma ve duraklamalarını sağlayacak durak, otogar ve benzeri yapıların olması gerekir (Sarkım, 2007: 226).

Ulaştırma, birtakım ekonomik ve sosyal faydaları yanında turistik verilere değer kazandırmış, turizmi kalite yönünden geliştirmiştir. Ulaştırma yönünden, turizme bağımlı ulaştırma, alt yapı ve araçları arasında turistlerin ihtiyacına cevap veren gezinti yolları, özel ulaşım araçları gibi kapasitelerin varlık nedeni ise turizm talebidir (Olalı ve Timur, 1988: 163).

1.3. TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRME

İşletmelerin pazar paylarını korumak ve geliştirmek için, arzlarını farklılaştırma yönünde gösterdikleri çabaların tümü çeşitlendirme değildir. Birbirinden farklı tasarımı ve ismi olan her ürün farklı bir çeşidi ifade etmektedir (Hacıoğlu, 2000: 42). Turistik ürün çeşitlendirme de, turistik işletmelerin ve destinasyonların pazar paylarını korumak veya geliştirmek amacıyla, direkt çekim gücü yaratacak yeni ürünler üreterek ve yeni pazarlara girerek büyümelerini ifade eder (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008: 9). Turistik ürün çeşitlendirme, turistlerin değişen taleplerini

karşılatabilmek ve uzun vadede yerel firmaların karlılığını arttırabilmek için gereklidir. Bu kapsamda destinasyonların kültürel ve doğal kaynaklarını kullanabilmesi önem arz etmektedir (Smith, 1994: 582).

Turistik ürün çeşitlendirmesi iki şekilde düşünülebilir. Bunlardan ilki alternatif turizm ürünlerinin geliştirilmesidir. Alternatif turizm, kaynak olarak güneşin, denizin ve sahillerin kullanıldığı kitle turizmine alternatif olarak gelişen turizm türlerini ele alan bir kavramdır. Doğal kaynakları koruyarak kaliteli bir çevre oluşturmayı ve yöre halkının turizm ile ilgili faaliyetlerini kontrol altında tutarak, bu yönde ekonomik fayda sağlamayı amaçlamaktadır. Diğer turistik ürün çeşitlendirme biçimi ise, mevcut ürünün farklı bir yönetim anlayışı ve politikasıyla sunulmasıdır. Turistik ürünün kompleks bir yapıya sahip olması ve bileşenlerin çokluğu pazarlama yönetimi açısından çok dikkatli davranılmasını gerektiren bir durumdur (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008: 9).

Turizmin kullandığı alanların çok çeşitli olması, turistik üründe de çeşitlilik yaratılması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Turistik ürün çeşitlendirmesi yapmak öncelikle arz kaynaklarına bağlıdır. Turistik ürün çeşitleri ülkelerin veya bölgelerin sahip olduğu altyapı, üstyapı olanakları ve tamamlayıcı hizmetler ile doğal, kültürel ve toplumsal kaynakların farklılığına bağlı olarak değişebilmektedir. Bazı bölgeler birden fazla turistik arz kaynaklarına sahip olabilir. Bu bölgelerde birbirini destekleyecek şekilde turistik ürün çeşitlendirmesi yapmak kısıtlı arz kaynaklarına sahip olan bölgelere göre daha yararlı olabilir. Diğer bir ifade ile yeterli arz kaynakları mevcut değilse, turistik ürün çeşitlendirmesi yapmak, mevcut ürünü de bozacağı için yarardan çok zarar getirebilir (Demir, 2004: 95).

1.3.1. Turistik Ürün Çeşitlendirme Sebepleri

Kitle turizmi, bir ülkenin ekonomik gelişiminde önemli bir rol oynamasına rağmen gelişmiş iller arasındaki etkisiyle bazı çelişkilere yol açmıştır. Ülkenin diğer bölgelerine turist sayısı ve daha hızlı bir kalkınmaya katkıda bulunmak için uzun vadede sürdürülebilir alternatif turizm türleri ortaya çıkarılmalı ve mevcut alternatif turizm türleri geliştirilmelidir. Ayrıca günümüzde kitle turizmi alternatif turizm türlerine göre daha az kabul görmektedir (Egresi, Bayram, Kara ve Kesik, 2012: 63).

Turizmden daha fazla kazanç elde etmek ve uluslararası turizm pazarında iyi bir konum elde etmek isteyen ülkeler turizm olayını tüm yıla ve tüm bölgelere yaymak zorundadırlar. Bunun için de turizm çeşitlendirmesi bir zorunluluktur. Turistik ürün çeşitlendirmesi ile turistlere yani turistik talebe yönelik yeni imkanlar sunularak belirli turistik merkezlere olan yoğunluk hafifletilmiş olur. Böylelikle, kıyı turizminde oluşan yoğunlaşma ve buna bağlı olarak taşıma kapasitesinin aşılması durumu da hafifletilmiş olur. Turistik ürün çeşitlendirme sayesinde mekansal yoğunluğun azaltılması yanında zaman yoğunluğu da ortadan kaldırılır. Bu sayede turizm, sadece yaz aylarında ya da belli dönemlerde yapılan bir hareket olmanın dışına çıkar. Turizm faaliyetlerinin tüm yıla yayılması arz-talep çeşitliliği yaratır, satış ve pazarlama olanaklarını, dolayısıyla döviz girdilerini arttırarak yıl boyu istihdam olanağı sağlar.

Turistik ürün çeşitlendirme nedenlerini beş başlık altında toplamak mümkündür (Cengiz, 2012: 9-11):

- Uluslararası Turizm Hareketlerindeki Değişimler: Süreç içinde ivme kazanan kitle turizminin yerini alternatif turizm çeşitlerine bıraktığı gözlenmektedir. Kitle turizmine katılan turistler farklılık arayışına girmişlerdir. Gelecek dönemlerde uluslararası turizm hareketlerinin, gelir seviyesi yüksek turizm pazarlarından, daha bakir turistik arz kaynaklarına sahip ve bu değerlerini tanıtabilen yeni destinasyonlara doğru olacağı öngörülmektedir.
- Turist Profilinin Değişimi ve Turizmde Son Eğilimler: Turizmde yaşanan yeniliklerden biri de turistlerin davranışları ve tercihlerindeki değişimlerdir. Bu nedenle ülkeler, turizm politikalarını yeniden gözden geçirmekte, uluslararası talep yapısındaki değişiklikleri ve yenilikleri iyi analiz ederek, rekabet stratejilerini bu değişime göre şekillendirmeye çalışmaktadırlar. Böylelikle destinasyonlar daha avantajlı duruma gelebileceklerdir.
- Rekabet: Günümüzde rekabetin en önemli tetikleyicisi hızla yaşanan küreselleşme sürecidir. Küreselleşme beraberinde sektörler arası rekabet savaşını körüklemektedir. Küreselleşme sürecinin ortaya koyduğu bir diğer gerçek de; geçmişte rekabet gücünü sağlayan unsurların gelecekte de aynı avantajı sağlayamayacağıdır. Bu nedenle ekonomik anlamda başarılı olmak ve rekabet gücü elde etmek için, sürekli yenilik yapmak ve rakiplerine göre

daha farklı ürünler geliştirerek pazar payını korumak gerekmektedir. Dünya turizminin önde gelen ülkeleri, yerel eylem planlarından bölgesel planlara ve ulusal stratejik planlara kadar bir dizi planı devreye sokarak, turizmi istikrarlı ve sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda yönetme çabasındadırlar. İyi bir örgütlenme, tutarlı politikalar, mekansal ve sektörel bütünleşik planlamalar, sürekli kaliteyi yükseltme arayışları, turizm pazarındaki rekabet ortamında bu ülkeleri güçlü kılmaktadır.

- Teknoloji: İletişim teknolojisindeki hızlı gelişmeler, ulaşım araçlarındaki hız, konfor, kapasite ve fiyat faktörlerindeki gelişmeler, tüm sektörler de olduğu gibi uluslararası turizmin de gelişmesine büyük bir ivme kazandırmıştır. Özellikle seyahat acenteciliği, tur operatörlüğü ve konaklama işletmelerindeki rezervasyon alımlarında bilgisayar teknolojisinin kullanılması, kısa sürede hizmetin gerçekleşmesini sağlamaktadır. Öte yandan televizyonda ve internet de turist sayısını arttırmıştır. İnternet kullanımının hızla yaygınlaşmasıyla turizm işletmeleri internet aracılığıyla pazarlamaya yönelmişlerdir. İnternet üzerinden yapılacak tanıtımlar, daha fazla tüketiciye ulaşma imkanı sağlamakta, sesli ve görsel içerikli tanıtımlar klasik tanıtım araçlarından daha etkili sonuçlar vermektedir. Turizm işletmelerinin kendi web sitelerini hazırlamaları, tüketicilerin işletme hakkında daha fazla bilgi sahibi olmasına, ne gibi olanaklar bulunduğunu görmesine ve diğer işletmelerle karşılaştırmalar yapabilmelerine de olanak tanımaktadır.
- Marka ve İmaj Değiştirme İsteği: Marka, ürünlerini satışa sunan kişilerin söz konusu bu ürünleri tanımlamak ve piyasadaki diğer emsallerinden ayırabilmek için kullandıkları isim, sembol, tasarım veya bunların çeşitli kombinasyonlarıdır. İmaj ise, zihindeki çağrışımlar, hisler, tutumlar ve izlenimler ile bunların olumlu/olumsuz değerlendirilmelerinden oluşan, akla gelen özet resim ya da sembolik anlamdır. Marka imajı, tüketicilerde ürün hakkında oluşan duygusal ve estetik izlenimlerin toplamı olarak görülmektedir. Marka yönetimi de bu doğrultuda öncelikle ürünü rakiplerinden farklılaştırarak tüketici zihninde kalıcı bir yer edinmek kısaca marka tanınırlığını elde etmeyi ve satışları arttırmayı hedeflemektedir. Turizmde ise imaj, tüketicinin çok farklı kanallardan elde ettiği bilgi ve

verileri değerlendirmesi sonucunda oluşur. Bu bilgiler, ülkenin coğrafi konumundan turistik ürüne, fiyat düzeyinden tesisin niteliğine kadar kapsamlı ve çok yönlü öğeleri içerir. Ancak önemli olan tüketicinin elde ettiği bilgi ve verileri algılama biçimidir. Buradan hareketle turizmde imajın, bireyin sahip olduğu bilgilenme düzeyinin, değer yargılarının ve almış olduğu hizmetlerin toplamı olduğu söylenebilir. Bölgelerin ve turizm işletmelerinin sahip oldukları imaj turizm ürünü olarak ele alındığı gibi turizm ürünü veya destinasyonun imajının da, tüketicinin nihai seçimi üzerinde etkili olduğu kabul edilmektedir. Turizm bölgelerinin zaman içerisinde sahip oldukları imaj, tüketicilerin söz konusu bölgeleri tercih etmesinin nedenleri arasında st sıralarda yer almaktadır. Örneğin, Türkiye'nin önemli turizm bölgelerinden Bodrum, sahip olduğu eğlence turizmine yönelik imajı dolayısıyla önemli oranda turizm talebi çekmektedir. ‘‘Markalaşma’’ ve ‘‘imaj geliştirme’’ bir ülkenin kendisini farklı bir biçimde konumlandırması ve rakiplerinden sıyrılması çabaları sonucu ortaya çıkmıştır. Tüm diğer mal ve hizmetler gibi turizm destinasyonları da markalaşmakta ve imajlarını olumlu yönde geliştirmeye çalışmaktadırlar. Eğer sunulan turistik ürün rakiplerinkinden farklı ve çeşitli değilse veya mevcut marka ve imaja karşı oluşan olumsuz tutum yeni ürünler geliştirilerek giderilmeye çalışılmıyor ise, turistlerin o ürüne yönelik talepleri de olumsuz olacaktır. Etkili ve farklı turistik ürünler geliştiremeyen turizm destinasyonları, müşteri ihtiyaçlarını görmekten uzak, hedefin dışında ve rakiplerinin gerisinde kalmış demektir.

1.3.2. Turistik rn eşitleri

Bir ülkede uygulanan turistik ürün politikası, o ülkenin turizmde sağlayacağı ekonomik gelirlerin ve sosyal faydaların önemli lde belirleyicisidir. Uluslararası turizm pazarında ortaya konulan başarılı turistik ürünler turizm talebinin yönünü önemli lde etkiler. Turistik rn ne kadar çekici ise elde edilen getiri de o kadar yüksektir. lkelerde veya destinasyonlarda belirlenen politikalar doğrultusunda çeşitli turistik ürünlerin geliştirilmesi, turizm pazarına sunulabilecek turistik ürünlerin tek boyutlu bir yapıdan kurtarılarak çok boyutlu bir niteliğe kavuşturulması, turizm pazarının gelişmesinin ilk adımlarından biridir. Bu nedenle ülkeler, kendi destinasyonlarında deniz-kum-güneşe dayalı kitle turizminin yanı sıra

termal turizm, kış turizmi, inanç turizmi, kongre turizmi gibi alternatif turizm ürünlerini ön plana çıkarmaya çalışmaktadırlar (Cengiz, 2012: 11).

Turistik ürün çeşitlerini aşağıdaki başlıklarda özetlemek mümkündür:

1.3.2.1. Sağlık ve Termal Turizmi

Sağlık turizmi, kişinin fiziksel iyilik halini geliştirmek veya estetik cerrahi operasyonlar, organ nakli, diş tedavisi, fizik tedavisi, rehabilitasyon vb. gereksinimlerini karşılamak amacıyla sağlık merkezlerine yaptıkları seyahatlerden doğan turizm türüdür (SB, 2014).

Bu turizm türüne katılan kişiler, sağlıklı bir yaşama erişebilmek için yüksek maliyetleri, uzun bekleme sürelerini bir kenara bırakırlar (Johnston, Crooks, Snyder ve Kingsbury, 2010: 1).

Sağlık turizminin önemli türlerinden birini oluşturan termal turizm, termomineral su banyosu, içme, inhalasyon, çamur banyosu gibi çeşitli türdeki yöntemlerin yanında iklim kürü, fizik tedavi, rehabilitasyon, egzersiz, psikoterapi, diyet gibi destek tedavilerinin birleştirilmesi ile yapılan kür (tedavi) uygulamaları yanı sıra termal suların eğlence ve rekreasyon amaçlı kullanımı ile meydana gelen turizm türüdür (Şenol, 2008: 57).

Türkiye önemli bir jeotermal kuşak üzerinde yer almakta olup, kaynak zenginliği ve potansiyeli açısından dünyada ilk yedi ülke arasında, Avrupa'da birinci sırada bulunmakla beraber, sıcaklıkları 20-110 C arasında, debileri ise 2-500 lt/sn arasında değişebilen 1500'den fazla kaynağa sahiptir. Ülkemizde 46 ilde 190 civarında kaplıca tesisi bulunmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığında termal amacına yönelik olarak (Sağlık Bakanlığınca kür merkezi uygun görülen) turizm yatırım belgesi almış 12 tesisin yatak sayısı 2.347, turizm işletme belgesi almış 30 tesisin yatak sayısı ise 8.567'dir. Yaklaşık olarak 16.000 yatak kapasiteli 156 tesis ise yerel idare tarafından belgelendirilmiştir (Turan, 2012: 29).

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın ülkemizde bulunan termal kaynaklı sulardan ülke turizmine katkıda bulunacak şekilde yararlanılmasının amaçlandığı termal turizm projesi kapsamında Bolu, Düzce, Sakarya illerini kapsayan Batı Karadeniz Termal Turizm Kentleri Bölgesi öncelikli olarak geliştirilmesi planlanan bölgeler

arasında bulunmaktadır (Çetin, 2005: 3). Batı Karadeniz bölümünde bulunan Düzce ve Bolu illeri termal turizm açısından potansiyele sahip olan illerdir. Jeolojik bakımdan ülkemizin önemli fay tabakası üzerinde kurulmuş olan Bolu ili, önemli jeotermal su kaynaklarına sahiptir. Bolu- Karacasu, Mudurnu- Babas ve Sarot, Seben Kesenözü- Pavlu Kaplıcaları ve Göynük- Çatak kaynağı Bolu'nun termal kaynaklarıdır (BOLKTM, 2014a).

Düzce'de yer alan Derdin Kaplıcası ve Efteni Kaplıcası ilde potansiyel termal alanların olduğunun göstergesidir (DKTM, 2014a).

1.3.2.2. Yayla Turizmi

Yayla turizmi, iklimden ve temiz havadan yararlanmak, dağcılık, tırmanış, dağ ve doğa yürüyüşleri, atla gezinti yapmak, peyzaj özelliklerini, flora ve fauna elemanlarını, zengin orman dokusunu, kırsal öğelerin ağırlık kazandığı geleneksel yaşam biçimini, devam eden yaylacılık geleneğini ve yayla evlerini gözlemlemek, yayla şenliklerine katılmak amacıyla yaylalara yönelik olarak yapılan bir turizm faaliyetidir (Türker, 2011: 60).

Bolu ili, 300 civarında yaylası ile önemli bir potansiyele sahiptir. Bu yaylalardan bazıları Aladağ Yaylası, Kızık Yaylası, At Yaylası, Sarıalan Yaylası, Gere de Yaylaları, Kıbrısçık Yaylaları, Mengen Yaylaları, Mudurnu Yaylaları, Göynük Yaylaları, Seben Yaylaları'dır (BOLKTM, 2014a).

Düzce ilinin de yaylalar bakımından zengin bir potansiyele sahip olduğu görülmektedir. Ülkemizin değerlendirebileceği zengin bitki örtüsüne sahip olan bu yaylalar her türlü doğa turizmine uygundur. Birbiri ardına sıralı ve bütünsel bir yapı arz eden bu yayla ve göletlerde doğa yürüyüşleri, dağ bisikleti, çadır kamp, karavan, olta balıkçılığı, foto safari, off-road, atlı gezinti yapılabilir. Düzce ilinin önemli yaylaları arasında Topuk Yaylası, Kardüz Yaylası, Odayeri Yaylası, Pürenli Yaylası, Balıklı Yaylası, Çiçekli Yaylası, Hira Yaylası, Şehirli Yaylası, Derebalık Yaylası yer alır (DKTM, 2014b).

Sinop ilinde fazla geniş olmayan bir kıyı kesiminin ardından yükselen dağların üst kısımlarında yer yer ormanlarla çevrili yaylalar görülmektedir. Çevre insanların değişik isimler verdiği bu yaylalar iklimi ve yeşil örtüsü ile hayvancılık yapılan alanlardır. Türkeli- Kurugöl Yaylası, Ayancık- Akgöl Yaylası, Durağan-

Buzluk Yaylası, Dıranaz- Soğuksu Mevkii ilde yer alan yaylalar arasındadır (SKTM, 2014a).

Kastamonu ilinde yer alan yaylalar arasında Araç- Munay, Fındıklı, Başköy, Sıragözü, Kirazlı Yaylaları, Daday- Oluklu ve Ballı Dağ Yaylası, Azdavay- Suğla Yaylası, Küre- Ayrancı Yaylası, Tosya- Kösen Çayırı Yaylası, Bozkurt- Gürcü Yaylası, Mamatlar Yaylası, Karacaoğlan Yaylası, Sarıcaörük Yaylası, Asarbaşı Yaylası bulunmaktadır (KASKTM, 2014a). Bartın ilinde Uluyayla, Ardiç ve Gezen Yaylaları yer almaktadır (BARKTM, 2014a). Çok sayıda yaylanın yer aldığı Karabük'te en önemli yaylalar Avdan Yaylası, Dede Yaylası, Sorkun Yaylası, Uluyayla, Göktepe Yaylası, Sarıçiçek Yaylalarıdır (KARKTM, 2014a).

1.3.2.3. Akarsu Turizmi

Ülkemizdeki akarsuların büyük bölümü akarsu turizmi olarak tanımlanan rafting, kano için elverişlidir. Kano ve rafting tamamıyla doğal şartlarda gerçekleştirildiğinden çevre ile uyumlu, betonlaşmaya ve çevre kirliliğine yol açmayan ve doğal güzellikleri ön plana çıkarma özelliğine sahiptir (Çeltek, 2004: 3).

Doğa turizminin önde gelen dallarından biri olan akarsu turizmine yönelik ülkemizin sunduğu büyük potansiyelin geliştirilmesi ve geniş kitlelere hitap edecek şekilde tanıtımının yapılması Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın öncelikleri arasındadır. Bakanlık büyük yatırım gerektirmeyen akarsu turizmini, ilgili bölgenin tarihi, arkeolojik, kültürel, otantik değerleri ve diğer turizm çeşitleriyle entegre edecek şekilde geliştirmeyi planlamaktadır. Batı Karadeniz Bölümü akarsu turizmi için elverişli koşullara sahip olup Bartın Çayı, Araç Çayı, Devrek Çayı ve Filyos Nehri'nde bu turizm çeşidi geliştirilebilir (Türker, 2011: 61).

1.3.2.4. Kongre Turizmi

Kongre ya da uluslararası literatürdeki adı ile “convention” , aynı ya da farklı meslek gruplarına mensup kişilerin (delegelerin) uzmanlık gerektiren bilimsel alanlarda bilgi alışverişinde bulunmak amacıyla bir veya daha fazla günle sınırlandırılmış bir program çerçevesinde bir araya geldikleri, ulusal ya da uluslararası toplantılardır. Kongre turizmi ise, uluslararası nitelikteki kuruluşların, çeşitli konularda belirli zamanlarda düzenledikleri kongre, seminer, konferans, workshop, sempozyum, kolokyum, konvansiyon vb. faaliyetlere gerek konuşmacı,

gerekse izleyici olarak katılanların oluşturdukları turistik hareketlerin bütünüdür (Türker, 2011: 66).

Türkiye’de kongre turizmi yeni bir turizm türü olarak ortaya çıkmıştır. 2010 yılında Türkiye’de toplamda 160 uluslararası, 2011 yılında 159 uluslararası, 2012 yılında 179 uluslararası, 2013 yılında ise 196 uluslararası kongre düzenlenmiştir (TURSAB, 2013). İstanbul’a uluslararası firmaların direk uçuşlarının çok olması ve uluslararası zincir firmaların İstanbul’da merkezlerinin olması İstanbul’u uluslararası kongreler için cazip hale getirmektedir. İstanbul’un yanı sıra İzmir ve Ankara gibi büyük şehirler de ön plana çıkmaktadır. Türkiye’nin dünya kongre turizminde önemli bir konuma sahip olduğu yönündeki göstergeleri değerlendiren turistik tesis ve otel işletmecileri, kongre merkezleri açma ve kongre düzenleme konusunda atılımlar gerçekleştirmişlerdir. Türkiye’de yaklaşık 500 bin kişilik kapasiteye sahip otel ve kongre merkezi bulunmaktadır. İstanbul, Ankara, Antalya ve İzmir gibi şehirlerde beş yıldızlı otel ve kongre merkezlerinin sahip oldukları teknik donanım ile sundukları hizmet kalitesi çok yüksek seviyededir (BAKA, 2014). Bolu ili, kongre turizmi konusunda ideal bir konuma sahiptir. Özellikle Abant bölgesinde bulunan tesisler kongre turizmi konusunda büyük taleple karşılaşmaktadır. İlde kongre turizminin yoğun ilgi görmesinde en büyük etken, Ankara ve İstanbul’a kolay ulaşımı ve yıl boyunca, seminer, sempozyum, panel gibi toplantıların düzenlenebileceği çok kaliteli ve sayıca zengin turistik otellerin varlığıdır (BOLKTM, 2014b).

Düzce Üniversitesi’nde 450 kişi oturma kapasiteli, konferans, seminer ve çeşitli toplantılar yapmaya uygun, yaklaşık 750 m² büyüklüğünde konferans salonu bulunmaktadır (DÜSKSPB, 2014). Karabük Üniversitesinde ise, yaklaşık 1000 kişi kapasiteli konferans salonları bulunmaktadır (Karabük Valiliği, 2014). Abant İzzet Baysal Üniversitesinde yer alan İzzet Baysal Kültür Merkezi’ndeki toplamda 700 kişilik salonlar ile İzzet Baysal Tıp Fakültesi Morfoloji binasındaki 350 kişilik salonda yıl boyunca kongre, sempozyum, panel, konferans gibi etkinlikler yapılmaktadır (İBU, 2014).

1.3.2.5. Mağara Turizmi

Turizm çeşitliliği açısından ülkemizdeki mağaralar, önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Mağaraların turizm açısından önemli özelliği, mağara ortamında damlama, akma, buharlaşma, durgun su ortamı gibi çökelme mekanizmaları nedeniyle oluşan speleotem (mağara oluşumu) adı verilen şekillerin biçim, renk, yoğunluk ve boyutları açısından sunduğu görselliktir (Taş, 2012: 25).

Ülkemizin %40'ı, mağara oluşumları açısından önemli bir nitelik olan karstlaşmaya uygun kayalardan meydana gelmiştir. Erimeye uygun kayaların kapladığı alan ve bu alanlarda tespit edilen mağara sayısının oranına göre Türkiye'de 20.000'den fazla mağaranın bulunabileceği öngörülmektedir. Bunlardan 1500 adedi MTA ile mağaracılıkla ilgili diğer dernek, kulüp, topluluk ve kuruluşlarca incelenmiştir (Akpınar ve Bulut, 2010: 1583).

Mağara oluşumları bakımından önemli bir jeolojik-jeomorfolojik nitelik olan karstlaşma ülkemizde Batı ve Orta Toros Dağlarında (Muğla, Antalya, Isparta, Burdur, Konya, Karaman, İçel ve Adana) yer almaktadır. Türkiye'nin en uzun (Beyşehir Gölü batısındaki Pınarözü Mağarası, 16 km) ve en derin mağaraları (Anamur'un kuzeyinde Çukurpınar Düdeni, 1880 m) bu dağ kuşağı üzerindedir (KTBYİGM, 2013a).

Zonguldak mağara turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olup ilde yaklaşık 30 mağara bulunmaktadır. Batı Karadeniz bölümünde turizm amaçlı olarak gezilebilecek mağaralar arasında Bartın- Gürcüoluk Mağarası, Zonguldak- Gökgöl Mağarası ve Cehennemağzı Mağarası, Karabük- Bulak (Mencilis) Mağarası, Sinop- Akgöl Mağarası, Düzce- Fakıllı Mağarası yer almaktadır (BAKKA, 2014).

1.3.2.6. Yat Turizmi

Dünya turizminde son yıllarda yat turizmi belli bir gelişme göstermektedir. Yat turizminin hızlı gelişmesinde doğaya olan aşırı sevginin yanında tatil-spor ikilisinin birlikte yapılabilmesi de önemli paya sahiptir. Bu konuda Türkiye'de 1975 yılından itibaren bilinçli uygulamalar başlatılmıştır (Serçek, 2011: 39).

Yat turizminden üst düzeyde pay almak isteyen Türkiye, özellikle Akdeniz, Ege ve Güney Marmara sahilinde mevcut yat limanlarının kapasitesini artırırken,

yap-işlet-devret modeli ile yenilerinin yapılmasını teşvik etmektedir. Ayrıca Karadeniz'i turizme açma projeleri kapsamında ikinci bir güzergah olan İstanbul-Hopa arasında "Yeşil Yolculuk" projesi hayata geçirilmeye çalışılmaktadır (Şenol, 2008: 53).

1.3.2.7. Eko turizm

Eko turizm, doğal alanlarda yapılan, yerel kültürlerin bütünlüğüne saygı gösteren ve ekosistemin korunmasına katkıda bulunan bir seyahat tecrübesidir. Eko turizm doğayı anlama ve doğadan zevk almanın yanı sıra, doğayı koruyacak eylemlerde bulunmayı da gerektirmektedir (Türker, 2013: 1096).

Gelecekte, dünya turizm hareketinden karlı çıkacak olanlar doğalarını bozulmadan koruyabilenler olacaktır. Bu nedenle, turizmin ve sürdürülebilir turizmin temel hammaddelerini oluşturan doğal, tarih ve kültürel değerlerin sürekliliğinin sağlanması ile turizm pazarlamasındaki önemli faktörlerden biri olan tanıtımın çevre duyarlılığına dayanması, koruma- kullanma dengesine dayalı planlama ile mümkün olacaktır (Akşit, 2007: 455).

Batı Karadeniz Bölümü doğal kaynaklar açısından zengin bir potansiyele sahip olup bu özellikleri nedeniyle Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan 2023 Türkiye Turizm Stratejisinde ekoturizm odaklı gelişim bölgesi olarak belirlenmiştir. Batı Karadeniz coğrafyası oldukça zengin doğası ile doğa sporlarının hemen hemen tümüne açıktır. Ekoturizm açısından önem taşıyan bazı turizm kaynakları arasında Büyük Melen Çayı (Düzce), Sarıkaya Mağarası (Düzce-Yığılca), Efteni Gölü (Düzce), Odayeri Yaylası (Düzce), Topuk Yaylası (Düzce), Samandere Şelalesi (Düzce), Yedigöller Milli Parkı (Bolu), Aladağ Yaylaları (Bolu), Sarıyer Yaylası (Bolu- Mudurnu), Tembel Yaylası (Bolu- Kıbrısçık), Abant Gölü Tabiat Parkı (Bolu), Köroğlu Dağları (Bolu), Uludere Vadisi (Bolu), Şirinyazı Göleti (Bolu- Mengen), Gümeli ve Bacaklı Yaylaları (Zonguldak- Alaplı), Madencioğlu Şelalesi (Zonguldak- Devrek), Kızılelma Mağarası, Dirgine Çayı (Zonguldak- Devrek), Küre Dağları Milli Parkı (Bartın- Kastamonu) yer alır (Türker, 2013: 1094-1108).

1.3.2.8. Kùltür Turizmi

Tùrkiye’de turizmin çeşitlendirilmesi konusunda yapılan çalışmalar içinde kùltür turizmi önemli turizm çeşitlerinden biridir (Turan, 2012: 21). Kùltür turizmi, bir bölgenin ya da bir ùlkenin kùltürel varlıklarını; tarih, sanat, mimari, arkeoloji gibi kùltürel öğeleri, halkın yaşam biçimini, festivaller, moda gösterileri, müzik, sinema gösterileri, sergiler, vb. kùltürel etkinlikleri ve güncel sanat eserlerini turistik bir ürün biçiminde ziyaretçilerin hizmetine sunan bir turizm biçimidir (Türker, 2011: 63).

Tùrkiye, turizm tarihi ve kùltürel kaynaklar bakımından son derece zengindir. Özellikle İç Anadolu, Karadeniz, Güneydoğu Anadolu, Doğu Anadolu ve Marmara Bölgeleri tarih ve kùltür turizminin gelişmesi için desteklenmesi gereken bölgelerdir. Batı Karadeniz Bölümünde bulunan bütün illerde turistleri çekebilecek kùltürel ve tarihi değerler mevcuttur. Batı Karadeniz Bölümü illeri ve ilçelerinde inşa edilmiş olan Osmanlı mimarisi örnekleri olan konaklar, camiler, hanlar, kaleler, eski kilise kalıntıları, dereler üzerindeki taş köprüler görölmeye değer tarihi, dini ve kùltürel turizm unsurları arasındadır (Yeşiltaş, Çeken ve Öztürk, 2009: 255).

1.3.2.9. Kuş Gözlemciliği

Kuş gözlemciliği “kuşları yaşam alanlarında gözleme ve tanımlama faaliyeti” olarak ifade edilebilir. Kuşların renkleri, davranışları ve yaşam alanlarının çeşitliliği insanları kuş gözlemine çeken etkenlerdir (Şekercioğlu, 2002: 282). Kuş gözlemciliği, yılın her ayında yapılabilen bir turistik aktivitedir. Türkiye barındırdığı kuş türleri ile kuş cenneti olma özelliğine sahiptir. Avrupa’da 430’u kuluçkaya yatan toplam 452 kuş türü yaşamasına rağmen Türkiye’de 421 kuş türü barınmaktadır (Şenol, 2008: 42).

Sulak alanların korunması ve akılcı kullanılmasını amaçlayan RAMSAR Sözleşmesini 1994 yılında imzalayan Türkiye bu sözleşme ile Türkiye’deki kuşlar açısından önem taşıyan alanların korunmasını amaçlamaktadır. Bu proje ve bu projeye yönelik envanter çalışması Doğal Hayatı Koruma Derneği koordinatörlüğünde yürütölmektedir. Meriç Havzası, Marmara Havzası, Susurluk Havzası, Kuzey Ege Havzası, Gediz Havzası, Batı Akdeniz Havzası, Burdur Havzası, Antalya Havzası, Sakarya Havzası, Batı Karadeniz Havzası, Yeşil ve Kızılırmak Havzaları, Konya Kapalı Havzası, Seyhan ve Ceyhan Havzaları, Fırat

Havzası, Asi Havzası, Van Kapalı Havzası, Dicle Havzası korunan alanlardan bazılarıdır (KTBYİGM, 2013b).

1.3.2.10. Kırsal Turizm

Kırsal turizm, daha çok çiftliklere ve doğaya yönelik olarak yapılan, turistlerin çiftlik gezme, balık tutma, ata binme, uzun yürüyüş vb. etkinliklere katıldıkları turizm türüdür. Bu turizm biçiminde kırsal alanları öğrenme ve doğa ile bütünleşme birincil amaçtır (Douglas, Douglas ve Derrett, 2001: 165).

Kırsal turizme katılan turistler genellikle kendi arabalarıyla seyahat eden ve ziyaret edilen çekim yerinden çok fazla uzakta ikamet etmeyen ziyaretçilerdir. Kırsal turizme katılanların genel profili incelendiğinde genellikle genç ve orta yaşlı, orta gelir grubuna mensup, yüksek eğitilmiş, profesyonel meslek mensuplarıdır. Bu kişileri kırsal alanlara iten nedenler genellikle doğa, özgürlük ve uzaklaşma arzudur (Molera, 2006: 758).

Kırsal turizm, Türkiye’de özellikle son yıllarda, gerek yerli gerek yabancı kaynaklarla desteklenen projeler vasıtasıyla büyük önem kazanmıştır. Bölge halkının girişimcilik ruhunu canlandırması, yerel ekonomilerin hareketlenmesi, bölge ve ülke düzeyinde kırsal kalkınmaya destek vermesi, yöre kadınının istihdamı bakımından kırsal turizm önemli bir güce sahiptir. Bölgedeki mevcut tesislerin turist sayısına yeterli cevap verememesi ve bölgeye gelen ziyaretçilerin konaklama sürelerini uzatmalarını sağlamak amacıyla evlerin pansiyonlara dönüştürülmesi sonucunda ev pansiyonculuğu modeli gelişmiştir. Bunun neticesinde ziyaretçiler, gezi bitiminde geri dönmek durumunda kalmadan o bölgede konaklayarak bölgeyi ve bölge insanının günlük yaşamını ve kültürünü daha yakından tanıma fırsatı yakalamış olmaktadır (Akyol, 2012: 79).

1.3.2.11. İnanç Turizmi

Dini yapılar, ayinler, dini festivaller, inançlar ve dinsel olaylar turist davranışlarını etkileyen ve insanları inanç turizmine yönlendiren önemli faktörlerdir. İnanç turizminde, insanlar inançlarının gerektirdiği dini vecibeleri yerine getirmek için dini açıdan önemli gördükleri kutsal yerleri ziyaret etmektedirler. Kutsal yerlerin bu dinlere mensup turistlerce ziyaret edilmesinin, turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi “inanç turizmi” olarak tanımlanmaktadır. İnanç turizmi; dinlerce

kutsal sayılan yerleri ziyaret etmek, dinsel toplantı ve törenlere katılmak veya bunları izlemek, hac gibi dini görevleri yerine getirmek, kutsal ve ünlü mabetleri görmek amacıyla yapılan seyahatlerin ve konaklamaların oluşturduğu turizm olayıdır (Sargın, 2006: 3).

Bir çok dine ev sahipliği yapmış olan Anadolu, Müslümanlık, Hıristiyanlık ve Musevilik gibi tek tanrılı dinler açısından önemli bir bölgedir. Hıristiyanlığın yayılmasında önemli rol oynayan kutsal yerlerden İznik, Antakya'da yer alan Sen-Pier Kilisesi, Demre'deki Sen-Nicholas Kilisesi, Kapadokya Kiliseleri gibi yerler bir çok inanç merkezine ev sahipliği yapmaktadır. Bununla birlikte Karadeniz Bölgesinde ve özellikle de Trabzon'da bulunan Sümela Manastırı, Ayasofya Kilisesi, Küçük Ayvasıl Kilisesi önemli inanç merkezleri arasında yer alır. Bununla birlikte Trabzon'da İslamiyet'e ait inanç merkezleri ve görülebilecek tarihsel değerler de mevcuttur (Yeşiltaş, Çeken ve Öztürk, 2009: 256).

Bin yılı aşkın bir süre bu topraklara egemen olan Türk-İslam kültürünün ve altıyüzyıl İslam dininin önderliğini yapmış, bir dünya imparatorluğu olan Osmanlı Devleti'nin yaptığı dini eserler yanında, manevi kimliği yüceltilmiş “evliya” olarak nitelenen insanlara ait ziyaret yerleri, camiler, yatırlar, türbeler hemen her şehrimizde bulunan kutsal yerlerdir. İstanbul Topkapı Sarayı'nda “Kutsal Emanetler” dairesi, Eyüp Sultan Camisi, Süleymaniye Camisi, Edirne'de Selimiye Camisi, Konya'da Mevlana Türbesi yerli ve yabancı turistlerin en çok ziyaret ettikleri yerlerdir (Türker, 2010: 7).

1.4. BİR TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİDİ OLARAK İNANÇ TURİZMİ

Turizm bir yörenin, bir bölgenin veya bir ülkenin ekonomik ve sosyal açıdan gelişmesinde büyük bir öneme sahiptir. Ülkeler bu sebeple turizm pazarından yüksek pay alabilmek için turizmin farklı çeşitleriyle tüketiciye ulaşma çabası içerisindeyler (Turan, 2012: 127).

1.4.1. İnanç Turizmi Kavramı ve Önemi

Din insanlık tarihi kadar eski bir kavram olup, insan yaşamının vazgeçilmez unsurlarından birisidir. Din, ilk çağlardan itibaren insan yaşamında önemli bir seyahat motifi olmuştur (Türker, 2011: 65). Özellikle Ortaçağda insan seyahatlerinin

çok önemli bir kısmını dini nedenler oluşturmuştur. İnsanlar sürekli olarak yaşadıkları, olağan gereksinimlerini karşıladıkları yerlerin dışına, dini gereksinimlerini karşılamak, dini vecibelerini yerine getirmek ve inanç çekim merkezlerini görmek amacıyla yaptıkları gezilerin turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi inanç turizmi olarak tanımlanmaktadır (Bingöl, 2007: 1).

İnanç turizminde turistik ürün, bir yörenin ya da bölgenin sahip olduğu geçmişten kalan cami, hac merkezi, kilise, tapınak, katedral gibi yapılardan oluşur (Kurnaz, 2013: 16). Bu amaçla dinsel yönden önemli bulunan camiler, kiliseler, sanat tarihi açısından önemli olan anıtlar, müzeler, evler, mimari özellikleri nedeniyle türünün ilk veya ilginç örneği olan yapılar, tarihi eserler bu bağlamda değerlendirilerek turistlerin hizmetine sunulmaktadır (Çontu, 2006: 16).

Bin yılı aşkın bir süre Türk-İslam kültürünün himayesinde kalmış olan Anadolu, dört yüzyıl İslam dininin önderliğini yapmış bir dünya imparatorluğu olan Osmanlı Uygarlığı'nın ortaya koyduğu dini eserlerle doludur. Bunun yanında, Anadolu'nun hemen her şehrinde manevi kimliği yüceltilmiş "evliya" olarak nitelenen insanlara ait ziyaret yerleri, camiler, yatırlar, türbeler gibi kutsal mekanlar yer almaktadır (Sargın, 2006: 4). Bu bağlamda Osmanlı'nın önemli kentlerinden olan Safranbolu ve Kastamonu'da Osmanlı Döneminde yapılan dinsel yapılar ile Candaroğulları Beyliği'nin merkezi olan Kastamonu'da ve civarında Candaroğulları döneminden kalma dini yapılara rastlanmaktadır.

İnanç turizmini diğer turizm çeşitlerinden ayırt etmek gerekir. Bu turizm çeşidi hem dinamik hem de statik özelliklere sahiptir. İnanç turizminin dinamik özelliği, seyahat süresince yapılan hareket alanının genişliğidir. Statik özelliği ise, normal ikamet yeri dışında geçici bir konaklamayı içermesidir. Her iki özellik de turistlerin özel ilgileri ile seyahatin belirli bir zaman dilimi içerisinde yapılması sonucu çevre değişikliği yaratır (Gökdeniz, 1996: 101). Konu inanç turizmi olunca, dinler ve inançlarla bağlantılı olarak; her din ve inancın çeşitli nedenlerle kendince önem atfettiği kutsal bölgelere, bu bölgelerdeki kutsal mekanlara ve bazı din büyüklerinin ebedi istirahatgahlarına yapılan ziyaretler akla gelmektedir. Bu noktadan bakıldığında, müthiş bir insan sirkülasyonuna sebep olmaya aday görünen

inanç turizmi, aynı zamanda hiç de küçümsenmemesi gereken bir ekonomik boyutu da ifade etmektedir (Haleva, 2007: 62).

İnanç turizmi kapsamında yer alan mekanlar sadece manevi değerleri için değil, aynı zamanda eğitim ve kültür amaçlı olarak da birçok kişi tarafından ziyaret edilmektedir (Hughes, Bond ve Ballantyne, 2012: 210). Dolayısıyla inanç turizmi yalnızca dindar bireyleri kapsamayıp, çok daha geniş bir kitleyi içine almaktadır (Richards, 2007: 210).

İnsanlar artık dini görevlerini yerine getirmenin yanı sıra mensubu olmadığı dinlere ait mekânları da merak duygusu ile ziyaret etmekte; ayrıca dini seyahatlerini geçmişe göre daha verimli geçirme çabası içerisine girmektedirler. İnanç turizmi kapsamında tur düzenleyen seyahat acenteleri incelendiğinde değişen talep doğrultusunda gerek sayıca gerekse sundukları tur paketleriyle bu turizm çeşidinde bir gelişme yaşandığı görülmektedir. Ülkeler de kitle turizmi dışında gelişen bu pazardan pay alabilmek amacıyla pazarlama faaliyetlerini inanç turizmine yönelik sürdürerek rekabet avantajı sağlamaya çalışmaktadırlar (Yılmaz, Erdiñç ve Küçükali, 2013: 1052).

1.4.2. İnanç ve Turizm İlişkisi

İnsanoğlu var olduğu ilk günden itibaren, bir dine ait olma ihtiyacı hissetmiştir. İnsanoğlunun dünya üzerinde var oluşundan bu yana birçok değişik din ve inanç grupları ortaya çıkmıştır (Güzel, 2010: 90). Dinler, inananlara belirli kurallar ve hükümler bildirmiştir. Bunlardan en önemlisi de seyahat faktörüdür. Hakiki, muharref (hak din iken sonradan asılları bozulan) ve batıl dinlerin hemen hemen hepsinde dinin liderleri kutsal mekanların ziyaretine önem vermişlerdir. Bu durum insanları kitleler halinde kutsal mekanlara sürüklemiştir. Dolayısıyla bu kitlesel hareketler kutsal kabul edilen mekanların ekonomisini de canlandırmıştır (Şahiner, 2012: 27).

Turizm, insanların birbirlerini oldukları gibi tanıyabilmelerinin belki de en sade yoludur. Turizmde maksatlı iletişim algılamalarından arınmış olarak bizzat gitmek, görmek, doğal ortamda karşı karşıya gelmek vardır (Tümbek, 2009:138). Alternatif turizm türleri arasında yer alan inanç turizmi, diğer turizm türlerinden farklı olmakla birlikte, tatil ve kültür turizmi ile yakından ilgilidir. İnanç turizmi,

tarihte ilk kez "hac yolculukları" nedeniyle tüm dünyaca tanınmıştır (Rodrigo, 2012: 1). Hacı olmak için bir bölgeye giden turistler, yapılan günübürlük programlar çerçevesinde hem hacı olurlar hem de çevredeki kültürel varlıkları ziyaret ederler (Rinschede, 1992: 52). İnanç ve turizm olgusunun bu noktada bütünlüğünün sağlanabilmesi için dini, ticari, ekonomik, sosyal, kültürel gibi tüm şartlar sağlıklı şekilde yerine getirilmelidir (Tümbek, 2009: 138).

Dinin turizm üzerindeki etkisinin sosyal ve ekonomik boyutuyla incelenmesinde yarar vardır. Ekonomik açıdan inanç turizmi, turizm sektöründe önemli bir gelir kaynağıdır. Her şeyden önce turizmin gelişmesine ve on iki aya yayılmasına yol açmaktadır. Ayrıca inanç turizmi faaliyetlerini yerine getiren kişiler dini görevlerini ifa ederken harcamalarında daha serbest davranmaktadırlar. Bu durum ülkelerin ve işletmelerin turizm planlaması yaparken inanç turizmine daha fazla pay ayırmalarına neden olmaktadır. Sosyal açıdan düşünüldüğünde ise, aynı amaçla farklı milletten, kültürden turistlerin farklı dilleri konuşmalarına rağmen, inanç merkezlerini aynı duygu ve heyecanla ziyaret etmeleri toplumsal açıdan yaklaşma sağlar ve kardeşlik duygusunu ön plana çıkarır (Şahiner, 2012: 27).

İnanç turizmi deyince ilk akla gelen günümüzün üç büyük tek tanrılı dinleri ve diğer çok tanrılı dinlerine mensup insanların inançları için yaptıkları seyahatler olmaktadır. Ancak inanç turizmini sadece çağımızda yaşamakta olan inanç sistemleriyle kısıtlamak çok da doğru değildir. İnançlar konusunda özellikle Anadolu gibi, çok uzun kültürel geçmişi olan bir bölge için durum farklıdır. Zira Anadolu'da üç büyük dinin, ortaya çıkıp egemen hale gelmeden önce çok uzun bir süreç içinde yaşanmış inançların bugün hala ayakta duran pek çok belgesi ve değişik türde kanıtı görülmektedir. Söz konusu turizm olunca bunlar turizm olgusu açısından büyük önem taşımaktadır (Duru, 2007: 208).

1.4.3. İnanç Turizmi Motivasyonu

İnsanlar özellikle inançlarının geçmişine uzanmak, dinlerinin önemli merkezlerini ziyaret etmek, inançlarının zorunlu gördüğü ziyaretleri yaparak "hacı" olmak ve bu şekilde manevi tatmin ve iç huzuru yakalamak istemektedirler (Kurnaz, 2013: 20). Aynı şekilde günahlarının ve hatalarının bağışlanması için uzun ve yorucu bir işi, meşguliyeti de arzulamaktadır. Bunun yanı sıra da insan, din kardeşleriyle ve

aralarında manevi bağlar olan kişilerle bir araya gelebileceği büyük toplantılara da ihtiyaç duymaktadır (Yörük, 2010: 2).

İnanç amaçlı seyahatler, ruhsal bir rahatlama sağlamaktadır. İnanç motivasyonu ile seyahat eden ziyaretçiler, hoş bir seyahat geçirmenin yanı sıra, kültür, tarih ve dinlerine ait mirasların, bugün yaşamış oldukları hayatlarını nasıl etkilediğini görme fırsatına da sahip olmaktadır. Dini seyahatler insanları ruhsal, fiziksel, sosyal ve duygusal açıdan tatmin edici özelliğe sahiptir (Güzel, 2010: 90).

İnsanları inanç turizmine yönelten sebeplerin bilinmesi ve bu sebeplerin en iyi şekilde değerlendirilmesi; turizmin gelişmesi, ülke kaynaklarının verimli kullanılması ve daha çok gelir elde edilebilmesi açısından çok önemlidir. İnsanları inanç turizm hareketlerine yönelten sebepler şu başlıklar altında toplanmaktadır (Kurnaz, 2013: 17-18):

- **Dini gereklerden biri olarak hac görevini yerine getirmek:** Birçok din için hac manevi bir arınma, kurtuluş ve bir ibadet şekli olarak görülürken Müslümanlar ve Yahudiler için şartlara bağlı bir zorunluluktur. Bu amaçla insanların hacı olmak ve dini vecibelerini yerine getirmek için seyahat ettikleri görülmektedir. Örneğin; Müslümanlar Hac görevini yerine getirmek için Mekke ve Medine'ye gitmekte, Hıristiyanlar ise Anadolu'da bulunan 7 kiliseleri ziyaret etmektedir.
- **Bir adağı yerine getirmek, şükranlarını sunmak, günahlarından arınmak ve dileklerini bildirmek:** İnsanlar yaşamlarında dünyevi yollarla çözülemeyen bir sorunla karşılaştıklarında bu sorunu çözebilmek için ilahi bir yardım arayışına girmektedir. Kutsal bir yere yapılan ziyaretin amacı ilahi huzura çıkarak yakarışın iletilmesini sağlamaktır. Burada inananlar günahlarını itiraf etmekte, adaklar adamakta, tövbe etmekte ve gelecekte daha kutsal bir yaşam süreceklerine dair kararlarını açıklamaktadır. Örneğin; Hıristiyanlar arzu ve dileklerinin yerine gelmesi için kiliselerde mum yakmaktadırlar.
- **Sosyal ve manevi yönlerden üstün bir konuma ulaşmak:** Sosyal yönden bakıldığında, dini bir yolculuk yapmak birçok toplumda bir erdem olarak kabul edilen dindarlığın bir göstergesidir.

- **Belirli dini olayları kutlamak ve anmak:** Her dinin, mensuplarınca kutsal sayılan belirli olaylarla bağlantılı törenleri ve inançları bulunmaktadır. Peygamberlerin doğumları, kutsal kişilerin ölümleri veya onlar tarafından yapılan belirli yolculuklar dini doktrinde ve efsanelerde kayıtlıdır. Bu tür olaylar dini festivallerde dini açıdan önemli sayılan kişilerin yaşamlarını ve faaliyetlerini anmak için temsili olarak tekrarlanmaktadır.
- **Aynı dinden olanlarla ilişkide olmak ve bağlantı kurmak:** Bu amaç misyoner toplantılarını ve hac yolculuklarını içermektedir. Birçok dinde hac yolculuklarının temel amacı dine mensup kişilerin bir araya gelmesini sağlamak için bir neden yaratma olarak açıklanmaktadır.
- **Dini yayma faaliyetleri:** Peygamberler başta olmak üzere pek çok din adamı ve diğer birçok inanan dinlerini yaymak, kendi hakikatlerini diğer insanlara anlatmak için tarih boyunca büyük seyahatler gerçekleştirmişlerdir. Örneğin; Hıristiyanlığı yaymak için pek çok din adamı (Aziz Pavlus gibi) Anadolu'ya ve Yunanistan'a seyahatler yapmıştır.

1.5. TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRMEDE İNANÇ TURİZMİ

Kitle turizm hareketi içerisinde yer alan insanların tüketim taleplerinde meydana gelen değişim son yıllarda turizm sektöründe ürün çeşitlendirme çalışmalarını arttırmış ve klasik turizm ürünü olarak adlandırılan deniz, kum ve güneş üçlemesine alternatif olarak ortaya çıkan turizm türlerinin gündeme gelmesine neden olmuştur. Değişen talebi karşılamak ve bu pazardan en önemli payı alabilmek için çeşitli yatırımlar yapılmıştır. Turistik ürün çeşitliliği oluşturma kapsamındaki çalışmalarda ürünün kendi başına bir çekiciliğe sahip yeni bir ürün olabileceği gibi diğer ürünleri destekleyici özelliğinin de olabileceğini belirtmek mümkündür (Kılıç ve Kurnaz, 2010: 39).

Ülkemizde doğal, tarihi ve kültürel değerleri nedeniyle turistik anlamda öne çıkarılması gereken bazı özel güzergâhlar bulunmaktadır. Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yayınlamış olduğu "Türkiye Turizm Stratejisi 2023" eylem planında; Zeytin Koridoru, Kış Koridoru, İnanç turizmi Koridoru, İpek yolu Turizm Koridoru, Batı Karadeniz Kıyı Koridoru, Yayla Koridoru ve Trakya Kültür Koridoru olmak üzere turizm gelişim koridorları adı altında 7 adet tematik yol belirtilmiştir. Bu

belirlenen yollar sayesinde alternatif turizmin geliştirilmesi hedeflenmektedir (Kurnaz, 2013: 14).

Turizm faaliyetleri kapsamında, tarih öncesi çağlardan bugüne kadar varlığını sürdüren ve bu faaliyetlerin önemli bir boyutunu oluşturan inanç turizmi çağlar içinde şekil değiştirmiştir. Eski çağlarda dinsel motiflerin daha ağırlıklı olduğu inanç turizmi, bugün tatil ve kültür turizmine daha yakındır (Turan, 2012: 56).

Ekonomik açıdan hızla büyüyen inanç pazarı seyahat ve konaklama endüstrisinin tüm alanlarını etkilemektedir. Tur operatörleri, gemi işletmeleri, oteller, toplantı organizatörleri, otobüs firmaları, turizm danışmanlıkları edindikleri gelirler ile hızla ilerleyen bu pazarda önde gelen isimler olmaktadır. Bu sebeple işletmeler, bu güçlü pazarı gelire dönüştürme çabasındadırlar (Güzel, 2010: 91).

1.6. DÜNYA'DA İNANÇ TURİZMİ

Dünya turizminde yaşanan gelişmeler, turist tipinin ve beklentilerinin değişmesiyle birlikte farklı özelliklere sahip turistik beldeler ve turizm faaliyetleri gün geçtikçe daha çok tercih edilir olmuştur. Günümüz şartları seyahatleri kolaylaştırdığı, ulaşım ve haberleşme teknolojileri ileri seviyeye ulaştığı ve özellikle Batı Avrupa ülkelerinde ve Amerika'da kişi başına düşen milli gelir yükseldiği için inanç turizmi gittikçe daha geniş kitleleri ilgilendiren bir faaliyet olmuştur (Şahiner, 2012: 29). Çağlar boyunca önemli bir seyahat nedeni olan din çok geniş kitleleri içine alan büyük bir pazar oluşturmaktadır. Tablo 1, dünyadaki başlıca dinleri ve inanan sayılarını göstermekte olup pazarın büyüklüğünü de ortaya koymaktadır.

Tablo 1. Dünyadaki Başlıca Dinler ve İnanan Sayısı

Dinler	İnanan Sayıları (milyon kişi)
Hıristiyan	2200
Müslüman	1600
Hindu	1000
Budist	500
Yahudi	14
Geleneksel Dinler	400

Kaynak: Demircioğlu, 2013: 1.

Tablo 1 incelendiğinde dünyada 2,2 milyar Hristiyan'ın (% 32), 1,6 milyar Müslüman'ın (% 23), 1 milyar Hindu'nun (% 15), 500 milyon Budist'in (% 7) ve 14 milyon Yahudi'nin (% 0,2) yaşadığı görülmektedir. Bunlara ek olarak Afrika, Amerika, Asya ve Avustralya'da geleneksel dinlere inanan 400 milyon kişi (% 6) mevcuttur (Demircioğlu, 2013: 1).

İnanç turizmi, yaklaşık 300 milyon ziyaretçiye hizmet veren ve 18 milyar dolarlık bir bütçeye sahip olan ve her geçen gün hızla büyüyen bir turizm koludur. Amerikan Seyahat Endüstrisi Birliği'nin Raporuna göre, her 4 seyahatçiden biri dinsel ziyaretlerle ilgilenmektedir. Son 30 yıldır, inançlı insanlar harcama alışkanlıklarını değiştirerek, birinci sınıf ürünler ve hizmetler satın almaktadırlar (Özgen, 2013: 255). Dünya Turizm Örgütü (WTO), inanç turizminin de içinde bulunduğu niş pazarlardaki turistik hareketlerin 2020 yılına kadar % 20 artacağını öngörmektedir. Bu durum inanç turizmi faaliyetlerinin, destinasyonlar için önemli bir gelir kaynağı potansiyeli taşımakta olduğunu da göstermektedir (Yılmaz vd., 2013: 1043).

İnanç turizmi adına gerçekleştirilen ziyaretler incelendiğinde dünya genelinde belirli bölge ve destinasyonlardaki hareketliliğin geçmişten günümüze yoğunluk kazandığı görülmektedir. Tablo 2'de ziyaret amacı doğrudan doğruya dinsel nedenler olan turistlerin tercih ettiği başlıca destinasyonlar görülmektedir (Yılmaz vd., 2013: 1044).

Tablo 2. Çeşitli Dinlerin Kutsal Yolculukları, Başlıca Destinasyonlar ve Turist Sayıları

Destinasyon	Turist Sayısı (Milyon Kişi)
İtalya	20
İspanya	4.42
Suudi Arabistan	3.68
Portekiz	3.42
Hindistan	2.02
İsrail	1.02
Türkiye	0.1

Kaynak: Yılmaz vd., 2013: 1044.

Tablo 2 incelendiğinde, dinsel nedenlerle en çok ziyaret edilen ilk üç ülkenin İtalya (20 milyon kişi), İspanya (4,42 milyon kişi) ve Suudi Arabistan (3,68 milyon kişi) olduğu görülmektedir.

İslamiyet'te Mekke ve Medine; Hıristiyanlıkta Kudüs, Roma ve Efes; Musevilikte yine Kudüs, kutsal mekanlar olarak ziyaret edilen başlıca dini merkezlerdir. Özellikle İslam dininde, Kurban Bayramı'nda Mekke şehrinde yapılan ibadetler Suudi Arabistan'ın petrolden sonra hac gelirlerinden büyük kazanç sağlamasında etkili olmaktadır. Musevilerin Noel'de Kudüs'teki Ağlama Duvarı'nı ziyaret etmeleri, Hıristiyanların Vatikan'da Papa'nın yönetiminde 24 Aralık'tan itibaren bir hafta süren Noel ibadetleri, bu mekanların özellikle bu dönemlerde yoğun ziyaretçi akınına uğramasına sebep olmaktadır (Sargin, 2006: 3). Hinduizmde, Hindistan toprakları, iki bin yıldan beri hac mekanı olarak kabul edilir. Özellikle hac yerleri Benares ve Ganj Nehri'dir. Ayrıca Tanrı Vişnu ve Şiva'ya adanan büyük mabetler de hac merkezi olarak kabul edilir. Budizmde hac ziyareti, Buda'ya ait mekânlarla ondan kalanların bulunduğu yerlere yapılır. Bodhi Gaya, Hindistan'da Budistlerin en önemli hac yeridir. Bunun dışında hac için ziyaret edilen yerler; Nepal'deki Buda'nın doğum yeri olan Lumbini, Buda'nın ilk vaazını yaptığı Benares'deki Geyik Parkı ve Buda'nın öldüğü yer olan Kuşinagara'dır. Yahudilikteki hac mekânlarını üç grupta toplamak mümkündür. İlk olarak, Kudüs ve çevresinde oluşmuş, tarihî özelliğe sahip ve Kitab-ı Mukaddes'in tarihi içinde ortaya çıkan Ağlama Duvarı gibi mekânlardır. İkinci olarak, genelde Celile'de bulunan, Talmut ve Kabala'da adı geçen bilgelerin mezarları, son olarak ise, Diaspora (Filistin dışında Yahudilerin yaşadıkları merkezler) bulunmaktadır. Şintoizm'de hac merkezi olarak kabul edilen yer ise, İse'dir (Kurnaz, 2013: 20).

1.7. TÜRKİYE'DE İNANÇ TURİZMİ

Türkiye, sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi değerler ile hemen hemen bir çok turizm türüne ev sahipliği yapabilecek potansiyele sahiptir. Ancak Türkiye, turizm çeşitlendirmesinin önemini fark etmede geç kalmış ve sadece belli başlı turizm türlerine yönelik pazarlama ve satış faaliyetlerini sürdürmüştür (Güzel, 2010: 89). Özellikle inanç turizminin, yıl boyunca yapılabilirliği ve inanç turizmine katılan turistlerin yaptıkları seyahat ve diğer harcamalarda kısıtlı davranmamaları, inanç

turizminin ülkeler açısından öneminin artmasına neden olmuştur (Karaman ve Usta, 2006: 473).

Dünya’da eşi benzeri olmayan zenginliklere ve medeniyetlere beşiklik etmiş Anadolu topraklarında Hititler, Sümerler, Urartular, Likyalılar, Lidyalılar, Frikyalılar, İyonlar, Romalılar, Bizanslılar, Selçuklular, Osmanlılar, Türkiye Cumhuriyetine gelinceye kadar birçok iz ve kalıntı bırakarak, ülkemizi benzersiz bir konuma ulaştırmıştır. Ayrıca sahip olduğumuz kültürel zenginlikler içinde örf, adet, gastronomi, tarih, müzik ve resim, din, mimari yapı, el sanatları, giyim tarzı da dikkate değer diğer özelliklerimizdir (Emekli, 2006: 103).

Türkiye; Musevilik, Hıristiyanlık ve İslam dini olmak üzere üç semavi dinin tarihine tanıklık etmesi açısından eşsiz bir ülke olup inanç turizmi bakımından büyük bir potansiyele sahiptir (Edmonds, 1997: 55). Nitekim gerek ilkçağ medeniyetlerinin Anadolu’da gelişmesi, gerekse de Hıristiyanlığın ilk dönemlerinde havarilerin, Ortaçağ’da ise Musevilerin yaşadıkları yerlerde karşılaştıkları ağır baskı ve yok etme politikaları sonucu, bu topraklara sığınmış olmaları, Türklerin kendi dini olan İslamiyet’e ait eserlerin yanı sıra, çok sayıda sinagog ve kilisenin Anadolu’da yer almasına neden olmuştur (Zaman, 2005: 1). Örneğin; Pavlus’un misyonerlik gezileri esnasında dolaştığı yerler bugün bazı Hıristiyanlar için önemli bir ziyaret yeridir. Antakya bu önemli yerlerden biridir. Palvlus, Petrus ve Barnaba burada Hıristiyanlığı yaymışlar ve Antakya Kilisesi beş büyük kilise arasında yer almıştır. Diğer bir kutsal mekan ise Efes’tir. Pavlus Efes’te kalarak Hıristiyanlığı yaymaya çalışmış, Havari olan Yuhanna ise burada yaşamış ve ölünce buraya defnedilmiştir (Kurnaz, 2013: 21).

Anadolu’nun Türkleşmesinden sonra, Selçuklu ve özellikle de Osmanlılar döneminde bu topraklarda yaşayan insanların inançlarında serbest bırakılmaları, herhangi bir baskı olmadan kendi inançlarını yaşamaları ve mabetlerini inşa etmelerine izin verilmesi Anadolu’da farklı dinlere ait yapıların bulunmasında etkili olan en önemli faktördür. Bunun sonucunda da Anadolu’da inşa edilmiş dini mabetler ve tapınaklar, milletimizin İslami anlayış paralelinde derin saygı ve hoşgörü içerisinde günümüze kadar ulaşmıştır. Kuşkusuz bu eserler, inanç turizmi açısından

ülkemize büyük avantaj sağlamakta ve bu konuda dünyanın sayılı ülkelerinden birisi durumuna gelmesine zemin hazırlamaktadır (Zaman, 2005: 1).

Türkiye’de inanç turizmi adı altında geniş kapsamlı faaliyetlerin gerçekleştirilmesine yönelik çalışmalar 1995 yılında başlamıştır. 1995-1998 yılları arasında çok sayıda tur operatörü, basın mensubu ve konu ile ilgili uzmanların katılımı ile inanç turizmi turları düzenlenmiştir (Sargın, 2006: 5). İnanç turizmi projesi adı verilen bir projeyle, üç semavi dinin (Müslümanlık-Hıristiyanlık-Musevilik) günümüze kadar ulaşan önemli ziyaret merkezlerinin çevre düzenlemesi, aydınlatma, ulaşım vb. gibi açılardan ele alınarak iyileştirilmesi ve tanıtımının yapılarak ziyaretçi sayısının artırılması hedeflenmiştir. Türkiye genelinde Valilikler, Kültür Turizm Bakanlığı, Vakıflar Genel Müdürlüğü, Diyanet İşleri Başkanlığı ve çeşitli üniversitelerin de görüşleri alınarak yapılan envanter çalışmasında ülkemizde yer alan ve sayıları çok fazla olan eserler içerisinde dini yönden önemi bulunan ve büyük oranda ziyaret edilen, sanat tarihi açısından önemli olan, mimari özelliği nedeniyle türünün ilk ilginç örneği olan merkezlerin tespiti yapılmıştır. Bu hususlar dikkate alınarak, Hıristiyanlık açısından önemli olan dokuz ilde on bir merkez belirlenmiştir. Belirlenen merkezler şu şekildedir (Turan, 2012: 67):

- Hatay-Merkez: St. Pierre Anıt Müzesi
- İçel-Tarsus: St. Paul Anıt Müzesi
- İzmir-Selçuk: Meryem Ana Evi
- Antalya-Demre: St. Nicola Kilisesi
- Bursa-İznik: Ayasofya Cami
- Denizli-Pamukkale: Laodikya Antik kenti
- Nevşehir-Derinkuyu: Ortodoks kilisesi
- Isparta-Yalvaç: Psidia Antik Kenti
- Manisa-Sard: Sard Sinagogu
- Alaşehir: Alaşehir Kilisesi
- Akhisar: Akhisar Kilisesi

Belirtilen dokuz ilin yanı sıra, İstanbul, Şanlıurfa, İzmir, Bursa, Edirne, Gaziantep, Siirt, Mardin ve Bitlis gibi ülkemizin birçok kentinde İslamiyet açısından büyük önem taşıyan kutsal mekânlarda iyileştirme çalışmaları yapılmaktadır.

Pamukkale ve Denizli’de yapılan “2000’e Doğru İnanç Turizmi” Sempozyumları ve Diyanet İşleri Başkanlığının katkıları ile 2002 tarihinde Kuşadası’nda gerçekleştirilen “I. İnanç Turizmi Günleri” sempozyumu ve 2004 tarihinde İzmir’de yapılan “II. İnanç Turizmi Günleri” sempozyumu, inanç turizminin gelişmesine yönelik başlıca çalışmalar arasında yer almaktadır. Bunlara ek olarak yerel yönetimler ve üniversiteler dâhil olmak üzere çeşitli kuruluşların düzenledikleri benzer çalışmalarla konu kamuoyuna tanıtılmaya çalışılmıştır. 43 il Turizm Bakanlığı tarafından, “İnanç Turizmi” açısından önemi olan iller” kapsamına alınmıştır. Bu illerdeki dini mekânların tanıtım faaliyetleri bir ölçüde devlet desteğiyle yapılmaktadır (Avcı, 2011: 38).

2009-2013 yılları arasında, geliş amaçlarına göre çıkış yapan yabancı ziyaretçilerin oranları Tablo 3’de görülmektedir:

Tablo 3. Geliş Amacına Göre Çıkış Yapan Toplam Ziyaretçi Sayısı

Yıllar/Geliş Amacı	2009	2010	2011	2012	2013
Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetler	16.407.366	17.448.324	18.602.663	20.331.030	21.680.347
Arkadaş ve Akraba Ziyareti	5.380.786	5.194.790	6.058.787	5.436.739	5.757.757
Eğitimi Staj	217.665	176.975	240.583	222.442	190.272
Sağlık	201.222	163.252	187.363	216.229	267.461
Dini	127.815	114.340	106.743	66.401	59.076
Alışveriş	1.175.900	1.062.808	1.101.744	877.687	952.204
Transit	637.144	769.814	795.916	38.548	36.429
İş Amaçlı	1.577.508	1.723.940	2.134.624	2.158.204	2.333.144
Diğer	1 087 870	1 130 648	1 166 273	956 250	1 154 085
Eşlik eden	5 159 131	5 243 050	5 756 631	6 160 389	6 795 452

Kaynak: www.tuik.gov.tr, 2014.

Tablo 3 incelendiğinde, hem dini hem de kültürel anlamda zengin kaynaklara sahip olan Türkiye’de , 2009 yılından 2013 yılının sonuna kadar dini amaçlı gelen ziyaretçilerin sayısında bir düşüş görülmektedir.

Türkiye’deki kaynakların yanı sıra, inanç turizminin dünyada çok büyük bir pazar olduğu göz önüne alındığında inanç turizminin diğer turizm çeşitleri içindeki payının artırılabilceği düşünölmektedir (Turan, 2012: 70).

İnanç turizmi, turizmin diğer alternatif biçimleriyle birlikte yerel ekonomileri güçlendirmekte ve sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunmaktadır. Ayrıca bölgedeki kültür ve sanat merkezlerinin sürekli gelişmesine fayda sağlamaktadır. Ülkemizin hem dini hem de kültürel anlamda çok zengin kaynaklara sahip olduğu düşünöldüğünde gelen ziyaretçi sayılarını gösteren bu rakamlar çok düşük kalmaktadır. İnanç turizminin dünyada 20 milyar dolarlık bir pazar payına sahip olduğu göz önüne alındığında inanç turizminin diğer turizm çeşitleri içindeki payının arttırılabilceği düşünölmektedir (Kurnaz, 2013: 25).

İKİNCİ BÖLÜM

BATI KARADENİZ BÖLÜMÜNDE İNANÇ TURİZMİ KAYNAKLARI

2.1. BATI KARADENİZ BÖLÜMÜ GENEL BİLGİLER

Batı Karadeniz Bölümü, Karadeniz Bölgesi'nin üç bölümünden, en batıda olanıdır. Kızılırmak deltasının batı kenarından başlayıp Adapazarı ve Bilecik'in doğusuna kadar uzanır (Türker ve Çetinkaya, 2009: 21). Harita 1'de Batı Karadeniz Bölümünde yer alan iller görülmektedir.

Harita 1. Batı Karadeniz Bölümü



Batı Karadeniz Bölümü 74.178 km² yüzölçümü ile Türkiye yüzölçümünün %9.5'ini oluşturmaktadır. Bölge rakımı deniz seviyesi ile 2565 m (Kastamonu ilinde yer alan Çatalılgaz Tepesi) arasında değişmektedir (Kuşvuran, Nazlı, Tansı, 2011: 22).

Kıyıda Küre, iç kesimlerde Ilgaz, en içte ise Köroğlu Dağları yer almaktadır. (AB Eşleştirme Projesi, 2014). Ayrıca, Kastamonu ve Bartın sınırları içinde kalan Küre Dağları Milli Parkı, Kastamonu ili ile Çankırı ili sınırları içerisinde yer alan Ilgaz Dağı Milli Parkı, Bolu ilinin Zonguldak iline komşu olduğu kesimde Yedigöller Milli Parkı önemli milli parklar arasındadır (Atalay ve Mortan, 1995: 115-118).

Bartın ilinde bulunan Uluyayla, Düzde ilinde yer alan Kocayayla, Odayeri, Torkul Yaylaları, Topuk ve Kardüz Yaylaları, Sinop ili; Gürfındık-Bozarmut Yaylaları, Türkeli-Kurugöl Yaylaları, Ayancık-Akgöl Yaylaları, Durağan-Bozluk Yaylaları, Bolu ilinde yer alan Seben, Aladağ, Gere de Yaylası, Karabük ilinde Dede Yaylası, Kastamonuda Munay, Fındıklı ve Kirazlı Yaylaları, Zonguldak ili; Bölüklü ve Alaplı Yaylası Batı Karadeniz Bölümünde bulunan önemli yaylalar arasında yer almaktadır (Yeşiltaş vd., 2009: 256).

Sıcaklık değerleri 7-20 °C arasında olup, yıllık ortalama sıcaklık 12.5 °C, ortalama nispi nem %70 ve yıllık yağış ortalaması 633.4 mm'dir (Kuşvuran vd., 2011: 22).

Orman ürünleri ve ormancılık önemli gelir kaynakları arasında yer almaktadır. Bolu ve Düzce çevresinde çok sayıda kereste fabrikası bulunmaktadır. Demir-çelik sanayinin merkezlerinden olan Karabük, maden işletmeleri ve maden çıkarımı ile Zonguldak, Taşköprü ve Çaycuma'da kağıt fabrikaları, Sinop'ta cam fabrikası, Kastamonu'da şeker fabrikası bölge ve Türkiye ekonomisine önemli katkı sağlamaktadır (Atalay ve Mortan, 1995: 87).

2.2. BATI KARADENİZ BÖLÜMÜNDE TURİZM

Batı Karadeniz Bölümünde turizm endüstrisi yeterince gelişmemiştir. 1980'li yıllarda Amasra, İnkumu, Akçakoca, Abana, Sinop gibi deniz turizminin yapıldığı yerler önem kazanmış özellikle bölge insanının sayfiye ihtiyaçlarını karşıladığı yerler haline gelmiştir. 1990'lı yıllardan başlayarak alternatif turizm türleri ve destinasyonlarının artması ile birlikte Safranbolu, 2000'li yıllardan başlayarak da Kastamonu kültür turizminde öne çıkan destinasyonlar olarak önem kazanmıştır. 1994 yılında Safranbolu'nun UNESCO Dünya Miras Listesine alınması ile birlikte şehre yönelik dış turizm talebi de gelişmeye başlamıştır. Amasra, Kastamonu, Safranbolu, Ereğli, Eskipazar, İnebolu, Cide, Sinop ve Bolu gibi turistik merkezler, yerli ve yabancı turistlere alternatif turizm ürünleri sunarak bölge ekonomisine önemli katkı sağlamaktadır (Emir, 2009: 79).

Karadeniz Bölgesinde yer alan Bolu, Zonguldak, Bartın, Kastamonu ve Sinop illerini kapsayan bölge, sahip olduğu biyolojik çeşitlilik ve eko-turizm potansiyeli açısından 2023 Türkiye Turizm Stratejisinde Ekoturizm odaklı gelişim bölgesi olarak

belirlenmiştir. Ayrıca Batı Karadeniz Kıyı Koridorunun Şile–Sinop arasında uzanan yaklaşık 500 km uzunluğundaki sahil şeridinin özellikle Ankara ve İstanbul gibi metropollere hizmet edecek bir iç turizm gelişim koridoru olarak geliştirilmesi öngörülmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı, 2007).

2023 Türkiye Turizm Stratejisine göre bölge, kültür, kıyı ve doğa turizmi çerçevesinde geliştirilecektir. Bu koridordaki, Akçakoca, Amasra, Cide, Çaylıoğlu ve Sinop yerleşmelerinde yer alan balıkçı barınaklarının yatları kabul edebilecek şekilde yenilenerek marina/balıkçı köyü kavramı çerçevesinde turizm gelişimi sağlanacaktır (Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı, 2007).

Koridor boyunca yer alan orman içi dinlenme tesisleri gibi eko-turizmin gelişmesinde odak noktası olabilecek koruma alanlarında oto karavan ve çadırli kampingi olanaklı kılan düzenlemeler yapılacak ve planlama çalışmaları ile butik otel, pansiyonculuk, kırsal turizm tesisleri geliştirilecektir. Bölgede, mevcut konaklama kapasitesi, kültür ve ekoturizme yönelik yapılacak planlama ve uygulamalarla artırılabilecektir (Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı, 2007).

Bölgede bulunan yatak kapasitesi Tablo 4’te verilmektedir. Bölgedeki konaklama üniteleri çok katlı, bol yıldızlı ve büyük ölçekli olmayan nispeten küçük ve aile işletmesi türündeki konaklama tesislerinden oluşmakta olup özellikle kent merkezlerinde ve sahil kasabalarında yoğunlaşmaktadır.

Tablo 4. Batı Karadeniz Bölümü Turizm Belgeli Konaklama Tesisi, Oda ve Yatak Sayılarının İllere Göre Dağılımı (2013)

İLLER	Turizm Yatırım Belgeli			Turizm İşletme Belgeli		
	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Bartın	2	181	385	6	290	600
Bolu	6	333	728	22	1.827	3.849
Düzce	5	231	487	12	576	1.182
Karabük	2	195	436	19	357	622
Kastamonu	8	371	692	11	374	766
Sinop	4	236	476	9	234	466
Zonguldak	1	184	404	16	854	1.728
TOPLAM	28	1.731	3.608	95	4.512	9.213

Kaynak: KTBYİGM, 2014.

Mevcut turizm işletme ve yatırım belgeli konaklama tesislerinin Batı Karadeniz Bölümü illerine göre dağılımı incelendiğinde turizm işletme ve turizm yatırım belgeli 28 tesis ve 4577 yatak kapasitesi ile Bolu ili ilk sırada yer almaktadır.

Tablo 5. Batı Karadeniz Bölümü Belediye Belgeli Konaklama Tesisleri, Oda ve Yatak Sayılarının İllere Göre Dağılımı (2006)

İLLER	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Bartın	46	829	2.030
Bolu	43	922	2.113
Düzce	24	559	1.346
Karabük	31	479	963
Kastamonu	39	727	1.725
Sinop	31	550	1.359
Zonguldak	19	524	1.016
TOPLAM	233	4.590	10.552

Kaynak: KTBYİGM, 2012.

Tablo 5 kapsamında 233 belediye belgeli konaklama tesisinde 4.590 oda ve 10.552 yatak mevcuttur. Belediye belgeli konaklama tesislerinin Batı Karadeniz Bölümü illerine göre dağılımı incelendiğinde tesis sayısı bazında 46 tesis ile Bartın ilk sırada yer almaktadır.

Seyahat acenteleri bir bölgeye yönelik talep oluşturmada oldukça önemli konumdadırlar. Aynı zamanda yörenin tanıtımında da resmi kurumlarla birlikte aktif rol alırlar (Yeşiltaş vd., 2009: 259). Tablo 6'da Batı Karadeniz Bölümünde yer alan illerde bulunan A, B ve C grubu seyahat acente sayısı verilmiştir. Tablo incelendiğinde en çok seyahat acentesinin Bolu ilinde faaliyet gösterdiği görülmektedir. En az seyahat acentesi ise Sinop ve Bartın illerinde bulunmaktadır.

Tablo 6. Batı Karadeniz Bölümünde Bulunan Seyahat Acentelerinin İllere Göre Dağılımı (2013)

İLLER	A Grubu	B Grubu	C Grubu	Toplam
Bartın	5	-	-	5
Bolu	14	-	2	16
Düzce	11	1	-	12
Karabük	7			7
Kastamonu	6	-	-	6
Sinop	5	-	-	5
Zonguldak	9	-	1	10

Kaynak: TURSAB, 2014.

Batı Karadeniz Bölümüne yönelik turizm talebi ülkenin batı bölgelerine olan turizm talebi kadar gelişmemiş hatta batı bölgelerinden oldukça geride kalmıştır. Tablo 7’de Batı Karadeniz Bölümünü ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin tesise geliş, geceleme ve ortalama kalış sürelerinin illere göre dağılımı verilmiştir (Yeşiltaş vd., 2009: 259).

Tablo 7. Batı Karadeniz Bölümünde Tesise Geliş, Geceleme, Ortalama Kalış Süresinin İllere Göre Dağılımı (2013)

İLLER	Tesise Geliş Sayısı			Geceleme			Ortalama Kalış Süresi		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
Bartın	310	31.867	32.177	485	41.876	42.361	1.6	1.3	1.3
Bolu	33.187	230.763	263.950	48.818	419.791	468.609	1.5	1.8	1.8
Düzce	4.523	87.989	95.512	9.778	145.585	155.363	2.2	1.7	1.7
Karabük	19.384	60.979	80.363	24.471	76.932	101.403	1.3	1.3	1.3
Kastamonu	3.310	58.740	62.014	4.072	118.262	122.334	1.2	2.0	2.0
Sinop	1.154	30.096	31.250	2.697	44.831	47.078	2.3	1.5	1.5
Zonguldak	6.888	102.746	109.634	12.619	145.133	157.752	1.8	1.4	1.4

Kaynak: KTBYİGM, 2014.

Turizm endüstrisinin gelişmesi ekonomik sorunların aşılmasında önemli bir araçtır. Doğa turizmi, kültür turizmi ve inanç turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olan ve yerel kültürlerin halen korunduğu Batı Karadeniz Bölümü'nde turizm endüstrisinin gelişmesiyle birlikte ekonomik kalkınma sağlanabilir. Bu potansiyel iyi değerlendirilebildiği, sürdürülebilirlik ilkelerine bağlı kalınarak alternatif turizm amaçlı olarak kullanıldığı takdirde bölümün sosyo-ekonomik gelişmesine katkı sağlayacaktır (Türker, 2013: 1103).

Batı Karadeniz Bölümü illeri hakkında genel bilgiler, illerin tarihi ve kültürel değerleri ve inanç turizmi yapıları aşağıdaki bölümde ele alınmıştır.

2.3. BARTIN İLİ

Bu bölümde Bartın ili genel bilgileri, kültürel ve tarihi değerleri ile inanç turizmi kaynakları hakkında bilgi verilecektir.

2.3.1. Bartın İli Genel Bilgiler

Karadeniz Bölümünün batı kısmında bulunan Bartın Türkiye'nin 74. ilidir. Kuzeyini 59 km sahil şeridiyle Karadeniz çevrelerken, doğuda Kastamonu, doğu ve güneyde Karabük, batıda ise Zonguldak illeriyle komşudur. Yüzölçümü 2143 km² olup, ortalama yükselti 25 m.dir. İlçeleri merkez ilçe, Amasra, Kurucaşile ve Ulus'tur. Cumhuriyetten sonra 1924 yılında Zonguldak ilinin bir kazası haline getirilen Bartın, 1991 yılında Zonguldak'tan ayrılarak ile dönüştürülmüştür (Yılmaz vd., 2011: 89). Bartın nüfusu 2013 yılına göre 189.139'dur.

Bartın'ın doğu, batı ve kuzeyini yüksekliği 2000 metreyi geçmeyen dağlar çevrelemektedir. İlin en yüksek noktası Keçikıran Tepesi'dir (1619 m). En önemli dağları Kastamonu ve Bartın il sınırları içerisinde yer alan Küre Dağları, Aladağ, Karadağ, Kayaardı, Karasu ve Arıt Dağları'dır (BARKTM, 2014b).

Bartın'ın en önemli akarsuyu, kente adını veren Bartın Irmağı'dır. Bartın Irmağı'nın iki ana kolunu oluşturan Kocaçay ve Kocanazçayı, Bartın merkezde birleşerek 14 km yol katettikten sonra Boğaz mevkiinde Karadeniz'e ulaşır (Türker ve Çetinkaya, 2009: 246).

Yörede yazları sıcak, kışları serin geçen ılıman deniz iklimi (Karadeniz İklimi) hüküm sürmektedir (Yılmaz vd., 2011: 89).

2.3.2. Bartın İli Tarihi ve Kültürel Değerler

Bartın Irmağının antik çağda ismi olan Parthenios; Yunan mitolojisinde, tanrıların babası Okenaus'un çocukları olan yüzlerce tanrıdan birisi ve "Sular Tanrısı"dır. Anlamı "genç kızlar için koro türküleri" veya tanrıça Athena'nın sıfatlarından biri olan "Genç Bakire"dir. Antik çağda, Parthenios adı verilen Bartın Irmağının kenarında kurulan Bartın kentinin Parthenia adıyla anıldığı ve zamanla Bartın'a dönüştüğü bilinmektedir (Güngördü, 2007: 263). Bartın, uzun süre yakınında

bulunan, önemli koloni şehirlerinden birisi olan ve Makedonya Prensi Amastris tarafından kurulan Amasra şehrinin gölgesinde kalmıştır. Bartın, 1392 yılında Yıldırım Beyazıt tarafından Osmanlı topraklarına katılmıştır (Şenol, 2008: 221).

Bartın'daki önemli tarihi camilerden bazıları; Fatih Cami, İskele Cami, Hasan Dede Cami, Şimşirli Cami, Orta Cami, Halil Bey Cami, Aşağı Cami, Arap Cami, Kemer Köprü Cami, Hacı Mehmet Cami ve Kilise Cami'dir. Ayrıca Büyükkada ve Deli Kiliseleri bulunmaktadır. Amasra Kalesi, Anıt Kalesi, kaya mezarları, Göztepesi, Su Terazisi, Parthenios Şehri, Taş Han, Akropol, Sormagir Kabartması, Kuş Kayası Kabartması, Kemer Köprü ile sayısız çeşme ve hamam ilin tarihi turistik değerlerini zenginleştirmektedir (Baldıran ve Ulubey, 2008: 416).

Fatih Sultan Mehmet tarafından "Çeşm-i Cihan" (Dünyanın Gözü) olarak nitelendirilen Amasra'nın ilk adı M.Ö. 8-7 YY. İon soyundan gelen Miletos'ların koloni olarak kurdukları Sesamos'tur. M.Ö. 300 yılından sonra Pers Kralı Darius III'ÜN yeğeni ve Ereğli (Herakleta) tiranı (hukuk ve anayasa kurallarından bağımsız bir yönetim biçimi sergileyen önder) Dionysos'un karısı kraliçe Amastris tarafından yönetilince adı Amastris olarak değiştirilmiştir. Kraliçe Amastris, Semiramisin Babil de yapmış olduğu "Asma Bahçelerinin" bir örneğini burada yaşatmak istemiştir. 1460 yılında Fatih Sultan Mehmet tarafından Osmanlı topraklarına katılmış olup şehirde yer alan kilise camiye çevrilerek Fatih Camisi adını almıştır. Dünyada tek olan Kuşkayası Yol Anıtı, kale ve üzerindeki armalar, İnziva Mağrası, kilise Amasra'nın ziyaret edilen başlıca mekanları arasında yer almaktadır (Güngördü, 2007: 268). 1982 yılından itibaren bugünkü tarihi binasında faaliyetlerini sürdüren Amasra Müzesinde, yörenin arkeolojik ve etnografik eserleri sergilenmektedir (Gürdal, 2001: 424).

Kurucaşile, geleneksel ahşap tekne yapımında kendine özgü özellikleri ile önemli bir merkezdir. Ahşap tekne yapımı için gerekli olan hammaddenin önemli bir kısmının temin edilmesinde, yörenin zengin bitki örtüsü önemli bir kaynaktır. Özellikle kestane, suya dayanıklılığı ve esnekliği sayesinde kolay şekil verilebilen bir ağaçtır. Kestane ve meşenin tekne gövdesinde birbirine bağlanış yöntemleri, ağaçların kesiliş ve kurutulmuş yöntemleri gibi yöresel tekneler Kurucaşile ahşap tekne yapıcılığını ön plana çıkarmıştır (teknedergisi, 2014).

Yöre insanı folklorik değerlerini özgün yaşamıyla bütünleştirerek bunlardan birçoğunu günümüze kadar ulaştırmayı başarmıştır (Baldıran ve Ulubey, 2008: 416).

Bartın ilinde yerel ve kültürel etkinlikler kapsamında Gazi Günü, Bartın Kültür, Sanat, Turizm ve Çilek Festivali, Amasra Yağlı Direk Şenlikleri, Amasra Fetih Günü, Bartın Kitap Fuarı, Kurucaşile Ahşap Yat Festivali, Ulus Kültür ve Doğa Festivali, Kozcağız Çevre, Kültür ve Sanat Festivali, İnkumu Yaz Şenliği yer almaktadır (Altaş vd., 2007: 115-118).

2.3.3. Bartın İli İnanç Turizmi Değerleri

İlde inanç turizmine konu olabilecek eserler az sayıdadır. Bartın'da Müslüman halkın rağbet ettiği kutsal mekanlardan en önemlisi, şehir merkezinde yer alan Hz. Muhammed'in sancaktarlarından olan Ebu Derda Türbesi'dir (Bingöl, 2007:83).

2.3.3.1. Fatih Camisi (Eski Kilise)

9. yy.da Amasra Kalesi içinde yapılmış eski bir Bizans kilisesidir. Amasra'nın 1460 yılında, Fatih Sultan Mehmet tarafından fethinden sonra camiye çevrilmiştir. Dönemin tüm yapı özelliklerini taşıyan yapının Narthex (ilk cemaat) bölümü ile Ambon (Apsis) çıkıntısı sonradan mekana eklenmiştir (Altaş vd., 2007: 40).

2.3.3.2. Halil Bey Cami (Yukarı Cami)

Bartın şehir merkezinde yer alan, 1872 yılında Halil Bey tarafından yaptırılmış olan cami kubbesiz, dikdörtgen planlı, iki sıralı 45 pencere ile aydınlanan kargir bir yapı şeklindedir (Şenol, 2008: 222).

2.3.3.3. İbrahim Paşa Cami (Orta Cami)

Osmanlı döneminde 1699-1700 yıllarında Avusturya'da Elçilik ve Bosna Beylerbeyliği görevlerinde bulunan İbrahim Paşa tarafından yaptırılmıştır. Bartın çarşısında yer alır. Yapım yılı net bir şekilde bilinmemektedir. 1864 ve 1898 yıllarında iki yangın geçirdiği, 1898 yılında yeniden yaptırılarak 1902 yılında ibadete açıldığı bilinmektedir (Altaş vd., 2007: 41).

2.3.3.4. Hacı Mehmet Cami

Hacı Mehmet Efendi tarafından yaptırılan Cami, Bartın'da minaresinde iki şerefe olan tek camidir. Yapıldığında minaresi olmayan bu caminin minaresi 1947 yılına kadar yapılmamıştır (Altaş vd., 2007: 41).

2.3.3.5. Merkez Cami (Aşağı Cami)

1903-1905 yıllarında halktan toplanan paralarla yaptırıldığı söylenmektedir. Minaresinin ise 1913 yılında yapıldığı şerefedeki kitabeden anlaşılmaktadır (Gürdal, 2001: 424).

2.3.3.6. Ebu Derda Türbesi

Hz. Muhammet'in sancaktarı Ebu Derda Hazretlerine ait olduğu söylenmektedir. Ancak; tarihi kaynaklara göre, hicretin 50. yılında İstanbul'un kuşatılması sırasında bu bölgeden geçerken Bartın'da bir süre kaldığı bilinen Ebu Derda Hazretleri hatırasına sonradan bir türbe yapıldığı ve burasının manevi bir makam olarak kabul edildiği ihtimali de bulunmaktadır (Bingöl, 2007: 373).

2.4. BOLU İLİ

Bu bölümde Bolu ili genel bilgileri, kültürel ve tarihi değerleri ile inanç turizmi kaynakları hakkında bilgi verilecektir.

2.4.1. Bolu İli Genel Bilgiler

Ankara ve İstanbul metropollerinin tam ortasında ve geçiş noktasında yer alan 8.276 km² alana sahip Bolu ili; batıda Sakarya ve Düzce, güneybatıda Bilecik ve Eskişehir, güneyde Ankara, doğuda Çankırı ve Karabük ile kuzeyde Zonguldak illeriyle komşudur. İlçeleri merkez ilçe, Dörtdivan, Gerede, Göynük, Kıbrısçık, Mengen, Mudurnu, Seben ve Yeniçağadır. (Yılmaz, Türkben, Kvasoğlu, Teke ve Arkin, 2011: 29). Bolu nüfusu 2013 yılına göre 283.496'dır.

İlin %62'sini dağlar, %29'unu platolar ve %9'unu ovalar oluşturmaktadır. İlin güneybatı-kuzeydoğu doğrultusunda Bolu Dağları uzanır. Bolu Dağları'nın en yüksek tepesi Çele Tepesi 1980 metre, Abant Dağları 1748 metre, Arkut 1877 metre ve Göl Dağları 1112 metre yüksekliğe sahiptir. İlin güneyinde ise; volkanik Köroğlu Dağları (en yüksek noktası 2499 metre) ve Seben Dağları (1854 m.) uzanır. Köroğlu

dağları üzerinde bulunan Kartalkaya kayak merkezi, kış ve dağ turizmi faaliyetleri açısından bir çok ziyaretçi çekmektedir. Mudurnu civarında yer alan Ardiç Dağları ise 1443 metre yüksekliğindedir. İlin topraklarının %55'i ormanlarla kaplıdır. Karadere, Seben ve Aladağ ormanları ülkemizin zengin ormanları arasındadır. Hakim ağaç türleri Kayın, Gürgen, İhlamur, Dişbudak, Meşe, Kızılağaç, Karaağaç, Kavak, Köknar ve Sarıçamdır (Türker ve Çetinkaya, 2009: 86).

Bolu'da önemli akarsular, Büyüksu, Mengen Çayı, Aladağ Çayı, Mudurnu Çayı, Göynük ve Gerede Çayı'dır. Morfolojik yapının karmaşıklığı, akarsu sayısının çokluğu, yükselti farklılıkları ve eğimin fazlalığı gibi faktörler çok sayıda gölün oluşmasına neden olmuştur. Havzaların ve çanakların yüzölçümlerinin küçüklüğü göllerin de küçük alanlı olması sonucunu doğurmuştur. Abant Gölü, Yeniçağa, Çubuk, Sünnet, Yedigöller, Karagöl, Sülüklügöl, Karamurat ilin önemli gölleri arasında yer alır (BOLKTM, 2014a).

İlde morfoğrafik değişkenler nedeniyle birbirine yakın kesimlerde farklı iklim koşulları gözlenebilmektedir. Bu nedenle yüzey biçimlerinin farklılığı, denizden uzaklığı ve yükseltilerinin etkileriyle yörede değişik iklim türlerine ve mikro klima alanlarına rastlamak mümkündür. Bolu'nun iklimi deniz ve karasal iklim arasında bir geçişi özelliği göstermekte ve Karadeniz'in etkisinde bulunmaktadır. Kıyıda uzaklık ve sıradağlar bu etkinin azalmasına ve yörenin büyük bir bölümünde İç Anadolu ikliminin görülmesine neden olmaktadır. Yörenin kıyı kesimlerinde yazlar serin, kışlar ılık iken; yükselti arttıkça yazlar serin, kışlar soğuk ve her mevsim yağışlı geçmektedir (Türker ve Çetinkaya, 2009: 86).

2.4.2. Bolu İli Tarihi ve Kültürel Değerleri

Bolu ilinin tarihi, Romalılar öncesine kadar uzanmakta ve sırasıyla Bizanslıların, Selçukluların ve Osmanlıların hakimiyeti görülmektedir. İlk olarak Bithnyalılar bölgeye hakim olmuş ve bugünkü Bolu kentinin olduğu yere bir kent kurmuştur. Bu kentin kurulmasında önemli rol oynayan Bithnya komutanı Claudio'nun adı kente verilerek Claudiopolis adını almıştır. Bu isim zamanla kısaltılarak Poli olarak anılmaya başlanmış ve bölgedeki Selçuklu ve Osmanlı hakimiyetinden sonra bu isim Bolu şeklinde ifade edilmiştir. Bolu ili, Orhangazi'nin

kumandanlarından olan Konuralp tarafından Osmanlı topraklarına katılmıştır (Şenol, 2008: 226).

Bolu ve çevresinde yapılan kazılardan elde edilen buluntular 1981 yılında Bolu merkezde açılan müzede sergilenmektedir. Bu yapıtlar içerisinde toprak kaplar, güneş saati, Roma Kralı Antonius olduğu sanılan heykel başı, çeşitli sikkeler bulunmaktadır. Ayrıca müzede, arkeolojik değerde mezar taşları ve sütun başlıkları gibi yapılar da sergilenmektedir (Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, 2013).

Bolu'ya 52 km mesafede yer alan Mudurnu ilçesi, 165 ev ve 8 camisi ile Kentsel Sit Alanı ilan edilmiştir. Safranbolu'ya benzer tarihi evlerden oluşan Mudurnu ilçesi yörenin turistik ilçeleri arasında yer almaktadır (Şenol, 2008: 227).

Bolu'da ayrıca tarihi birçok hamam bulunmaktadır. İl merkezinde bulunan Orta Hamam (14.yy), Tabakalar Hamamı (16.yy), Sultan Hamamı (16.yy), Süleyman Paşa Hamamı (14.yy), Yıldırım Beyazıt Hamamı (14.yy) önemli yapılar arasında yer almaktadır (Kılınç, Özkul ve Mesci, 2008: 395-396).

Bolu yöresinde özellikle Mudurnu, Mengen ve Kıbrısçık yörelerinde halk oyunlarına önem verilmiştir. Al yemeni, Adayolu kestane, davul oyunu, Bindirme, Göynük zeybeği, Gerede zeybeği, Halimem, Karaköy sekmesi, Karşılama, Köroğlu, Menmen-pıtpıt, Meşeli, Ördek, Sürütme, Mudurnu zeybeği başlıca oyunlar arasında yer almaktadır. Yöresel kıyafetler olarak kadınlar genellikle başlarına ön kısmı altınlarla süslü fes, üstüne de Türk nakışlarıyla işli başörtüleri; ayağa desenli çoraplar ve hafif topuklu, üzeri işlemeli ayakkabılar giyerlerken erkeklerde ise başa kalpak takılır, elbisenin göğsünde sağ tarafta, takılı işlemler yer alırdı. Ayağa yörelerine göre çarık, siyah deri çizme yada topuksuz mokasen ayakkabılar giyilirdi (BOLKTM, 2014c).

İlde diğer kültürel çekicilikler gibi el sanatları da oldukça gelişmiştir. Mudurnu ilçesinde iğne oymacılığı ve Mudurnu peyniri, Kıbrısçık yöresinde kaval yapımı, Gerede'de bakırcılık ve dericilik, Göynük'te ağaç işletmeciliği el sanatlarının başlıcaları arasında yer almaktadır (Kılınç, Özkul ve Mesci, 2008: 395-396). Özellikle Gerede'de dericilik önemli bir ekonomik sektör oluşturmakta ve deriden çeşitli hediyelik eşyalar üretilmektedir.

Bolu yöresel mutfağı ve hünlerli aşçıları ile tanınmaktadır. Osmanlı Sarayındaki Bolu'lu aşçı geleneğı Mengenli aşçıların tanınmasını sağlamıştır. 1453 yılında, Fatih Sultan Mehmet'in; İstanbul'u fethedince, saray mutfağını, Mengenli Yakup Ağa adlı Paşa'ya kurdurduğu söylenir. Bunun sonucunda: Mengenli Yakup Ağa; yakınlarını ve hemşerilerini saray mutfağında görevlendirmiş ve böylece, aşçılık, Mengencililerin bir ata mesleğı haline gelmiştir. Türkiye'de mutfak sektöründe çalışan aşçıların önemli bir bölümünü Mengenli aşçıların oluşturduğu söylenebilir. Mengen'in aşçılık konusundaki bu özelliğı nedeniyle her yıl Haziran ayında geleneksel olarak "Mengen Aşçıları ve Turizm Festivali " düzenlenmektedir.

2.4.3. Bolu İli İnanç Turizmi Değerleri

Bolu'da bulunan Büyük Cami (Yıldırım Beyazıt Cami), Kadı Cami, Saraçhane Cami, İmaret Cami, Ilıca Cami, Süleyman Paşa Cami, Yıldırım Cami, Kanuni Cami, Yukarı Tekke Cami ve Eskiçağa Yıldırım Cami Osmanlı döneminde inşa edilmiş olup Osmanlı mimarisini yansıtan başlıca camiler arasında yer almaktadır. Tokad-i Hayrettin ve Akşemseddin Türbeleri mimari açıdan dikkate değer eserler olmamasına rağmen yerli turistlerin ve daha çok günübirlikçilerin yoğun ilgisini çekmektedir (Kılınç, Özkul ve Mesci, 2008: 395-396).

2.4.3.1. Büyük Cami (Yıldırım Beyazıt Cami)

Bolu il merkezinde yer alan cami, Yıldırım Beyazıt tarafından 1382 yılında yaptırılmıştır. 1899 yılında yanan caminin yerine şimdiki cami yapılmıştır. Çifte minareli, tek kubbeli olan caminin iç mekânında nakış işi iç süslemeleri ilgi çekmektedir (Resim 1) (Altan, 2007: 74).

Resim 1. Büyük Cami Genel Görünüm



Kaynak: BOLKTM, 2014d.

2.4.3.2. Kadı Cami

Büyük Cami Mahallesi'nde bulunan yapı, 1499 yılında Demirtaş Paşa'nın oğlu Mehmet Bey tarafından yaptırılmıştır. Dikdörtgen planlı caminin mihrap bölümü beş kenarlı olarak dışa taşkın inşa edilmiştir. Kesme taştan yapılan caminin ahşap dış kapısı, kündekari tekniği ile yapılmıştır (Bingöl, 2007: 228).

2.4.3.3. Ilıca Cami

Şehir merkezine 5 km. mesafedeki Karacasu sınırları içinde bulunmaktadır. Kitabesine göre cami, 1510–1511 yıllarında İsfendiyaroğlu Musa Paşa tarafından yaptırılmıştır. Kare planlı ve kubbelidir (Resim 2) (Şenol, 2008: 228). 1944 depreminde büyük hasar gören cami, 1960 yılında aslına uygun olarak yeniden yapılmış ve kitabesi camiye monte edilmiştir (Altan, 2007: 74).

Resim 2. Ilıca Cami Genel Görünüm



Kaynak: BOLKTM, 2014e.

2.4.3.4. Karaköy Cami

İl merkezinin 7 km. batısında, Karaköy sınırları içinde bulunmaktadır. Cami 1562–1563 yılında Musa Paşa'nın oğlu Mehmet Bey tarafından yaptırılmıştır. Dikdörtgen planlı, ahşap çatılı olan cami, çinileri, mihrap ve minberdeki işçiliğiyle dikkat çekmektedir (Bingöl, 2007: 228).

2.4.3.5. Süleyman Paşa Cami

Göynük ilçesinde yer alan cami Akşemseddin Türbesinin yanında yer almaktadır. 1335 yılında Gazi Süleyman Paşa tarafından yaptırılan iki eserden biri olan cami yıkılınca yerine II. Abdülhamit'in emri ile bugünkü cami yapılmıştır. Tek kubbeli ve tek minarelidir. Geç devir mimari özelliklerini taşımaktadır (Altan, 2007: 75).

2.4.3.6. Mudurnu Yıldırım Cami

Mudurnu ilçesinde bulunan cami, 1382 yılında Yıldırım Beyazıt tarafından şehzadeligi zamanında yaptırılmıştır (Şenol, 2008: 228). Kareye yakın dikdörtgen

planlı caminin ana mekanını 19,43 m. çapında bir kubbe örtmektedir. Üç bölümlü bir son cemaat yeri vardır. Osmanlı mimarisinin ilk büyük kubbeli yapılarından olup, sekiz istinatlı camilerin de ilk örneklerinden olduğu kabul edilmektedir (BOLKTM, 2014a).

2.4.3.7. Tokadi Hayrettin Türbesi

İl merkezinin 13 km. batısında Elmalık köyündedir. Tasavvuf kaynaklarına göre; 1535 tarihinde vefat eden Halvetiye Şeyhi, Şeyh Hayreddin-i Tokadi'nin türbesi burada yer almaktadır (Altan, 2007: 75).

2.4.3.8. Akşemseddin Türbesi

Fatih Sultan Mehmet'in hocası olan ve 1459 yılında vefat eden Akşemseddin'in türbesi, Göynük ilçesinde Gazi Süleyman Paşa Cami'nin avlusunda bulunmaktadır. 1453 yılında İstanbul'un fethinde büyük katkısının olduğu tarihi eserlerden anlaşılan Akşemseddin, Eyüp Sultan'ın kabrini bulmuş ve Louis Pasteur'den asırlarca önce mikrobi keşfetmiştir. Fetihden sonra devlet işlerinden elini çeken Akşemseddin, Göynük'e yerleşerek burada yaşamış ve Göynük'te vefat etmiştir (Göynük İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü, 2014).

Osmanlı ilim dünyasının bu büyük şahsiyeti adına 1464 yılında Fatih Sultan Mehmet tarafından yaptırılan türbe, altıgen planlı olup, küfeki taşından inşa edilmiştir. Türbe içerisinde bulunan, ceviz ağacından yapılmış olan sanduka, ahşap işçiliğinin değerli bir örneğidir (Bingöl, 2007: 378).

2.4.3.9. Aslahaddin Türbesi

Bolu il merkezi Aslaheddin mahallesinde yer almaktadır. Asıl adı Seyyid Bin Ebubekir olan ve Hz. Fatıma soyundan gelen bu zat, türbedeki kitabeye göre, Horosan'dan gelmiş ve Bolunun kuşatılması sırasında ikinci hisarda şehit edilmiştir (Altan, 2007: 75).

2.4.3.10. Ömer Sekkini Hazretleri Türbesi

Hacı Bayram-ı Veli'nin talebesi ve ilk iki halifesinden biri olan, Ömer Sekkini aslen Bursalı olup, Bolu-Göynük'e yerleşmiş ve burada vefat etmiştir. Ömer Sekkini Hazretlerinin diğer adı da Bıçakçı Ömer Dede'dir. Türbesi, Göynük'te Akşemseddin türbesinin 100 m. kadar doğusunda yer almaktadır. Türbe 1449 yılında

yaptırılmış olup altı köşeli ve kurşun kaplama bir kubbeye sahiptir (Bingöl, 2007: 380).

2.4.3.11. Umran Sülüst (Şeyh-ül Umran)

Kimliği ve yaşadığı zaman hakkında kesin bilgi bulunmamaktadır. Rivayetlere göre karşısında bir misafir olmadan yemek yemeyen bu zat eğer misafirsiz kalırsa günlerini oruçlu geçirmekteydi. Misafirinin olmadığı bir gün oruca niyet etti. Ancak akşama doğru bir misafir evine geldi. Şeyh-ül Umran da iftar vaktine az kaldığı ve orucunu bozmamak için misafiri aç biilaç şekilde lafa tuttu. Bunun üzerine o gece rüya gördü. Rüya da kendisine çok “gizli şeyler” gösterildi ve bir nida duydu: “Ey Umran! Senin bize güzel bir ibadetin vardı. Bizim de sana karşı bir âdetimiz... Sen âdetini değiştirdin, biz de kendimizinkini değiştirdik.” Şeyh-ül Umran, üzüntüler içinde uyandı. O günden sonra perişan bir halde yaşadı. Rüya da gösterilen “sır”lardan sonra sanki bir “mecnun” olmuştu. Bir zaman sonra köyündeki malı ve mülkü için, hükümet memurları onu sorguladılar. Sıkıldı ve köyünden çıkıp gitti. Başka bir büyük köye giden zat gittiği köyde “Ben misafirime hizmeti geciktirdiğim için suçlanan bir kimseyim. Beni nimet ve rahat içinde görüp, rızasını kabul etmezse ne yaparım? Bırakın, başımı alıp mihnetime doğru yöneleyim. Ta ki, Rabbimin rızası ne ise tecelli etsin.” Kısa süre içinde Şeyh-ül Umran o köyden gitti. Onu şehrin tepelik bir viranesinde vefat etmiş olarak buldular. “İtibar yükselten güzel huylardan olan cömertlik ve misafirperverlik, bütün insanlık için ümit veren bir meşale gibidir.” Bu güzel huylar herkesi kendine doğru çekmektedir. Şeyh-ül Umran da böyle bir zât-ı muhteremdi (Mudurnu Kaymakamlığı, 2008).

Şeyh-ül İmran geleneksel anma günü her yıl Temmuz ayının ilk pazar günü yapılmaktadır. Ziyarete gelenlere ikram olarak Etli pilav ikramının yanı sıra son yıllarda hayırsever bir vatandaş tarafından her yıl 1 kamyon dolusu Karpuz ikramı da yapılmaktadır.

2.5. DÜZCE İLİ

Bu bölümde Düzce ili genel bilgileri, kültürel ve tarihi değerleri ile inanç turizmi kaynakları hakkında bilgi verilecektir.

2.5.1. Düzce İli Genel Bilgiler

Düzce Batı Karadeniz'in tek antik kenti olarak ayakta kalan, tarihi M.Ö. 1390-800 yılları arasında hüküm süren Eti Medeniyeti'ne uzanan, Orhan Gazi komutanlarından Konuralp Bey tarafından 1323'de Osmanlı topraklarına katılan; günümüzde önemli idari, ekonomik ve sosyal gelişmelerle hep yükselme yolunda ve birçok alanda gelişimini sağlayacak alt yapısı mevcut; 17 Ağustos ve 12 Kasım depremlerinden sonra kısa sürede toparlanma gösteren bir ildir (DKTM, 2014c).

Düzce, merkezinden geçen D-100 karayolu, TEM otobanı ile Avrupa-Asya arasındaki transit yol üzerinde yer almaktadır. Düzce'nin doğusunda Zonguldak ve Bolu illeri, batısında Sakarya ili, güneyinde Bolu ili ile kuzeyinde Karadeniz yer alır. Yüzölçümü 2.852 km²'dir. İlçeleri merkez ilçe, Akçakoca, Cumayeri, Çilimli, Gökaya, Gümüşova, Kaynaşlı ve Yığılca'dır (Türker ve Çetinkaya, 2009: 34). Düzce nüfusu 2013 yılına göre 351.509 kişi şeklindedir.

Düzce havzasının ortasında 360 km² genişliğinde Düzce Ovası yer almaktadır. Düzce Ovası doğuda Bolu ve Düzce Dağları, batıda ise Abant Dağları ile çevrilidir. Büyük Melen Çayı Havzası; Yığılca ilçesinden gelen Küçük Melen, Bolu Dağı'ndan doğup Kaynaşlı ve merkez ilçeden geçen Asar, Bolu Ovası'nın güneyinden gelen Uğursuyu ile Gökaya ilçesinin batısından gelen Aksu Deresi'nin Efteni Gölü'nde birleşip buradan Büyük Melen Çayı olarak çıkmasıyla oluşmaktadır (Türker ve Çetinkaya, 2009: 34-35).

Düzce ve çevresi Karadeniz ikliminin özellikleri ile Akdeniz ve karasal iklimlerinin geçiş özelliklerini göstermektedir. Bu nedenle ilde bölgesel iklim farklılıkları gözlenmektedir. Ayrıca dağların yüksekliği kıyıda içerilere doğru arttığından denizin yağış getirici ve ılımanlaştırıcı etkisi iç kısımlarda da hissedilebilmektedir. Düzce'de dağların kıyıya paralel olarak uzanması nedeniyle kıyıda doğal limanlar oluşmamıştır (Yılmaz vd., 2011: 96).

Düzce ekonomisinin dinamik bir yapıya sahip olduğu söylenebilir. Bu dinamikliğinde iki metropol kent arasında oluşu önemli rol oynamaktadır. Ayrıca ülkenin sanayi kuşağı diye ifade edilen Marmara Bölgesi ile sınır olması da bunda etkindir. İlin İstanbul-Ankara şehirleri ile mesafesi zaman açısından uzak denilemeyecek düzeyde otoban bağlantılı olarak yapılmaktadır. Özellikle Bolu tünelinin açılmasıyla zamandan kazanımın önemli ölçüde sağlandığı söylenebilir. İlin liman ve hammadde kaynaklarına yakınlığı, ulaşım kolaylığı, deniz ve doğa turizmine sahip oluşu, turizmin gelişimi açısından yatırımcılara önemli fırsatlar sağlamaktadır (Kılınç, Özkul ve Mesci, 2008: 392).

2.5.2. Düzce İli Tarihi ve Kültürel Değerleri

İlin en önemli tarihi değeri Batı Karadeniz'in ayakta kalan tek antik kenti olma özelliğinde de sahip olan Konuralp'tir. M.Ö. 3. yy. da Bithynia medeniyeti ile başlayan, Roma ve Bizans devletleri ile devam eden Düzce tarihinden günümüze kalan kültürel mirası Konuralp'te görülmektedir. Düzce- Akçakoca karayolunun 4. km'sinde bulunan Konuralp Antik Kenti'nin Bithynia Krallığı'nın ardından Roma'nın ve daha sonra da Doğu Roma İmparatorluğu'nun bir kenti olmuştur (Şenol, 2008: 230). Konuralp adı Orhan Gazi komutanlarından Konuralp Bey'den gelmektedir. 14. yy.'ın ilk çeyreğinden itibaren bu bölge Konuralp ilçesi ve kısaca "Konrapa" diye anılmaya başlamıştır (Bingöl, 2007: 390).

İlk çağlarda "Duase Pros Olypum" olarak anılan önemli arkeolojik buluntular Konuralp (Üskübü) bucağında ortaya çıkarılmış ve Üskübü çevresinde antik dönemden kalma çok sayıda yapıt bulunmuştur. Bunlar arasında bronzdan ve pişmiş topraktan kandiller, sikkeler, yüzük taşları, heykelcikler ve ünlü Milo Venüsü benzeri bir heykelcik yer almaktadır. Antik kentteki diğer eserler ise lahit, anfi tiyatro, mezar stelleri ve heykel kaideleri, Üskübü Surları, Konuralp Cami ve Konuralp su yolları olarak sıralanabilir (Kılınç, Özkul ve Mesci, 2008: 395).

Düzce'nin Akçakoca ilçesinin 2.5 km batısında bulunan tarihi Ceneviz Kalesi, doğu ve batısındaki iki koy arasında yer almaktadır. Kalenin surları moloz taşlarla ve kiremit kullanılarak yapılmıştır. Yarım yuvarlak çıkıntıları ve kara tarafında yüksek bir kulesi vardır. Kale Cenevizliler tarafından inşa edilmiş olup, Cenevizliler, Bizans ve Osmanlılar tarafından kullanılmıştır (Şenol, 2008: 231).

Geçmişte pek çok medeniyete ev sahipliği yapan Düzce, bugün 20'den fazla dilin konuşulduğu, farklı kültürel ve etnik grupların bir arada yaşadığı bir kenttir. Düzce'de göçlerle oluşan bir Türk kültürü mozaiki görülmektedir. Halk Çerkez, Abhaz, Laz, Türk, Arnavut, Boşnak, Kürt ve Romanlardan oluşmaktadır. Farklı etnik kökenler; gelenek ve göreneklere rağmen halk milli birlik ve beraberlik içerisinde yaşamaktadır. Bununla birlikte Düzce'de bazı Çerkez ve Abhaza adetleri de bulunmaktadır. Yöre mutfağı oldukça zengindir Örneğin Çerkezlerin Çerkez tavuğu, lepsisi, mamursası ve halujları ünlüdür. Türklerin; gözleme, kaymaklı ekmek tatlısı, Karadenizlilerin; Laz böreği, yoğurtlu mısır ekmeği, pancarlı pide ve keşkeş yemekleri yörede görülebilir. Akçakoca ise melengüççeği, dardar pilavı, ısırgan yemeği ve balık çeşitleri bakımından oldukça zengindir. Arnavutların; Arnavut ciğeri ve böreği, Tatarların; şıl börek, göbeke mantısı, muhacirlerin; katlama, sarı burma ve su böreği, Boşnakların; Boşnak tatlısı, Düzce köftesi, sıra, külbastı, kestane, fındık, dağ çileği reçelleri bölgenin gastronomi değerlerini zenginleştirmektedir. Yöresel el sanatları kapsamında özellikle ağaç sanayi gelişmiş olduğu için ağaç üzerine her türlü işlemler mevcuttur. Bakacak yöresinin 'çotora' denilen ağaçtan yapılma su testileri, sehpa, çeşitli süs eşyaları bunlardan başlıcalarıdır (Kılınç, Özkul ve Mesci, 2008: 396).

2.5.3. Düzce İli İnanç Turizm Değerleri

Düzce ili sınırları içerisinde, dini ve mimari açıdan önemi bulunan ve inanç turizmine yönelik birçok eser bulunmaktadır. Bunlar arasında farklı mimari teknikler kullanılarak inşa edilmiş olan çantı tipi Cuma camileri, dikkat çekmektedir. Çantı tekniği, ahşaptan çivi kullanılmadan, kütüklerin birbirine kertilmesiyle inşa edilen camilerdir. Genel olarak Manav Türklerinin yerleştiği köylerde bulunan çantı tipi camiler Düzce'nin Akçakoca ilçesindeki en eski dini mimari örnekler arasında yer almaktadır (Bingöl, 2007: 390; DKTM, 2014d).

2.5.3.1. Orhan Gazi Cami

Çantı tipi camilere en iyi örneklerden biri Akçakoca'nın en eski ve en büyük köy yerleşimlerinden biri olan Çayağzı Köyünde bulunan tarihi Orhan Gazi Camisidir (Resim 3). Osmanlı Devleti'nin kurucularından Orhan Gazi'nin burada gelip konakladığı (Miladi 1323) ve kendi adı ile anılan bir de cami yaptırdığı

bilinmektedir. Sultan Orhan Cami Şerifi olarak kayıtlara geçmiş bulunan bu kültür mirası, 2007 yılında Vakıflar Genel Müdürlüğüne restore edilerek, tekrar ibadet ve ziyarete açılmıştır. Cami, çantı tekniği ile uzun kütüklerin birbirine geçirilmesiyle, çivisiz olarak inşa edilmiştir (Resim 4) (DKTM, 2014d).

Resim 3. Orhan Gazi Cami Genel Görünüm



Kaynak: DKTM, 2014d.

Resim 4. Orhan Gazi Cami Minber ve Mihrabı



Kaynak: DKTM, 2014d.

2.5.3.2. Hemşin Köyü Cami

Çantı tipi cami örneklerinden olan Akçakoca'ya 15 km. mesafede bulunan ve 1877 yılında Osmanlı Rus savaşı ardından Artvin'den gelen Hemşinlilerin kurduğu ve Hemşin Köyünde bulunan Tarihi Hemşin Köyü Caminin (Resim 5) birinci katında taş işçiliği örneği, ikinci katında ise çantı tekniği görülmektedir. Minaresinin de ahşap olduğu Hemşin Cami; mihrap ve minberi, tavan işçiliği ile dikkat çekmektedir (DKTM, 2014d).

Resim 5. Hemşin Köyü Cami Genel Görünüm



Kaynak: DKTM, 2014d.

2.5.3.3. Yeni Meze Cami

Yeni Meze Cami Akçakoca'ya 16 km mesafede bulunan Uğurlu Köyünde bulunmaktadır. Taş işçiliğinin (Resim 6) güzel bir örneği olan cami 1885 yılında inşa edilmiştir. İçinde Osmanlılardan kalma yazıların bulunduğu cami ilin önemli değerlerindedir (DKTM, 2014d).

Resim 6. Yeni Meze Cami Dış Görünüm



Kaynak: DKTM, 2014d.

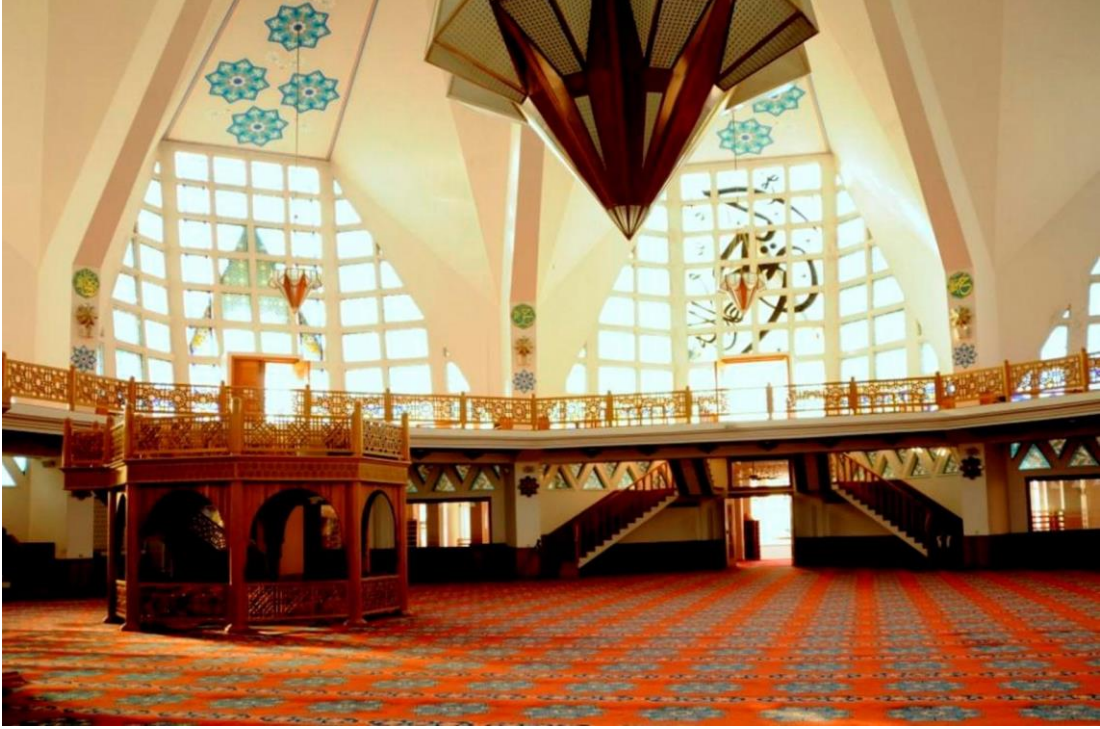
2.5.3.4. Akçakoca Merkez Cami

Akçakoca kent merkezinde sıra dışı görünümüyle yer alan bu cami, tek kubbe sistemiyle yapılan camilerin aksine çağdaş mimarisiyle dikkat çekmektedir. Temeli 1989 yılında atılan ve 2004 yılında hizmete giren caminin kubbe yüksekliği 31 metre, minare yüksekliği 58 metredir (DKTM, 2014d).

Türk ve modern mimari sentezlerinin uygulandığı cami, Türkiye'de bu tarz mimari şekilde inşa edilen tek camidir (Resim 7). En belirgin mimari özelliği klasik tek çatı sistemi yerine Selçuklu mimarisinde kullanılan sekizgen köşelerin üzerine

oturtulmuş Türk Otağ çadırından esinlenilmiş bir çatı sistemine sahip olmasıdır. İç mekanı vitray camlarla süslenirken, kubbe kaplamalarında 32 ton bakır levha kullanılmıştır. Selçuklu Kıl Çadırlarından esinlenerek yapılan camii, bünyesinde dini vecibelerin yerine getirebileceği yerlerin dışında birçok sosyal ihtiyaca cevap verebilecek alanları barındırmaktadır (DKTM, 2014d).

Resim 7. Akçakoca Camii İç Mekan Görünümü



Kaynak: DKTM, 2014d.

2.5.3.5. Konuralp Türbesi

Düzce'ye bağlı Konuralp Beldesinde yer almaktadır. 1962 yılında yapılmış kubbeli bir türbedir. Türbe içinde metfun bulunan kişi, Konuralp'i feth eden ve burada hükümdarlık yapmış olan bir Osmanlı kumandanıdır (Şenol: 2008: 231).

2.5.3.6. Şeyh Muslihiddin Türbesi

Türbe, Çilimli ilçesi Karaköy köyünde bulunmaktadır. Kastamonu Şeyh Şaban Veli'nin muridlerinden Şeyh Aliyyül Muslihiddin, Çoban Dede ve Yabanlı Hasan Dede'nin türbeleri burada yer almaktadır (Altan, 2007: 420).

2.6. KARABÜK İLİ

Bu bölümde Karabük ili genel bilgileri, kültürel ve tarihi değerleri ile inanç turizmi kaynakları hakkında bilgi verilecektir.

2.6.1. Karabük İli Genel Bilgiler

Karabük, Araç ve Soğanlı çaylarının kesiştiği noktada kurulmuş bir kenttir. Kuzeyde Bartın, batıda Zonguldak, güneyde Çankırı ve Bolu, doğuda Kastamonu illeri ile komşudur. Yüz ölçümü 4.145 km²'dir (Türker ve Çetinkaya, 2009: 288). Karabük nüfusu 2013 yılına göre 230.251'dir.

3 Nisan 1937'de temeli atılan Türkiye'nin ilk Demir Çelik Fabrikası, 6 Haziran 1939'da faaliyete geçmiştir. Sanayinin gelişmesine paralel olarak nüfus yoğunluğunun da arttığı Karabük'te 25 Haziran 1939'da belediye teşkilatı kurulmuştur. 1941 yılında Safranbolu ilçesine bağlı bir bucak iken, 3 Mart 1953 tarihinde ilçe olarak Zonguldak iline bağlanmış, 6 Haziran 1995'te ise il statüsüne kavuşarak Çankırı'nın; Ovacık ve Eskipazar ilçeleri ile Zonguldak'ın; Eflani, Safranbolu ve Yenice ilçelerinin birleştirilmesiyle Türkiye'nin 78. ili olmuştur (Yılmaz vd., 2011: 93).

Karabük ilinin önemli bir kısmı Kuzey Anadolu Dağları'nın batıda kalan kısmını oluşturan dağların uzantılarından oluşur. İldeki dağların yüksekliği 2000 metreyi geçmez. Karabük'ün kuzeyinde, batıya doğru uzanan geniş bir dağlık alan bulunmaktadır. Küre Dağları'nın uzantıları niteliğindeki bu alanda, ortalama 1400 m yüksekliğine sahip Çiğdem Tepe, Boyunduruk Tepe, Tekirdağ, Üçbel Tepe, Döneğen Tepe, Çanakçı Tepe ve Başköy Dağı yer alır. Bolu Dağları'nın uzantısı niteliğinde olan Yenice çevresindeki en önemli yükselti ise Keçikıran Tepesi (1400 m) dir (Karabük Valiliği, 2014).

Karabük İlinin en önemli akarsuyu Filyos Irmağı'dır. Ilgaz Dağının kuzey yamaçlarından doğan Araç Çayı ile Gerede'nin güneybatısından kaynaklanan Gerede Çayı ve Çerkeş'ten gelen Çerkeş Çayı'nın oluşturduğu Soğanlı Çayı, Yenice'de birleşerek Yenice (Filyos) Irmağı olarak Karadeniz'e dökülür (Türker ve Çetinkaya, 2009: 288).

Karabük ilinde Karadeniz ikliminin özellikleri kısmen görülmektedir. Bunun en önemli sebebi ilin kıyıda içeride kalması ve Karadeniz'in nemli havasından yeterince yararlanamamasıdır. Karadeniz ikliminden karasal iklime geçiş sahasındaki ilde geçiş tipi iklim etkili olmaktadır (Yılmaz vd., 2011: 93).

2.6.2. Karabük İli Tarihi ve Kültürel Değerler

Karabük ve çevresi, antik devirde Paflagonya denilen bölge sınırları içerisinde yer almaktadır. Hititlerin; M.Ö 1200 tarihinde yıkılmasından sonra sırasıyla Firig'lerin, Kimmer'lerin, Lidyalıların ve Pers'lerin egemenliği altına girmiştir. M.Ö 64 yılında Pontus Kralı Mithridates Evpator'un yenilmesi üzerine Paflagonya bölgesi Romalıların eline geçmiştir. Roma Dönemi'nde Eskipazar İlçesinde Hadrianapolis ve Kimistene antik kentleri önemli birer yerleşim merkezi olmuştur. M.S. 395 yılında Roma İmparatorluğu ikiye ayrılınca Karabük ve çevresinde bu defa uzun sürecek bir Bizans Dönemi başlamıştır. Bizans döneminde Eskipazar ve Safranbolu birer piskoposluk merkezi olarak yörede etkin dinsel yerleşim alanları durumuna gelmiştir. 1071 Malazgirt Savaşı'ndan sonra Türkler Anadolu içlerine doğru hızla ilerlemeye başlamışlardır. Ardından bölgede sırasıyla; Çobanoğlu Beyliği, Umuroğulları Beyliği, Candaroğulları Beyliği ve son olarak Osmanlı hüküm sürmüştür (KARKTM, 2014b).

UNESCO tarafından koruma altına alınan tarihi ve kültürel değerlere sahip Safranbolu Evleri, Hititlerden beri iskan gören Eflani ilçesi, Eskipazar'a 5 km. uzaklıktaki Budaklar Köyü Hacamatlar Mahallesinin bulunduğu yerde Hadrianapolis Antik Kentinin kalıntıları gibi ilde çok sayıda tarihi özelliğe sahip eserler yer almaktadır. Ayrıca dünyanın çok az yerinde rastlanan zenginlikte bir kültür mirasına sahip bulunan ilde 21 arkeolojik alan, 5 kentsel sit alanı, 4 doğal sit alanı, 1417 tescilli eser, 693 yazma eser, 1088 basma eser, 32 tümülüs, 4 höyük ve 100'den fazla kaya mezarı bulunmaktadır. Kaya mezarları arasında; Karain Kaya Mezarı, Hisariçi Kaya Mezarı, Çatal İn Kaya Mezarı, Sarıkaya Kaya Mezarı, Hacılarobası Kaya Mezarı, Gerdek Boğazı Kaya Mezarı ve Tütünlük İni Kaya Mezarı gösterilebilir. Kaymakam Evleri, Karaüzümler Evi, Kileciler Konağı, Mümtazlar Konağı, Kavsalar Evi ve Emir Hocasade Ahmet Beylerin Evi gibi sivil mimari yapılar yöreye özgü geleneksel mimari ve yaşam biçimini yansıtmaktadır. Taş Minare Cami,

Kazdağlıoğlu Cami, Lutfiye Cami, Koprulu Mehmet Paşa Cami, Dağdelen Cami, Hidayetullah Cami, Mescit Cami, Eski Hastane, Guneş Saati, Saat Kulesi ile sayısız kaya kabartması, arasta, çeşme ve köprüler ilin diğer tarihi değerlerini oluşturmaktadır (Baldıran ve Ulubay, 2008: 432).

Yörede geçmişten kalan el sanatları önemli folklorik unsurlardan birini oluşturmaktadır. Ovacık'ta unutulmuş ve unutulmak üzere olan el sanatlarından başta "İp Bükme" ve bununla ilgili işler yer almaktadır. Yörede el sanatları ile ilgili ikinci önemli unsur ise kilim tezgahlarında dokunan çul kilim ve çuvallardır. Bu el sanatları az da olsa Ovacık ve köylerinde yaşatılmaktadır. Safranbolu el sanatlarının günümüze kadar gelmiş ve günümüzde de yapılmakta olan türleri, yemenicilik, deri işlemeciliği, ağaç oymacılığı, semercilik, demircilik ve bakır işlemeciliğidir. Bugün Safranbolu'da hala el sanatları alanında çarşı da üretim yapan zanaat gruplarından az miktarda olsa da semerci, saraç, demirci, bakırcı ve kalaycı bulunmaktadır. Safranbolu'da yapılan el işlemlerinden beyaz iş (delik işi) ve iğne oyası işi ünlüdür. Safranbolu ve köylerinde yaşayan halkın geleneksel olan ürünü bez dokumalarıdır. Eflani'de üretilen el sanatları günümüzde işlevini kaybetmişlerdir. Bunlar çember (mahalli başörtüsü), çorap ve dokurcun (entari)'dur. Yenice'de el sanatları folkloru konu olmuştur. Şöyleki; bundan 30-40 yıl öncesinde Yenice köylerinde "Düzen" adı verilen dokuma tezgahlarında keten ipliğinden dokunan göynekler (Keten Gömleği) yine kadınların giydikleri, sırma işlemeli ve belden kuşakla bağlanan "Kutnu entariler" yörenin simgesel kıyafetleri arasında yer almaktadır. Yenice ilçesinde bastonculuk ve şimşir kaşık yapımı halen devam etmektedir (KARKTM, 2014b).

Geçmişte bir Bektaşî yerleşimi olmasıyla dikkat çeken Safranbolu Yörük Köyü hem göçebelik hem de Türk-İslam yaşam tarzına uyan ve özellikle oda dekorasyonları açısından önem taşıyan konut örnekleri ile dikkat çekicidir. 1997 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığınca koruma altına alınmış, Safranbolu'nun küçük bir maketi gibi olan ve 93 adet tescilli eser barındıran Yörük Köyü; camileri, çamaşırhanesi ve görkemli tarihi konakları ile ilçe turizmüne önemli hareket ve çeşitlilik getirmektedir (Demirarslan, 2011: 69).

Karabük mutfağı ile ilgili olarak yapılan araştırmalarda saptanan 100'den fazla yemek çeşidi yöre mutfağının zenginliğini açıkça ortaya koymaktadır.

Karadeniz mutfağının tipik özelliklerini taşıyan Gözleme, Safranbolu Bükmesi, Kuyu Kebabı, Kara Mancar, yaprak dolması, Yayım (Ev Makarnası) perohi, bandırma, sini çöreği, çullu börek, bazlama, su böreği, ev baklavası, safranlı zerde, hoşmerim, haluşka bu yemeklerden bazılarıdır.. Bölgede özellikle sonbaharda bulunan Kanlıca ve diğer mantar çeşitlerinden yapılan yemek ve börekler yöre mutfağına zenginlik katmaktadır. Helva çeşitleri ile fındıklı, antepfıstıklı, güllü ve safranlı çeşitleri bulunan Safranbolu lokumları ile ünlüdür (KARKTM, 2014b).

2.6.3. Karabük İli İnanç Turizmi Değerleri

Yöredeki tarihi cami ve türbeler ağırlıklı olarak Safranbolu ilçesinde bulunmaktadır. Yörede yer alan dini turizm kaynakları aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Bingöl, 2007: 397):

2.6.3.1. Köprülü Mehmet Paşa Cami

Sadrazam Köprülü Mehmet Paşa tarafından yaptırılmıştır. Cami; çarşıda Çeşme Mahallesindedir (Resim 8). Yazıtı yoktur, ancak caminin bağlı bulunduğu Köprülü Mehmet Paşa Vakfının mühründe 1661 tarihi bulunmaktadır. Yine Sadrazam Köprülü Mehmet Paşa tarafından gönderilen el yazması bir Kuran'dan caminin 1661 yılında ibadete açıldığı anlaşılmaktadır. Cami, 17.yy özelliklerini belirgin bir şekilde ortaya koymaktadır. Avlusunda; şadırvan, güneş saati ile kütüphane ve muvakkithane olarak yapılmış bir bina bulunmaktadır (Şahin vd., 2000: 40).

Resim 8. Köprülü Mehmet Paşa Cami Genel Görünüm



Cami ile birlikte hemen caminin yanında ve Arasta çarşının arkasına düşen, bugün kafe olarak işletilen yerde yine Köprülü Mehmet Paşa tarafından aynı tarihte yaptırılan ahşap medrese binası bulunmaktaydı (Tunçözgür, 1997: 84). Vakıflar genel müdürlüğünce 1970 ve 1990'lı yıllarda iki kez restore edilmiştir (Karabük İl Yıllığı, 1999: 127).

2.6.3.2. İzzet Mehmet Paşa Cami

1743 yılında Safranbolu'da doğan ve III. Selim döneminde 1794-1798 yılları arasında sadrazamlık yapmış olan İzzet Mehmet Paşa tarafından yaptırılmıştır. Cami İstanbul'daki Nuru Osmaniye Camisinin adeta küçük bir modelini oluşturur (Şekil 9). Mihrabın üzerinde Padişah III. Selim'in tuğrası bulunmaktadır. Yapının bütün örtü elemanları dıştan kurşun ile kaplanmıştır. Bu özelliği ile Safranbolu camileri içinde tek örnek olarak kalmıştır (Resim 9) (Şahin vd., 2000: 41).

İzzet Mehmet Paşa 1812 yılında Manisa'da vefat etmiştir. Belediyenin imar uygulaması sırasında yıkılan mezarın mezar ve ayak taşı Manisa Mevlevihane'sinde bulunmuş ve Safranbolu mülki ve yerel amirlerin çabaları sonucunda Caminin avlusuna getirilerek buraya temsili bir mezar inşa edilmiştir (KKTm, 2014).

Resim 9. İzzet Mehmet Paşa Cami Dış Görünüm



1902-1309 ve 1990 yıllarında onarım gören caminin külliyesi içinde kütüphanesi abdesthane, iki çeşme ve vakıf dükkanları yer alır. Cami ve avlusu,

altından geçen Akçasu deresi üzerine yapılan kemerler üzerine oturmaktadır (Şahin vd., 2000: 41).

2.6.3.3. Lütfiye (Kaçak) Cami

Akçasu Mahallesiinde aynı adla anılan dere üzerine yapılan ve bir kemere oluşturulmuş cami (Resim 10) 1878 yılında Muslih Beyzade Hacı Hüseyin Hüsni tarafından yaptırılmıştır. Caminin dere üzerine yapılmış olması yer kazanımı açısından oldukça önemlidir. Ayrıca derenin akış istikametinin değiştirilmemesi de Safranbolu insanının doğaya saygısının en güzel ifadesidir (Şahin vd., 2000: 41).

Resim 10. Lütfiye Cami Genel Görünüm



2.6.3.4. Kazdağlıoğlu Cami

Giriş kapısı üzerideki yazıttan 1778 tarihinde Hacı Halil Mahallesiinden, Borlu Ayanı Kazdağlıoğlu Mehmet Ağa tarafından yaptırıldığı anlaşılmaktadır. Taş ve tuğladan, tek kubbeli olarak yapılmış olan (Resim 11) caminin çevresinin çarşı meydanı olarak açılması nedeniyle, önündeki küçük avlusu ortadan kalkmıştır (Karabük ve İlçeleri, 2000: 41).

Resim 11. Kazdağlıoğlu Cami Genel Görünüm



Kazdağlıoğlu Cami çok eskiden beri birtakım hizmetlerde de kullanılmıştır. şahsa ait olan bu cami Safranbolu Belediyesine devredilmiş, devrini takiben "Yazma ve Basma Eserler Kütüphanesi" olarak bir süre değerlendirilmiştir. 1989 yılında ise cami olarak tekrar ibadete ağılmıştır (şahin vd., 1999: 128).

2.6.3.5. Taş Minare Cami

Hüseyin Çelebi Mahallesi, Taşminare Sokak'ta bulunan caminin yapım tarihi ve yaptıranı bilinmemektedir (Bingöl, 2007: 399).

Caminin Safranbolu'nun fethinden sonra Candarlılar tarafından yapıldığı tahmin edilmekte ise de, mimari yapısı göz önüne alındığında kiliseden camiye dönüştürüldüğü de söylenebilir. Bu yüzden yapılışı konusunda bir netlik yoktur (Tunçözgür, 1997: 91).

2.6.3.6. Eski Cami (Gazi Süleyman Paşa Cami)

Kebir Mahallesinde bulunan Eski Cami, Safranbolu'nun fethinden önce yapılmış ve Bizanslılar tarafından kilise olarak kullanılmıştır. Kalenin fethedilmesiyle bu kilise camiye çevrilmiş olup, Safranbolu'da cami görevini yapan ilk yapı olma özelliğine sahiptir (Şenol, 2008: 244).

1196 yılında Safranbolu'nun Türkler tarafından fethi sırasında ilk namaz bu ibadethanede kılınmıştır. 800 senedir Türk hakimiyetinde olan cami çeşitli onarımlar geçirmiştir. Cami, Safranbolu'daki en eski dini yapı olması açısından büyük bir tarihi özellik taşımaktadır (Tunçözgür, 1997: 88).

2.6.3.7. Hidayetullah Cami

İzzet Paşa Mahallesindeki, Mehmet İzzet Paşa caminin üst kısmında yer alan bu caminin kapısı üzerinde bulunan kitabeden, caminin 1719 yılında Hidayet Ağa tarafından yaptırıldığı ve 1874 yılında ise Hacı Süleyman Efendi tarafından tamir ettirildiği bilinmektedir (Tunçözgür, 1997: 89). Yapı ayrıca bir kez de 1950 yılında onarım görmüştür (Altunkaya, 1999: 127).

2.6.3.8. Dağdelen Cami

Akçasu Mahallesinde yer alan caminin giriş kapısı üzerindeki kitabesinden 1768 yılında Hoca Mehmet adlı bir kişi tarafından yaptırıldığı anlaşılmaktadır (Bingöl, 2007: 397).

2.6.3.9. Zülmiye (Mescit) Cami

Çeşme Mahallesinde kendi adıyla anılan Mescit Sokak üzerinde yer alır. Hattat Mehmet Mahzı tarafından yazılmış kırık yazıttan 1883-1884 yılında yapıldığı anlaşılmaktadır (Tunçözgür, 1997: 90).

2.6.3.10. Namazgah (Hıdırlık Tepesi)

Kentin doğusunda, Safranbolu'ya egemen Hıdırlık Tepesi üzerindedir. Bir anlamda açık hava namaz kılma yeri olarak düzenlenen namazgahta, kesme taştan yapılmış iki mihrap, bir minber dikkati çekmektedir. Daha büyük boyutlarda ele alınmış olan mihrabın hemen sağında yedi basamakla çıkılan bir minber yapılmıştır. Hasan Paşa Türbesi'ne yakın olan minber ise daha küçük boyutlarda düşünülmüştür. Her ikisinde de kesin tarihi verecek yazıt bulunmamaktadır. Ayrıca daha sonra buraya Ali Yaver Ataman'ın mezarı yapılmıştır (Altunkaya, 1999: 127).

2.6.3.11. Safranbolu Ulu Cami (Ayastefanos Kilisesi)

Ulu cami, Safranbolu Kıranköy mevkiinde yer almaktadır. Cami, kiliseden çevrilmiş gerçek bir sanat eseridir. 1093'te yapıldığı bilinmektedir. Tamamen kesme taşlardan, horasan olarak tabir edilen geçme usulüyle yapılan binanın büyük bir kubbesi (Resim 12) ve artık kullanılmayan fakat korunan dört çan kulesi vardır. Geçmişte bu çan kulelerinden yalnız ikisi kullanılmaktaydı. Kilise olarak kullanıldığı dönemde, Rum halkının Müslüman halka duyduğu saygı nedeniyle bu dört çan kulesinden Müslümanların oturduğu çarşı istikametine bakan iki kule hiç kullanılmamıştır. Çanlarının da takılı olmadığı bu kuleler estetik nedenlerle diğer kulelerle bütünlük sağlamak amacıyla yapılmıştır. Kilise camiye çevrildikten sonra çift minareli bir minare yapılmıştır (Tunçözgür, 1997: 91-93).

Resim 12. Safranbolu Ulu Cami Genel Görünüm



Bizans İmparatoriçesi Evadokia tarafından yaptırılan kilisenin ilginç bir öyküsü vardır. Evadokia Kudüs'ü ziyaretten dönerken beraberinde Hıristiyanlığın ilk şehiti Aya Stefanos'un kemiklerini de getirmiştir. Yolu Safranbolu'ya düşen Evadokia, şimdiki Safranbolu Ulu Cami abdesthanesinin bulunduğu yerde dinlenmek için durmuştur. Ayaklarını orada bulunan suya sokmuş ve o sırada beklenmeyen bir mucize gerçekleşmiştir. Evadokia'nın sol ayağındaki müzmin ağrılar birden bire kesilmiştir. Yaralar iyileşmeye başlamıştır. Bir Ayazma olan bu suya bundan dolayı Rumlar "Ağrı Asma Suyu" adını takmış ve kutsal kabul etmişlerdir (Safranbolu Müftülüğü, 2014).

2.6.3.12. Küre-i Hadid Cami

Eflani'ye bağlı Demirli Köyünün Küre Mahallesinde bulunan caminin, 1451 yılında İsfendiyar oğullarından İsmail Bey adına yaptırıldığı kitabesinden anlaşılmaktadır. Cami, 1891 yılında Kastamonu Valisi Abdurrahman Paşa tarafından tamir ettirilmiştir (Bingöl, 2007: 397).

Yapının sol bitişiğinde âsâ ve geyik dalı parçalarının olduğu bir türbe, 50 metre doğusundaki Miskinler Mezarlığı, hemen üst tarafında hamam yığıntısı, medrese ve benzeri kalıntılar bulunduğu Demirli Köyünün geniş bir kasaba köyü olduğunu göstermektedir (eflanikoyleri.tr.gg, 2004).

Küre, "Ocak" demektir. Hadid ise "Demir" anlamında olup, Küre-i Hadid, "Demir Ocağı" anlamına gelmektedir. Nitekim Kur'an-ı Kerim'de, Hadid isminde bir süre olup bu sürenin 25. ayetinde Hadid'in (demir) faydasından ve yaratılışından bahsedilmektedir.

Resim 13. Küre-i Hadid Cami Dış Görünüm



2.6.3.13. Kalealtı Tekkesi

Kentin eski Tekke Mahallesindedir. Bu tekkenin en önemli özelliği, halihazırda ayakta kalan Osmanlı devri yapılarının en eskisi olmasıdır. Yapının tümü günümüze ulaşmadığından, tekkenin ancak mescit kısmı ile ilgili bilgi edinilebilmektedir. Mescidin son cemaat yarindeki yazıttan 1550 tarihinde yapıldığı anlaşılmaktadır. Tekke'nin Halveti Tarikatının, Şabaniye koluna bağlı olduğu bilinmektedir. Mescid, Vakıflar Genel Müdürlüğü tarafından restore edilmiştir (Altunkaya, 1999: 132).

2.6.3.14. Yirmibeşoğlu Köyü Cuma Cami

Osmanlı dönemine ait ahşap mimarının benzersiz bir örneğini yansıtan, ahşap hatıllara işlenmiş çentiklerden oluşan caminin 1809 tarihinde yapıldığı tahmin edilmektedir. Yenice ilçesine bağlı Yirmibeş Köyündedir. Balta dışında hiçbir marangoz aleti kullanılmadan taş temel üzerine oturtulan ahşap cami, giriş ve mahfil katı olmak üzere iki kattan oluşmaktadır. Ahşap ve taş oymacılık sanatını içermesi, yapıldığı yılların sosyal yaşantılarından kesitlerin olması ve binaların yapı tarzı olarak da ahşap ve taşların güzel bir uyum içerisinde bulunması sebebiyle Kültür ve Tabiat Varlıkları Koruma Kurulu tarafından tescile değer bulunarak koruma altına alınmıştır (Türkiye Kültür Portalı, 2012).

2.6.3.15. Hamzalar Köyü Cami

Sultan Abdulhamid'in Baş Veznedarı Halil Bey ile evli olan Hamzalar Köyünün yerlisi bir bayan vesilesiyle 1905 yılında Eskipazar, Hamzalar Köyüne yapılmıştır. İçerisinde sakalı şerif bulunmaktadır. Özellikle kadir gecelerinde ziyaretçi akınına uğrayan camide bu güne özel iftar verilmekte ve mevlid okunmaktadır. Aynı ustalarca bu yapının benzeri niteliğinde bir cami (Veznedar Cami) Halil Bey'in doğduğu yer olan Kastamonu ili Araç ilçesine de yapılmıştır (Eskipazar Müftülüğü, 2014).

2.6.3.16. Hasan Paşa Türbesi

Türbe kentin doğusunda, Safranbolu'ya egemen olan Hıdırlık Tepesi üzerinde yer almaktadır. Kapısının üzerindeki yazıttan Abdülmecit tarafından Safranbolu'ya gönderilen 1845 yılında Koca Recep Paşanın oğlu, eski Köstendil Kaymakamı Hasan Paşa için yapıldığı anlaşılmaktadır (Bingöl, 2007: 398).

2.7. KASTAMONU İLİ

Bu bölümde Kastamonu ili genel bilgileri, kültürel ve tarihi değerleri ile inanca turizmi kaynakları hakkında bilgi verilecektir.

2.7.1. Kastamonu İli Genel Bilgiler

13.108 km² yüz ölçüme, 135 kilometrelik kıyı şeridine sahip olan Kastamonu, Ilgaz Dağları'nın eteklerinde, Kara Çomak vadisi üzerinde kurulmuştur. Denizden yüksekliği 775 metredir. Kastamonu; doğuda Sinop; batıda Bartın ile Karabük, güneyde Çankırı, güneybatıda Çorum illeri ile komşudur. Kastamonu'nun merkez ilçe, Abana, Ağlı, Araç, Azdavay, Bozkurt, Cide, Çatalzeytin, Daday, Devrekani, Doğanyurt, Hanönü, İhsangazi, İnebolu, Küre, Pınarbaşı, Şenpazar, Taşköprü ve Tosya olmak üzere toplam 19 ilçesi bulunmaktadır (Türker ve Çetinkaya, 2009: 356). Kastamonu nüfusu 2013 yılına göre 368.093 kişidir.

Kastamonu ili çoğunlukla engebeli arazilerden oluşmaktadır. İl bitki örtüsü ve flora bakımından zengindir. İlin yüzölçümünün % 64' lük bölümünü ormanlar, % 28' lik bölümünü ise tarım alanları oluşturmaktadır. İlin kuzeyinde Batı Karadeniz Dağları, karadeniz sahiline paralel olarak İsfendiyar (Küre) Dağları ve güneyinde ise Ilgaz Dağları uzanmaktadır (Yılmaz vd., 2014: 52). Yaralıgöz Dağı (1985 m.),

Göynük Dağı (1770 m.), Dikmen Dağı (1471m.), Kurtgirmez Dağı (1450 m.), Güruh Dağı (1493 m.), Ballıdağ (1400 m.), Isırganlı Dağı, Harami Dağı ve Elek Dağı ilin en önemli yükseltilerini oluşturmaktadır (KASKTM, 2014b).

Küre Dağları Milli Parkı, 34018.75 hektar alana sahip olup 40' a yakın memeli ve 129 kuş türünden oluşan fauna varlıkları, Valla ve Aydos Kanyonları, Ayı Gölü, trekking parkurları, şelaleleri ve doğal peyzaj güzellikleri ile çok fonksiyonlu bir gezi ve rekreasyon alanıdır. Ilgaz Dağı Kayak Merkezi ise, zengin orman varlıkları, kaynak suları, trekking, atlı kızak parkuru, 2587 m. rakımlı (Büyük Hacet Tepesi) ile yörenin ilgi çekici turizm merkezleri arasında yer almaktadır (Gürdal, 2001: 439).

Kastamonu'da bulunan akarsular Kızılırmak Nehrinin kollarıdır. Gökırmak, Devrekani ilçesinin kuzeyinden doğar. İlin orta kısmından batıya doğru akar. Bu ırmağa Daday, Karasu ve Akkaya çayları katılır. Kumluca'nın doğusundan Karadeniz'e dökülür. Ilgaz Dağlarının kuzey yamaçlarından doğan Araç Çayı; Ilgaz ilçesinden geçerek Tosya ilçesine ve Çorum iline geçer. Başlangıçta Ilgaz ismini alan çay Araç ilçesinden geçerken Araç ismini alır. Batıya akarak Karabük ilinde Soğanlı Çayı ve Yenice ırmağı ile birleşerek Filyos nehri olarak Karadeniz'e dökülür. (kastamonugezirehberi.com, 2010).

Kastamonu il sınırları içinde iklim genellikle birbirinden ayrılan iki özellik göstermektedir. Karadeniz sahil kesiminde ılıman bir hava egemenken Küre Dağları çevresinde sert bir kara iklimi hakimdir (Yılmaz vd., 2011: 52).

2.7.2. Kastamonu İli Tarihi ve Kültürel Değerler

Eski bir yerleşim alanı olan Kastamonu M.Ö. 18.yy.da Gas'ların yurdu olmuş, zamanla Hititler, Frigler, Kimmerler, Lidyalılar, Persler, Pontuslular, Romalılar ve Bizanslıların yönetimine geçmiştir. Romalıların bu yörede kurduğu Paflagonia isimli eyaletin merkezi olan Pompeipolis höyüğü bugünkü Taşköprü ilçesinde bulunmaktadır. Bizans hanedanı Komenoslar tarafından yapılan ve şehrin tarihsel çekirdeğini oluşturan Kastamonu kalesi, görkemli görüntüsüyle ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir (Şenol, 2008: 246).

Yüzlerce tarihi ve kültürel turizm olanağına sahip olan Kastamonu, açık hava müzesi özelliği taşımaktadır. Bölgede çok sayıda kaya mezarı, kale, cami, medrese,

türbe, köprü, höyük ve tümülüs bulunmaktadır. Bu yönü ile il merkezi ve ilçeler önemli turizm arzı oluşturmaktadır (Baldıran ve Ulubay, 2008: 432).

Kastamonu, geleneksel Türk evi ve yakın dönem Osmanlı mimarisi örneklerinin yoğun olarak bulunduğu ender illerden birisidir. Kentsel sit kapsamına alınmış olan Kastamonu, Taşköprü, İnebolu, Küre ve Abana'nın eski mahallelerinde Osmanlı mimari geleneğini yansıtan birçok tescilli taşınmaz eser bulunmaktadır (Kastamonu Valiliği, 2014a).

Çanakkale Savaşı ile birlikte Milli Mücadele'de çok önemli rol oynayan Kastamonu, bu savaşın kazanılmasında önemli bir etken olan İnebolu-Ankara lojistik hattında, İnebolu mavnacılarından başlayarak, kağnı kollarını çeken Şerife Bacılar, Halime Çavuşlar, Necibe Nineler ve 10 Aralık 1919 tarihinde Anadolu'nun ilk kadınlar mitingini yapan kadınlara kadar anıtsallaşan isimlere ve efsaneleşen olaylara da imza atmıştır (Kastamonu Valiliği, 2014a).

Kastamonu'nun binlerce yıllık kültür birikimi ve il sınırlarındaki coğrafi çeşitlilik, yemek kültürünün zenginliğine katkı sağlamıştır. Yapılan derleme çalışmalarında Kastamonu'da 812 çeşit yemek tespit edilmiş ve bu yemeklerden yaklaşık olarak 500 tanesinin Anadolu'nun diğer yörelerinde bilinmediği ortaya çıkmıştır (KASKTM, 2014b). Bandurma, ekşili pilav, ala pilav, çekme helva, simit tiridi, oğmaç çorbası, çırık tatlısı, köle hamuru, fincan böreği, haluçga, avuz ve şura yöreye özgü yemeklerden bazılarıdır (Baldıran ve Ulubay, 2008: 433).

Sirkeli Konağı, 75.yıl Cumhuriyet Evi, Sepetçioğlu Konağı, Konyalı Konağı, Tahirefendi (Osmanlı) Konağı, Livapaşa Konağı, Osmanlı Sarayı (Eski Belediye Sarayı), Eflanili Konağı, Kırkodalı Konağı, Yücebıyıkların Konağı, Toprakçılar Evi, El Sanatları Teşhir Merkezi, Zinciroğlu Konağı, Ellezler Konağı, Kent Müzesi, Nalbantoğlu Konağı, Mazlumcuoğlu Konağı yörenin tarihi evleri ve konaklarıdır (KASKTM, 2014b).

Yöresel kıyafetler açısından zengin bir yöre olan Kastamonu'da kadınlar, başlarına fes giyip üzerine yuvarlak kasnak geçirirler. Kasnak kenarlarını inci, altın veya boncuklarla süslerler. Bunların üzerine simli ve oyalı tülbentler, yüz kısmı açık bırakılacak şekilde örtülür. Sırtta çeşitli isimler alan gömlekler bulunur ve bunların üzerine işli ceket giyilir. Bele çok renkli kuşaklar takılır, bacaklara ince dantel veya

oya işi don, üzerine bol şalvar, ayaklara da mes ve çeşitli isimler de terlikler giyilir. Erkek giysileri yerini tamamen yeni biçimlere bırakmıştır. Eskiden başa renkli fes giyilir, üzerine ise ucu aşağıya doğru sarkıtılan yazma sarılırdı. Sırtta iç gömleği, bunun üzerinde içli çepken olur, belde renkli kuşak onun üzerinde de meşin silahlık bulunurdu. Bacaklara şalvar giyilirdi (Baldıran ve Ulubay, 2008: 434).

2.7.3. Kastamonu İli İnanç Turizmi Değerleri

Kastamonu'da Selçuklu, Candaroğulları ve Osmanlı dönemlerinden kalma pek çok cami ve türbe bulunmaktadır (Bingöl, 2007: 400).

2.7.3.1. Yılanlı Cami

Kastamonu merkezi Küpciğez Mahallesi Yılanlı Sokağında yer almaktadır. Moloz ve kesme taşlardan yapılmıştır. Çatısı ahşap üzeri kiremitle örtülüdür. 1210 yılında Abdülfettah-ı Veli Efendi tarafından yapılmıştır. 1827 yılında ortaya çıkan yangından sonra ikinci defa yaptırılmıştır. Caminin adının Yılanlı olmasının sebebi, vaktiyle burasının Kastamonu'nun içinde akmakta olan çayın kenarının yılanlık ve metruk bir yer olmasındandır (Çifci, 1995: 16-17).

2.7.3.2. Abdülfettah-ı Veli Türbesi

Türbe, Yılanlı Caminin doğusundadır. İçinde büyüklü küçüklü toplam 25 adet sanduka bulunmaktadır. Mihrabın hemen önünde ve cami tarafında bulunan, diğerlerinden daha büyük yapılmış olan bakır mahfaza içindeki sanduka Abdülfettah-Veli Efendiye aittir. Sandukanın başında merhum Hattat Emrullah Demirkaya tarafından yazılmış olan çerçeveli levhada Abdülkadir Geylani hazretlerinin Hazreti Ali'ye ulaşan şeceresi yazılıdır (Çifci, 1995: 17).

Bu zatın apaçık bir kerameti, Beni İsrail'e (İsrail Oğulları) geldiği gibi gökten maide (ziyafet, üzerinde nimetler bulunan sofraya) gelmesidir. Bir defasında, halen medfani (mezarlık) civarında bulunan bir taş üzerine de maide inmiştir. Maide, özellikle Cennet-i A'la'dan balık olarak inerdi. Bundan yemek yiyenler dört-beş ay yemek yemezlerdi. Bir gün Abdülfettah'a Abdülkadir Geylani Hazretlerinin ruhaniyetleri gelerek "böyle maide yemekle hayat sürmekten bizzat çalışıp kazanarak yaşasan daha iyi ve aynı zamanda sünnettir. İhtimaldir ki etbainizla bu maidenin şükrünü ifa edemezsiniz" buyurdular. Abdülfettah Hazretleri "Ey efendim! ne ili

meşgul olayım?” dediğinde, “Habbetü’r reum ekiniz” buyurdular. Bu emir üzerine habbetü’r-revm ziraatine başladılar. Habbeturrevm kendir tohumudur. Bu toprağın bu ziraata uygun olduğunu Abdülkadir Geylani Hazretlerinin torunları Abdülfettah Hazretlerine açıklamışlardır. Günümüzde kısmende olsa kendir ziraati yaygındır. Taşköprü ilçesinde kendir fabrikası halen faaliyet göstermektedir (Kastamonu İl Özel İdaresi, 2008).

2.7.3.3. Nasrullah Cami

Kastamonu merkezinin tam ortasında aynı adla anılan meydandadır. Şehrin adıyla bütünleşmiş, sembol haline gelmiş bir eserdir. Mimari güzelliği ve heybeti ile Osmanlının bıraktığı güzel eserlerden biridir (Resim 14). Çevresinde bulunan medreselerle birlikte geçmişinde ilim ve kültür tarihimizde merkezi olan Nasrullah, aynı zamanda ilin en büyük ve en çok cemaati olan camisidir (Şenol, 2008: 248).

Caminin kitabesinde, caminin Sultan II. Beyazid döneminde Nasrullah Kadı tarafından yaptırıldığı ifade edilmekte olup hem padişaha hem de yaptırana dua edildikten sonra yapılışının 912/1506 tarihine rastladığı belirtilmektedir (Çıfci, 1995: 20).

Resim 14. Nasrullah Kadı Külliyesi



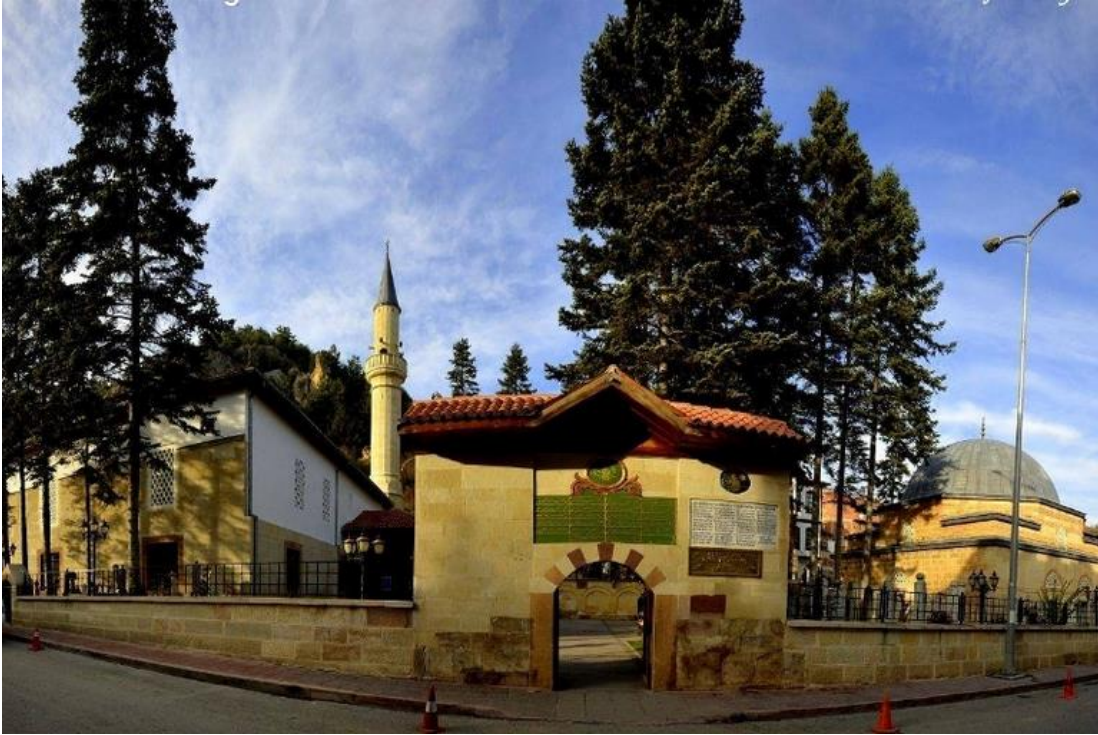
Kaynak: KASKTM, 2014c.

Milli Mücadele yıllarında Anadolu'yu dolaşarak Kurtuluş Savaşı'na destek toplayan Türk milli şairi Mehmet Akif Ersoy; 19 Ekim – 24 Aralık 1920 tarihleri arasında Kastamonu ve ilçelerinde çalışmalar yapmış ve Milli Mücadele'nin manifestosu niteliğindeki vaazını Nasrullah Cami'sinde vermiştir. İstiklal Marşı da ilk kez burada okunmuştur (Kastamonu Valiliği, 2014a).

2.7.3.4. Şeyh Şaban Veli Cami

Şeyh Şaban Veli, Kastamonu Halveti tarikatını kuran bir velidir. Şücaüddin, Asitane veya Hz. Pir gibi isimlerle anılan cami, Seyyid Sünneti Efendi tarafından 1490 Miladi yılından önce yaptırılmıştır (Resim 15). 1580 yılında Sultan 3. Murat'ın hocası ve mürşidi Şuca Efendi, Seyyit Sünneti Efendi mescidini genişleterek bugünkü camiye yaptırmıştır (Bingöl, 2007: 401).

Resim 15. Şeyh Şaban-ı Veli Cami ve Türbesi



Kaynak: Kastamonu Valiliği, 2014b.

Cami, moloz taşı ve kesme taştan harçla yapılmıştır. Özellikle kapısı kesme tekniği ile işlenmiş, sedef kakma süsleri ile az bulunur bir şaheserdir. Aynı zarafete sahip vaaz kürsüsünü 1641 yılında Hasan Çelebi'nin yaptığı, kürsünün yan cephelerindeki yazılardan ve mısralardan anlaşılmaktadır (Çifci, 1995: 39).

2.7.3.5. Şeyh Şaban Veli Türbesi

Şaban Veli külliyesinin önemli unsurlarından birisidir. Ömer Kethüda ve Ulema ile halk tarafından 1611 yılında yaptırılmıştır. Sultan Ahmed'in şehzadesi Sultan Osman zamanında Ömer Kethüda yapımına başlamış, ancak yersiz harcama ve israf bahanesiyle Nasuh Paşa tarafından idam edilince inşaat yarım kalmıştır. İki yıl sonra ulema ve halkın katkıları ile tamamlanmıştır. Türbeye doğu tarafından açılan tali kapı, Vezir Kurşuncu zade tarafından 1618 yılında yaptırılmıştır (Resim 15) (KASKTM, 2014d).

Türbenin içinde 16 adet tahta sanduka bulunmaktadır. Pirinç mahfaza içine alınmış olanı Şeyh Şaban Veli'ye aittir. Diğer 15 sandukadan 13 tanesi dergahta şeyhlik yapan kişilere iki tanesi de Şaban Veli'nin ibrikdar ve peşkirdarına aittir (Çifci, 1995: 40-42).

Şeyh Şabân-ı Velî Kastamonu'da yetişen din büyüklerinin başında gelmektedir. Halvetilik'in (Halveti Tarikatı) Şabâniyye kolunun kurucusu olan Şeyh Şabân-ı Velî'nin doğum tarihi hakkında net bir bilgi olmamakla birlikte 15. yüzyılın son çeyreğinde Kastamonu'nun Taşköprü ilçesinde dünyaya geldiğinden bahsedilmektedir. Şeyh Şabân-ı Velî'nin en önemli kerâmetleri arasında hiç şüphesiz "asa suyu" gelmektedir. Bu suyun ortaya çıkışı hakkındaki anlatılanlar ise şu şekildedir: "Hz. Pîr'in sabah namazını tayy-ı mekân ederek (mekanı aşarak aynı anda başka mekanlarda görünebilmek) Kabe'de kıldığını söylenmektedir. Fakat buna onun çevresinde bulunan kişiler inanmamakta ya da inanmak istememektedirler. Eğer her sabah namazını Beytullah'ta kılıp geliyorsa, kendilerinin de buna inanabilmeleri için Şeyh Şabân-ı Velî'den, Kabe'den kendilerine zemzem getirmesini isterler. Bunu duyan Şeyh Şabân-ı Velî şimdi yanında ev bulunan külliyenin önündeki kayalıkların dibine asasını vurur ve vurduğu yerden "asa suyu" çıkar. Bu sudan kırk gün içenlerin dilekleri kabul olacağına inanılır (Atlı, 2010: 56-57).

Kastamonu'da geleneksel hale gelmiş olan "Şeyh Şaban-ı Veli ve Kastamonu Evliyalarını Anma Haftası" her yıl Mayıs ayının birinci haftasında kutlanmaktadır (Bingöl, 2007: 401).

2.7.3.6. Benli Sultan Türbesi

Banisi ve bina tarihi bilinmemektedir. Türbenin içinde yedi ve ön tarafında üç adet olmak üzere toplam on adet sanduka vardır. Sandukalardan biri Halveti Şeyhi Mehmet Muhittin Efendi'ye, biri demirci ustası ve Benli Sultan'ın müritlerinden Mehmet isimli bir zata, bir diğeri Şeyh Mehmet Şani Efendi' ye ve bir diğeri de Benli Sultan'dan sonra yerine Şeyh olan oğlu Mahmut Efendi'ye aittir (KASKTM, 2014e).

Benli Sultan Hazretleri büyük bir veli olup irşat (doğru yolu göstermek) ve keramet ehlidir. İsmi Kastamonu'nun dışına taşmış 4 veliden biri olarak kabul edilmektedir. Yörede kimilerinin Şeyh Şaban-ı Veli'nin kardeşi, kimilerinin ise yakın dostu olarak inandığı Benli Sultan ise Şeyh Şaban-ı Veli'den sonra en çok bilinen, kerametine en çok inanılan velidir (KASKTM, 2014e).

2.7.3.7. İsmail Bey Cami

Kastamonu merkezinin İsmailbey Mahallesinde ve Şehinşah kayası üzerinde 1443- 1461 yıllarında hüküm sürmüş Candaroğulları beylerinden İsmail Bey adına yapılmıştır. Doğusundan bakıldığında küçük bir kaleyi andıran Şehinşah Kayasının üzeri düzlenerek temel kazısı yapılmaksızın sert taş üzerine kurulduğundan halk arasında "Temelsiz Cami" olarak da bilinir (Çifci, 1995: 53-54).

Kudretli bir alim olan İsmail Bey, İslam dünyasında şöhret olmuş bütün alimleri etrafında toplayarak kendilerine sınırsız bir çalışma ortamı sağlamıştır. Bu alimler, Fatih Sultan Mehmet'in birkaç misli ücret teklifini ve İstanbul'a davetini kabul etmeyip, İsmail Bey'in yanında kalmayı tercih etmişlerdir (Güzey, 2010: 682).

2.7.3.8. İsmail Bey Türbesi

İsmail Bey külliyesinin batı köşesinde yer almaktadır (Çiftçi, 1995: 59). Türbede bulunan üç mezardan ikisi ahşap sanduka, birisi şahideleri yazısız bir lahid olup kimlere ait oldukları belli değildir. Diğer beş lahdi ise; Ulemadan Seyyid Ali Acemi, Ulemadan Safiyyüddin Efendi, İsmail Bey' in oğlu İshak Bey, Ayşe Hatun ve İsmail Bey' in kızı veya kız kardeşi olan Azade Hatun'a aittir (Şenol, 2008: 248).

2.7.3.9. Yakup Ağa Cami

Alacamescit Mahallesi, Kefeli yokuşunun başında yer almaktadır. Külliye yer alan imaret kısmı nedeniyle halk arasında "Ağa İmaretı" olarak bilinmektedir. Kanuni Sultan Süleyman'ın hazine reisi Abdurrahman oğlu Yakup Ağa tarafından 1457 yılında yaptırılmıştır. Kastamonu'da Osmanlı İmparatorluğunun ihtişamını yansıtan eserler arasında önemli bir yere sahiptir (Şenol, 2008: 248).

2.7.3.10. Atabey Gazi Cami

Çobanoğulları dönemine ait bu cami, Kastamonu merkezinde ve kalenin tam altında, Atabey Mahallesi, Kefeli Sokağında yer almaktadır. 1273 yılında Atabey Muzaffereddin Yavlak Aslan Bey tarafından yaptırılmış olup şehrin bilinen en eski camilerinden biridir (Gürdal, 2001: 438).

2.7.3.11. Şeyh Ahmet Cami

Merkeze bağlı Gölköy'ün orta mahallesinde yer alır. Moloz taşı ve kerpiç malzemeden yapılmış olan caminin, Kastamonu'nun en eski camilerinden biri olduğu sanılmaktadır (KASKTM, 2014f).

2.7.3.12. Halil Bey Cami

Cami, Kastamonu - İnebolu yolunun 12. kilometresinde bulunan Duruçay Köyündedir. Kitabesine göre 1363 tarihinde Emir-ül Kebir Halil Bey Bin İsmail tarafından yaptırılmıştır. Candaroğullarının ilk dönemine ait olan cami tarihi ve mimari açıdan önem taşımaktadır. Caminin son cemaat yeri iki adet yivli sütun ve üç kemerden oluşmakta olup sütunların üzerinde ve cami duvarlarının bazı kısımlarında bulunan sütun başlıklarının Bizans dönemine ait bir binadan alınıp burada kullanıldığı sanılmaktadır (Çifci, 1995: 96).

Duruçay Köyüne halk arasında "Camili Köy" denilmektedir. Bu ismin Müslüman Türklerin bölgeye yerleştiği dönemin başlarında köyün, cami bulunan nadir yerleşim yerlerinden birisi olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir (Çifci, 1995: 98).

2.7.3.13. Honsalar Cami

Cami, Kastamonu merkezi Honsalar Mahallesinin aynı isimli caddesi üzerindedir (KASKTM, 2014f).

Yapılış tarihi kesin olarak bilinmemekle birlikte Candaroğlu İsfendiyar Bey döneminde var olduğu tahmin edilmektedir. Çünkü İsfendiyar Bey ile Osmanlı hükümdarı Çelebi Mehmet arasında geçen savaşlardan birini anlatan tarihi belgelerde adı geçmektedir. Binanın kitabesi yoktur. Bununla birlikte mimari yapısı ve özellikle minare şeklinin Selçuklu dönemi özellikleri göstermesi nedeniyle caminin Selçuklu dönemine ait olduğu sanılmaktadır (Çifci, 1995: 99).

Honsalar Cami haziresi içerisinde, günümüze sağlam olarak ulaşabilmiş toplam 14 mezar yer almaktadır. Bu mezarların tamamı açık sandık mezar (sembolik lahit) biçimindedir. Bu mezarlardan 1 tanesi kadın mezarı, diğer 10 tanesi ise erkek mezarıdır. Diğer 3 mezar ile ilgili ise herhangi bir araştırma bulunmamaktadır (Yeni, 2013: 1).

2.7.3.14. İbn-i Neccar Cami (Eligüzel Cami)

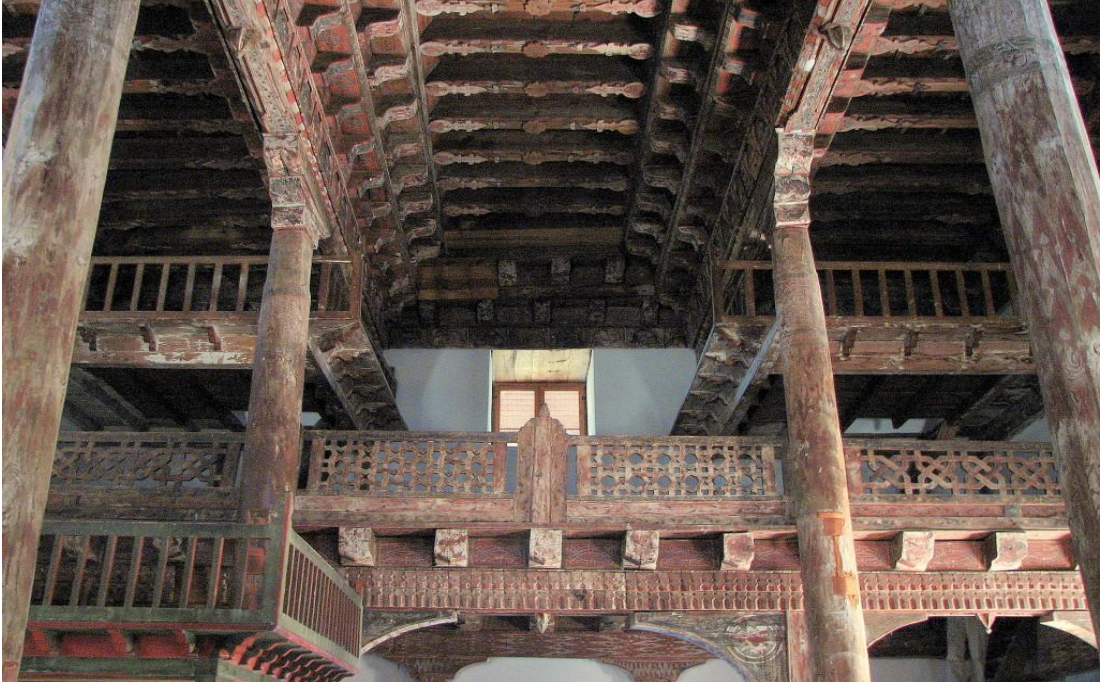
İbn-i Neccar (Yavuz Selim) Mahallesinin Eligüzel sokağı köşesinde ve kalenin güney-doğu ucunda yer alır. 1353 yılında yapılmıştır (Şenol, 2008: 248). Kastamonu'da Candaroğulları dönemine ait ilk cami olma özelliğine sahiptir. Tamamı kesme taştan inşa edilmiştir. Caminin en önemli kısımlarından biri de kapısıdır. Ahşaptan çift kanatlı ve tamamen oyma olan bu kapı Türk oyma sanatının bir şaheseri niteliğindedir. Caminin kitabesi mevcuttur (Çifci, 1995: 101-102).

2.7.3.15. Mahmut Bey Cami

Cami, Kastamonu'nun 15 km. kuzey batısındaki Kasaba Köyünde yer almaktadır. Ahşap işleme ve süsleme unsurlarıyla sanat tarihi derslerine konu olmuştur. Cami kitabesinden anlaşıldığı üzere 1366 tarihinde Candaroğlu Adil Bey'in oğlu Mahmut Bey tarafından yaptırılmıştır (Şenol, 2008: 248).

İç kısmı ahşaptan olan caminin tavanı görülmeye değerdir. Hiç çivi kullanılmadan yapılmıştır (Resim 16) (Çifci, 1995: 106). Mahmut Bey Cami, 2014 yılında UNESCO (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü) Dünya Miras Geçici Listesi'ne alınmıştır.

Resim 16. Mahmut Bey Cami İç Kısım



2.7.3.16. Musa Fakih (Zihnizade) Cami

Hisarardı Mahallesi, Gümüşlüce Caddesi üzerindedir. Kitabesi olmadığından yapılış tarihi kesin olarak bilinmemekle birlikte aynı isimli türbeden anlaşıldığı üzere Musa Fakih'in, Candaroğulları döneminde yaşamış ve İsmail Bey zamanı ulemasından olduğu dikkate alındığında caminin 1460'lı yıllarda yapıldığı tahmin edilmektedir (Çifci, 1995: 108).

2.7.3.17. Ferhat Paşa (Hacı Kadı) Cami

Cebrail Mahallesi, Uzun Sokak üzerindedir. Halk arasında Hacı Kadı Cami adı ile bilinmektedir. Camii 1559 yılında Ferhat Paşa tarafından yaptırılmıştır. Cami keme ve moloz taştan inşa edilmiştir. Cami; 1780, 1815, 1958 yıllarında onarım görmüştür (Türkiye Kültür Portalı, 2013).

2.7.3.18. Küpciğez Cami

Küpciğez Mahallesi, İnönü Caddesi üzerindedir. Ahi Ali adlı bir hayırsever tarafından yaptırılmıştır. Yapılış tarihi bilinmemektedir. Ancak 1675 tarihli şer'iyeye siciline göre bu tarihte var olduğu bilinmektedir (Çifci, 1995: 124).

2.7.3.19. Rüstem Paşa (Menekşe-Mahmut Efendi) Cami

Cami, merkeze 15 km. uzaklıktaki Talipler köyü sınırları içindeki Menekşe Dağı mevkiindedir. Bulunduğu konum itibariyle halk arasında Menekşe Cami olarak da bilinir. Cami, 1530 yıllarında aynı yerde bulunan Nakşibendi Tekkesinin şeyhi Mahmut Efendi adına yaptırılmıştır. Taş süsleme unsurlarının dikkat çektiği caminin minberi ilgi çekicidir. Minberin kible duvarı tarafındaki alt kısımda bulunan süslü ve kemerli kapının tam ortasında kabartma tekniği ile işlenmiş üçgen ve yıldızlardan oluşan Nakşibendi Tarikatının arması bulunmaktadır (Çifci, 1995: 127-128).

2.7.3.20. Saray (Muharrem Efendi) Cami

Cebrail Mahallesi, Sucuoğlu Sokağındadır. Muharrem Efendi tarafından 1575 yılından önceki bir tarihte yaptırılmıştır. Kastamonu'lu Mehmet Efendinin oğlu olan Muharrem Efendi, zamanın ulemalarından eğitim almış bir müderristir. Kanuni Sultan Süleyman tarafından 1556 yılında Süleymaniye Caminin ilk vaizi olarak göreve getirilmiştir (Çifci, 1995: 130).

2.7.3.21. Sinan Bey Cami

Beyçelebi Mahallesinde yer almaktadır. Gerek tarihi değeri gerekse mimari özelliği ile önemli eserlerden biridir. Kitabesi bulunmadığından kapının iç tarafında yer alan ve kubbe kaidesini dolaşan yazının imza kısmında görülen 1571 tarihi, yapılış tarihi olarak kabul edilmektedir. Banisi hakkında belge bulunmamakla beraber tarihin seyri göz önüne alındığında caminin Koca Sinan Paşa lakaplı devlet adamı tarafından yaptırılmış olduğu anlaşılmaktadır. Sinan Paşanın Sancak Beyliği yaptığı dönem ile caminin yapılış tarihi aynı zamana rastlamaktadır (Çifci, 1995: 133).

2.7.3.22. Topçuoğlu Cami

Topçuoğlu Mahallesi, Topçuoğlu Sokağı'nda bulunan bu caminin kitabesi bulunmadığından yapım tarihi bilinmemektedir. Mimari yapısından 15. yy'ın ikinci yarısında yapıldığı anlaşılmaktadır. Şer'iyye sicilleri'nde de 1845-1846 yıllarında onarıldığı yazılıdır (Türkiye Kültür Portalı, 2014).

2.8. SİNOP İLİ

Bu bölümde Sinop ili genel bilgileri, kültürel ve tarihi değerleri ile inanç turizmi kaynakları hakkında bilgi verilecektir.

2.8.1. Sinop İli Genel Bilgiler

Sinop, Karadeniz kıyı şeridinde Boztepe Burnu ve Yarımadası üzerinde kurulmuştur. İlin yüzölçümü 5862 km² olup Türkiye topraklarının %0.8' ini kaplamaktadır. Batısı Kastamonu, güneyi Çorum, güneydoğusu Samsun illeri, kuzeyi ise Karadeniz ile çevrilidir. 475 km uzunluğundaki sınırlarının 300 km' si kara, 175 km' si ise deniz kıyısıdır. Sinop'un merkez ilçe, Ayancık, Boyabat, Dikmen, Durağan, Erfelek, Gerze, Saraydüzü ve Türkeli olmak üzere dokuz ilçesi bulunmaktadır. Sinop nüfusu 2013 yılına göre 204.568'dir Şehrin kuzeybatısında Akliman, güneydoğusunda ise iç liman yer almaktadır. Kuzeybatısındaki Akliman ve Hamsilos Koyu, eski çağlardan bu yana barınak yeri olarak kullanılmaktadır (SKTM, 2014b).

Sinop coğrafyasında dağlar denize paralel olarak uzanmış olup, kuzeybatıda yükselen dağlar merkez ilçe sahillerine 9-10 km yaklaştıkça alçalır ve sahil ovaları meydana getirir. En yüksek tepeler Ayancık'ta Çangal (1605 m) ve Boyabat'ta Dranaz'dır (1345m). Boyabat-Durağan yöresindeki Kızılırmak vadisi dışında önemli bir vadi yoktur. Sinop ve Boyabat düzlükleri en önemli ova benzeri yerlerdir. Önemli akarsulardan Gökırmak, Boyabat ovasını sulayıp Kızılırmak'a karışır. Çatalzeytin, Ayancık, Karasu, Kanlıçay (Güzelceçay) ve Kabalı Çayları Karadeniz'e dökülür (SKTM, 2014b).

Fazla geniş olmayan bir kıyı kesiminin ardından yükselen dağların üst kısımlarında yer yer ormanlarla çevrili yaylalar görülür. En önemli yaylalar Mehmetli, Aluç, Darıözü, Yaylacık, Sakızlı, Yassıalan, Düdekoğlu, Sucuoğlu, Çan, Altınyayla, Kocaoğlu'dur (Türker ve Çetinkaya, 2009: 531).

Sinop, ağırlıklı olarak Karadeniz iklimi özellikleri gösterir. İlde mevsimler arası sıcaklık farkları fazla değildir. Sinop'un kuzey kesiminde Karadeniz iklim tipi egemendir. İlin güney kesimlerinde ise kıyıya koşut olarak uzanan dağlar nedeniyle, Karadeniz ikliminin etkisi giderek azalmaktadır (Yılmaz vd., 2011: 72).

2.8.2. Sinop İli Tarihi ve Kültürel Değerler

Zengin bir kültür hazinesine sahip olan Sinop, Anadolu'nun en eski şehirlerinden biri olup, ilin ilk yerleşme tarihi ilk Tunç Çağı ile başlamıştır. Coğrafi konumu nedeniyle antik çağlardan beri deniz ve ticaret kenti olan Sinop'ta Karadeniz'e hakim olmak isteyen bütün kavimler çeşitli kalıntılar bırakmışlardır. Bir Helen kolonisi olarak kurulan ve Antikçağ'da Karadeniz'in en önemli kenti olan Sinop, Helenistik dönemde Anadolu'nun yerli kültürleriyle Helen ve Pers kültürlerini birleştirmek isteyen Pontus Devleti'nin de başkentlerinden biri olmuştur. M.Ö. 70 yılında Romalıların, M.S. 395 yılında Bizanslıların, 1214 yılında Selçukluların, 1461 yılında Osmanlı İmparatorluğu'nun hakimiyetine giren Sinop, Bizans döneminde Ortodoks Hıristiyanlığı'nın etkisiyle dilde ve kültürde Helenleşmiştir. Türk egemenliğine geçişle yayılmaya başlayan Türk- İslam kültürü ise, günümüzdeki yapının temelini oluşturmuştur (Şenol, 2008: 254).

Çok eski bir tarihe sahip olan Sinop'ta milattan önceki yüzyıllardan Osmanlı dönemine kadar çok sayıda eser bulunmaktadır. İldeki tarihi değerleri Ayancık, Boyabat ve Durağan ilçelerindeki kaya mezarları, Sinop merkez ve Ayancık'taki kiliseler ve Boyabat ve Sinop Kaleleri ile Sinop merkezde yer alan Sinop Müzesi, Cezaevi, Paşa ve Korucuk Tabyaları olarak sıralamak mümkündür. Ayrıca Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde yaptırılmış çok sayıda cami, medrese, kervansaray ve çeşme de ildeki tarihi turizm potansiyelini oluşturmaktadır (Şenol, 2008: 254).

Sinop Kalesi, M.Ö. 7.yy.da şehrin korunması amacıyla yarımada üzerinde yaptırılmış ve Roma, Bizans ve Selçuklu dönemlerinde kullanılmıştır. Tersane bölgesinde ve iç kalenin ortasında etrafı yüksek kale bentleriyle çevrili olan alan, 1877 yılından itibaren Osmanlılar tarafından cezaevi olarak kullanılmaya başlanmış ve bu durum Cumhuriyet döneminde de bir süre devam etmiştir. Sinop Müzesinde il ve çevresinde bulunan Prehistorik, Helenistik, Roma ve Bizans dönemlerine ait eserler ve ikonalar sergilenmektedir (Baldıran ve Ulubay, 2008: 415).

Büyük İskender'e: "Gölge etme, başka ihsan istemem" diyen ünlü Yunan filozof Diyojen (MÖ 412-323) Miletoslular tarafından kurulan antik dönemin bu önemli kentlerinden Sinop'ta dünyaya gelmiştir (Türker, Gül ve Yıldırım, 2011: 612).

İl merkezinde görülen önemli el sanatlarından birisi gemi modelleri yapımıcılığıdır. 1950'li yıllardan bu yana gemi ve kotra modelleri yapılarak yöreye gelen yerli ve yabancı turistlere hediyelik eşya olarak satılmaktadır. Sinop dokumacılığın da gelişmiş olduğu bir ildir. Ayancık ilçesinde keten üretimi yapılmakta ve keten dokunmaktadır. Günümüzde yalnız bir kaç kişi tarafından icra edilen bu iş ipin çeşitli işlemlerden geçirilerek “düzen” adı verilen dokuma tezgahlarında 30, 40 veya 50 cm eninde dokunması ile yapılmaktadır. Çember yörede çok eskiden beri dokunan ve başörtüsü olarak kullanılan bir dokuma türüdür. Özellikle Boyabat, Durağan ve Saraydüzü ilçelerinde sıklıkla görülmektedir. Günümüzde hala başörtüsü olarak kullanılmaya devam eden çember, bu işlevinin yanı sıra masa ve sehpa örtüsü olarak, ayrıca gömlek, bluz gibi elbise yapımında ve elbise aksesuarı olarak da kullanılmaktadır. Sinop'ta 1890 yılından başlayarak Özekeş ailesinin dört kuşaktır devam ettirdiği el yapımı bıçaklar Sinop'un bugün başta gelen el sanatlarından biri olmuştur. Bıçakların yapımında yüksek karbonlu İsveç takım çeliği, saplarının yapımında ise manda, geyik boyunuzu, gül ağacı kökü kullanılmaktadır (SKTM, 2014b).

Kültürel çeşitlilik yöre mutfağında daha çok ortaya çıkmaktadır. Nokul, içli tava, içli etli hamur (kulak hamuru), mısır çorbası gibi yöreye özgü yemekler kültürel değerler arasında yer almaktadır (Baldıran ve Ulubay, 2008: 416).

Sinop, deniz ve kültür etkinlikleri kapsamında daha çok Temmuz ayında festival ve şenliklere sahne olmaktadır. Bunlardan Sinop festivali, Ayancık Keten Festivali ve Gerze Deniz Şenlikleri yörenin tanıtımı açısından önemlidir. Ayrıca ekonomik kaynaklı yerel panayırlar tarımsal ürünlerin değerlendirilmesi ve çeşitli eğlence, sportif karşılaşmaların yapılması da bölge turizminin gelişmesi açısından önem arz etmektedir (Baldıran ve Ulubay, 2008: 416).

2.8.3. Sinop İli İnanç Turizm Değerleri

Sinop, İslam kültür tarihi açısından önemli bir kentimizdir. İlde çok sayıda cami ve türbe bulunmaktadır (Bingöl, 2007: 409).

2.8.3.1. Alaeddin Cami

Selçuklular dönemine ait olan cami 1214 yılında yaptırılmıştır. Kent merkezinde yer almaktadır (Altan, 2007: 32). Cami; enine plan ve geniş avlu özelliğiyle Erken Dönem İslam Cami şemasına benzemektedir (Bingöl, 2007: 409).

2.8.3.2. Cezayirli Ali Paşa Cami

Selçuklular dönemine ait olan bu yapı Seyyid Bilal Türbesi'nin bitişiğinde yer almaktadır. 1876 yılında Ali Paşa, 1898 yılında da Sultan Abdülhamit tarafından onartılmıştır (Altan, 2007: 326).

2.8.3.3. Fetih Baba Mescidi

1353 yılında İsmail bin Uslu Bey tarafından yaptırılmıştır. Sonraki yıllarda harabe haline gelen cami, Fetih Baba adında tasavvuf ehli bir kişi tarafından onarılmış ve ibadete tekrar açılmıştır. Candaroğulları zamanına ait mermerden yapılmış olan süslü ve küçük olan mihrabı ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir (Altan, 2007: 326-327).

2.8.3.4. Hacı Ömer (Tersane / İskele / Gümrük) Cami

Tersane mevkiindedir (SKTM, 2014c). Caminin ilk defa 1145 (hicri) - 1733 yılında Karpuzcuoğlu Mehmet Ağa tarafından yaptırıldığı, Çerkez Ömer Bey tarafından yeniletirildiği yönünde görüşler ileri sürülmektedir. Caminin yerinde ilk olarak İsmail Ağa Cami olarak bilinen ahşap bir cami yapıldığı, İskele Caminin kaynaklarda bir diğer adının 'Gümrük Cami' olarak geçtiği de ileri sürülen görüşler arasındadır. Neo-Gotik görünümlü yapının Sinop tersanesinde çalışanların ibadet ihtiyaçlarına hizmet verdiği sanılmaktadır (envanter.gov.tr, 2014).

2.8.3.5. Kale yazısı (Mehmet Ağa) Cami

1651 senesinde Mehmet Ağa tarafından yapımına başlanmış, 1909 yılında da ahali tarafından tamir edilerek yenilenmiş ve kuzeybatı köşesine bir minare eklenmiştir. Yapı, Sinop'ta Osmanlı döneminde görülen ahşap çatılı ve dikdörtgen planlı cami şemasının tipik bir örnektir. 2009 yılında onarım geçirmiş olan yapının güney tarafındaki hazirede 6 adet mezar bulunmaktadır (SKTM, 2014c).

2.8.3.6. Kefevi Cami

Şeyh Mahmut Çelebiyyül Kefevi; 1575 senesinde Sinop'a kadı olarak gelip görevini bıraktıktan sonra bu camiyi yaptırmıştır. Yapı, daha sonra 1895 senesinde Mutasarrıf Bekir Paşa tarafından tamir ettirilmiştir. 1581 senesinde vefat etmiş olan Mahmut Çelebiyyül Kefevi Hazretlerinin kabri, Camin güney tarafındaki bahçe içerisinde bulunan hazirede yer almaktadır. Camin kitabesi, batı duvarındaki giriş kapısı üzerinde bulunmaktadır (SKTM, 2014c).

2.8.3.7. Meydankapı (Süleymaniye) Cami

Meydankapı Sakarya Caddesi mevkiindedir. Caminin ilk yaptıranın Şeyh Ömer Efendi olduğu ve yapımı için 1723 tarihi verilse de caminin yapım kitabesi yoktur. 1877 yılında Mutasarrıf Ahmet Kemal Paşa tarafından; Kanuni Sultan Süleyman adına İçkalede mevcut olup harap olan camii şerifin vakfiyesi ve cami tamir edilmiş ve bu onarıma istinaden Sultan Süleyman'ın adına izafeten Süleymaniye Camisi olarak anılmaya başlanmıştır (Bingöl, 2007: 410).

2.8.3.8. Saray Cami

1374 yılında Candaroğulları Beyi Sultan Celaleddin Beyazıt döneminde yaptırılmıştır (Gürdal, 2001: 450). Kareye yakın dikdörtgen planlı olup üzeri bir kubbe ile örtülüdür. Saray Cami, Sinop'ta bu plan tipinin en büyük örneğidir (Bingöl, 2007: 410).

2.8.3.9. Seyyid İbrahim Bilal Türbesi

Ada Mahallesi'nin üst kısmında, geniş bir alan içerisinde, Cezayirli Ali Paşa Camisi'nin bitişiğinde yer almaktadır. Türbenin, Yaş Bey diye anılan Hoca Ebubekir oğlu, Oğul Beyoğlu, Koçkad oğlu, İlbasmış'ın oğlu Emir Tayboğa için; oğlu Emir Beklemiş tarafından 1280 yılında yaptırıldığı ortadaki taş sandukanın kitabesinden anlaşılmaktadır. Türbedeki kenarları kafesle çevrili, kitablesiz ahşap sandukanın Seyit İbrahim Bilal'e ait olduğu tahmin edilmektedir (SKTM, 2014c).

Seyit Bilal Hazretleri peygamber soyundan gelen bir İslam ulusudur. Hazreti Muhammed'in torunu Hazreti Hüseyin'in torunu olan Seyit Bilal Hazretleri 12 imam neslinden bir Alevi önderi olarak Sinop'un manevi bekçilerinden biridir (Kılıç, 2013:1).

2.8.3.10. Yeşil Türbe

Alâeddin Camin doğusunda ve Sakarya Caddesi üzerinde yer alan türbe Candaroğulları dönemine aittir. İçerisinde 5 adet sanduka bulunmakta olup bu sandukaların üzerleri ahşap kafeslerle kapatılmıştır (Altan, 2007: 327).

2.8.3.11. Gazi Çelebi Türbesi

Süleyman Pervane Medresesi'nin sağındaki küçük bahçe içinde yer almaktadır. Pervaneoğulları'nın son hükümdarı olan Gazi Çelebi 1322 yılında vefat etmesi üzerine buraya defnedilmiştir (Altan, 2007: 327).

2.8.3.12. Sultan Hatun (Aynalı Kadın) Türbesi

Arkeoloji Müzesi bahçesinde bulunan ve halk arasında “Aynalı Kadın Türbesi” adıyla bilinen yapı; kemerli kapı girişin üzerinde bulunan kitabeye göre 1395 yılında inşa ettirilmiş olup içerisinde bulunan 3 adet sandukadan birisi (büyük ihtimalle en büyüğü) 1395 tarihinde vefat eden Osmanlı Padişahı Orhan Bey’in oğlu Süleyman Paşa’nın kızı Sultan Hatun’a aittir. Sultan Hatun, aynı zamanda Candaroğlu Beyi Süleyman Paşa’nın da karısıdır. Diğer kabirlerin kime ait olduğu bilinmemektedir (SKTM, 2014c).

2.8.3.13. Candar (İsfendiyar) Oğulları Türbesi

Alâeddin Camisi'nin avlusunda kuzeydoğu köşesinde bulunan Türbe, Candaroğulları’ndan Celalettin Beyazıt ile oğlu İsfendiyar ve İsfendiyar’ın oğlu İbrahim Bey’ler ile bu aileye mensup kişilerin kabirlerinden oluşmaktadır. Kitabesi olmayan türbenin hangi tarihte ve kimin tarafından yaptırıldığı bilinmemektedir. Vakfiyesi “İbrahim Bey” adına kayıtlıdır (Altan, 2007: 327).

2.8.3.14. Çeçe Sultan Türbesi

Gerze ilçesi Yenikent Beldesi sınırları içerisinde bulunan Çeçe Sultan Türbesi Selçuklular döneminden kalma tek katlı ve tek mekânlı bir yapıdır. Ön cephenin sağ kenarında küçük boyda, kenarı kesme taştan yapılmış kemerli bir giriş kapısı bulunmaktadır. Kapı üzerinde küçük ebatta dikdörtgen şeklinde taş üzerine Selçuklu yazı stilinde yazılmış bir kitabesi bulunmaktadır (SKTM, 2014c).

2.9. ZONGULDAK İLİ

Bu bölümde Zonguldak ili genel bilgileri, kültürel ve tarihi değerleri ile inanç turizmi kaynakları hakkında bilgi verilecektir.

2.9.1. Zonguldak İli Genel Bilgiler

Karadeniz'e kuzeyden ve batıdan kıyısı olan Zonguldak, 3.481 km² alanı ile doğuda Karabük'e, kuzeydoğuda Bartın'a, batıda Düzce'ye ve güneyde Bolu'ya komşu olan bir ildir. İlçeleri merkez ilçe, Alaplı, Çaycuma, Devrek, Ereğli ve Gökçebey'dir. Kuzeybatı Anadolunun büyükçe bir ili iken, 1991'de Bartın ve 1995 yılında da Karabük'ün ayrılmasıyla küçülen Zonguldak, doğuda Sazköy'den batıda Akçakoca'ya kadar uzanan 80 kilometrelik bir kıyı şeridinde sahiptir (Türker ve Çetinkaya, 2009: 194). Zonguldak nüfusu 2013 yılına göre 601.567'dir.

Zonguldak ili çok engebeli bir arazi yapısına sahip olup; il alanının % 56'sı dağlarla, % 31'i platolarla ve % 13'ü ovalarla kaplıdır. Akarsu vadileriyle yer yer derin bir biçimde parçalanmış olan il toprakları orta yükseklikteki dağlık alanlardan oluşur. Bol yağışlı bir iklime sahip olan Zonguldak, yerüstü su kaynakları bakımından oldukça zengindir. İlde Filyos Çayı dışında büyük akarsu olmamakla birlikte, çok sayıda küçük akarsu bulunmaktadır. Bu akarsular, il alanının sık bir vadi ağıyla parçalamıştır (Zonguldak Valiliği, 2014a).

Ağırlıklı yeryüzü şekillerini oluşturan dağlar; kuzey kesimlerinde 1000 metreyi bulmazken, orta kesimlerde 1200 metreyi aşmakta, güneyde ise yer yer 2000 metreye kadar ulaşmaktadır. Kıyıya yakın yükseltilerin oluşturduğu dağ sırasının altında zengin taşkömürü yatakları vardır. Atyaylası Tepesi (710 m), Göladağı (771 m), Kantar Tepe (905 m), Orhan Tepe (920 m), Baba Dağı (1120 m), Soğukoluk Tepesi (1268 m), Kızıl Tepe / Kızıлтаş (1468 m) ve Bacaklı Yayla ilin en önemli yükseltileridir (zonguldak.gov.tr, 2014). Ereğli kömür havzasındaki taşkömürü ocaklarının 1848 yılında işletilmeye başlanmasıyla Zonguldak hızla gelişmiş ve önemli bir ihraç limanı konumuna gelmiştir (Yılmaz vd., 2011: 82).

2.9.2. Zonguldak İli Tarihi ve Kültürel Değerler

Yörede sırasıyla Frigler, Kimmerler, Lidyalılar, Persler, Romalılar, Bizanslar, Anadolu Selçuklular, Candaroğulları ve Osmanlı egemen olmuşlardır (Şenol, 2008: 272).

MÖ VI. yüzyılda Frig soyundan gelen Mariandinlerce kurulan ve önemli bir ticari iskele (emperion) durumunda olan Kdz.Ereğli adını Yunan mitolojisinin ünlü kahramanı Herkül'den (Herakles) almıştır. Kent Roma, Bizans, Selçuklu, Osmanlı dönemlerinde de önemini korumuştur. Cehennemağzı Mağaraları'nın bulunduğu Acheron Vadisi Ören yeri başta olmak üzere, Hellen, Roma, Bizans ve Osmanlıların döneminin ürünleri olan sur kalıntıları, Ereğli kalesi, Herakles (Herkül) sarayı, Çeştepe fener kulesi, Bizans su sarnıcı, Krispos anıt mezarı, Bizans kilisesi, Ayasofya kilisesi ve Halil Paşa konağı yörenin önemli tarihsel kalıntılarıdır (Zonguldak Valiliği, 2014b).

Çok eski bir tarihe sahip olan Zonguldak'ta, Ali Molla Cami, Akarca Cami, Çelikel Cami, İsmail Ağa Cami, Yarma Cami, Murtaza Cami, ile Filyos Kalesi, Ereğli Kalesi, Su Terazisi, Halil Paşa Konağı, Heraklius Sarayı, Kız Kapısı Surları günümüze kadar korunabilmiş tarihi eserleri oluşturmaktadır (Baldıran ve Ulubay, 2008: 432).

Karadeniz Ereğli'nin ünlü Elpek Bezi keten dokumaları kategorisinde önemli bir yere sahiptir. Antikçağlarda ketenden ürettiği yelken bezi ve dokumalarıyla ünlenen Karadeniz Ereğli'de, Karadeniz kıyısında dağlarla çevrili bir bölge olduğundan, yıllık nem oranı ülkenin diğer bölgelerine göre daha yüksektir. Bu nedenle, insan vücudunun nemden etkilenmesini önlediği bilinen ketenden elde edilen Elpek Bezi yüzyıllardır giyim malzemesi olarak kullanılmaktadır (ZKTM, 2014).

Yöre mutfağında ağırlıklı olarak unlu ürünlerden yapılan yemek türleri hakimdir. Zonguldak ormanlarında yetişen kestane, Çaycuma yoğurdu, Osmanlı çileği, Devrek simidi, beyaz baklava, kızılıcak, cevizli dolma yörenin önemli lezzetleri arasında yer almaktadır. Ülkemizde sadece Karadeniz Ereğlisi'nde yetiştirilen Osmanlı çileği, dağ çiçeği kızılıcak (kiren), böğürtlen, fesleğen, ahlat, defne; yöre mutfağında yemeklere çeşitlilik kazandırır. Başta Devrek bastonu olmak

üzere Türkiye Taşkömürü Kurumu Genel Müdürlüğü atölyelerinde madenci heykeli, madenci feneri, maket kömür vagonu ile Zonguldak ile özdeşmiş ülkemiz yeraltı zenginliklerinin simgesi olan Uzun Mehmet'in heykelleri yörenin hediyeelik el sanatları eserlerini yansıtır (Baldıran ve Ulubay, 2008: 434).

2.9.3. Zonguldak İli İnanç Turizm Değerleri

Zonguldak, inanç turizmi değerleri açısından yöredeki diğer iller kadar önemli kaynaklara sahip değildir. Buna rağmen ilde görülmeye değer cami ve türbeler aşağıda yer almaktadır (Bingöl, 2007: 426).

2.9.3.1. Orta Cami (Ayasofya Kilisesi)

Zonguldak ili, Ereğli ilçesinde, Herakleia Pontike (Karadeniz Ereğlisi) surları içerisinde, Akarca Mahallesi, Orta Cami Caddesi'nde bulunan bu kilisenin ne zaman yapıldığı kesinlik kazanamamakla beraber, Bizans döneminde V.-VI. yüzyılda yapıldığı tahmin edilmektedir. Ereğli'nin fethi sırasında Orhan Gazi anısına Osmanlılar tarafından camiye dönüştürülmüştür (Altan, 2007: 372).

2.9.3.2. Çelikel Cami

Akarca Mahallesinde yer almaktadır. Önceki dönemlerde kilise olan yapının yerine 1942 yılında cami yapılmıştır. Bizans dönemine ait kilisenin döşeme mozaiği ve fresko kalıntıları caminin bodrumunda yer almaktadır (Altan, 2007: 372).

2.9.3.3. Halil Paşa Cami

Ereğli ilçesi, Orhanlar Mahallesinde yer alan cami 19.yy. ait bir Osmanlı eseridir. Tek katlı, kiremit çatı örtülü, tek şerefeli yapının minaresi hemen bitişiğinde yer almaktadır. At nalı biçiminde kemerlere sahip pencereleri vardır (Çoşgun ve Başar, 2010: 218).

2.9.3.4. Devrek Yeni Cami

Devrek ilçe merkezinde yer alan caminin yapım yılı 1863'tür. Cami, ilçenin ilk kurulduğu dönemlerde Cami Cedit adıyla anılmaktaydı. Kare planlı yapının bitkisel motiflerle süslü direksiz ahşap kubbesi (çatı altına gizlenmiş) orijinalliğini korumaktadır. Caminin giriş bölümünün sol alt yanında Candaroğlu Şemsi Paşa Cami'nden devşirme kitabe mevcuttur. Kubbesi ahşap olan caminin köşelerine gizli

boş küpler yerleştirilerek sesin akustik özelliği sağlanmışsa da bu özellik yapılan restorasyon çalışmaları sonucu kaybolmuştur (oşgun ve Başar, 2010: 223).

2.9.3.5. Yeni Cami

Zonguldak'ın merkez ilçesinde, Mithatpaşa Mahallesinde yer alan cami, 20.yy. dönemine aittir. 2 katlı, taş- tuğladan inşa edilmiş olan yapının üzeri sıvalıdır (ZKTM, 2014).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BATI KARADENİZ BÖLÜMÜ İNANÇ TURİZMİ KAYNAKLARININ DEĞERLEMESİ

3.1. ARAŞTIRMANIN TANITIMI

Bu kısımda araştırma alanı tanıtılacak, araştırmanın amacı ve önemi açıklanacak ve araştırma sorusu belirtilecektir.

3.1.1. Araştırmanın Alanı

Karadeniz Bölgesi, adını Türkiye'nin kuzeyinde yer alan Karadeniz'den almış olup, batı, orta ve doğu olmak üzere üç bölümden meydana gelmektedir. Araştırmaya konu olan yer Karadeniz Bölgesi'nin Batı Bölümü'dür.

Batı Karadeniz Bölümü, inanç ve kültür turizm açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Pontuslar, Bitinyalılar, Hititler, Frigler, Persler, Bizanslar gibi birçok eski medeniyet bölgede çeşitli arkeolojik eserler bırakmış, Candaroğulları, Danişmentliler, Selçuklular ve Osmanlılar ise inşa ettikleri cami, külliye, medrese, türbeler gibi dini eserlerle bu kültürel çekiciliği arttırmışlardır.

3.1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Turizm sektörünün ulusal ekonomiye, özellikle gelişmekte olan ülkelere yönelik ekonomik katkıları bilinen bir gerçektir. Bu nedenle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler turizm faaliyetlerine artan bir şekilde önem vermektedirler. Ancak turizmin önemli bir ekonomik sektör olduğu ülkemizde üretilen tek tip ürün çeşitli olumsuz sonuçları da beraberinde getirmektedir. Bu sonuçlar kitle turizminin önemli bir sonucu olan çevre kirliliği, zamanda ve mekanda yoğunlaşma, turizm gelirlerinden sadece belirli bölgelerin yararlanması, Türk turizm sektörünün tek tip üründen deniz-kum-güneş turizminden oluşmasından hareketle tek bir pazardan pay alabilmesidir. Bu problemlerin giderilmesinde etkili olan yollardan biri hiç kuşkusuz turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesidir. Çeşitlendirmeden kasıt ülkemizde önemli potansiyel kaynakları bulunan alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmeye çalışılmasıdır. Bu kapsamda ilgili yazında yapılan araştırmalarda bilimsel araştırmalara çok az konu olduğu görülen Batı Karadeniz bölümü inanç turizmi kaynaklarının belirlenmesi ve bu değerlerinin koruma-kullanma ilkesi çerçevesinde

inanç turizmi kapsamında geliştirilerek bölgenin turizmden alacağı payın artırılmasına katkı sağlanması ve ilgili yazındaki boşlukların doldurulması hedeflenmiştir. Çalışmanın temel amacı, bölge turizmine önemli katkılar yapabilecek olan inanç turizminin değerlerini belirlemek ve bölge turizm pazarına yeni bir turistik ürün kazandırmaktır.

3.1.3. Araştırma Problemi

Bu araştırmanın temel problemini, Batı Karadeniz Bölümündeki inanç turizmine ilişkin turistik ürün potansiyelinin, niteliğinin, olanaklarının, imkanlarının bölgenin turizm sektörü temsil edebilecek uzmanlar (il kültür ve turizm müdürleri, akademisyenler, müftüler ve seyahat acentesi yetkilileri) tarafından nasıl değerlendirildiği ortaya koymaktır.

3.1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma; Batı Karadeniz Bölümünde yer alan ve İslami açıdan öneme sahip inanç turizmi kaynaklarının tarihi ve ziyaret boyutuyla sınırlıdır.

3.1.5. Araştırmanın Varsayımları

İnanç turizmi kapsamında Batı Karadeniz Bölümünde en doğru bilginin alınabileceği uzmanlar: il kültür turizm müdürleri, turizm ve otel işletmeciliği bölümü/programı öğretim üyeleri, müftüler ve seyahat acentesi yetkilileri olarak varsayılmıştır.

3.2. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Çalışmanın bu kısmında araştırmanın yöntemi sunulacak olup veri toplama ve analiz yöntemi hakkında bilgiler verilecektir.

3.2.1. Araştırmanın Yöntemi

Batı Karadeniz Bölümünde yer alan dini yapıların turistik değerini belirlemek amacıyla yapısal bir turistik kaynak değerlendirme/derecelendirme anketi uygulanmıştır. Anket formu; Boyd ve Butler'ın (1996) ECOS (Ecotourism Opportunity Spectrum), Clark ve Stankey'nin (1979) ROS (Recreation Opportunity Spectrum) modellerinden inanç turizmine yönelik olarak uyarlanmış ve modifiye edilmiştir. ECOS metodunda ekoturizm varlıklarının kaynak değerlerinin belirlenmesi için (1) Ulaşılabilirlik, (2) Ekoturizmin diğer kaynaklarla ilişkisi, (3) Bölgesel çekicilikler, (4) Turistik altyapı,

(5) Ekoturistlerin yetenek ve bilgileri, (6) Sosyal etkileşim düzeyi, (7) Ziyaretçilerin ekoturizm kaynağı üzerindeki etkisi ve bu etkinin kontrol edilmesi, (8) Alanın uzun dönemli olarak korunması için geliştirilen yönetim tarzı gibi değişkenlerden oluşan 8 temel kriter kullanılmaktadır. Çalışmada anket geliştirmede kullanılan diğer yöntem olan ROS metodu Clark and Stankey (1979) tarafından geliştirilmiş olup rekreatif aktivitelerin planlanması ve yönetilmesinde uygulanan bir yöntemdir. Bu iki modelden yararlanarak elde edilen 7 temel kriter ve 25 alt faktörden oluşan bir soru anketi oluşturulmuştur (Tablo 8). Geliştirilen anket formu her il için inanç turizm konusunda uzman kişilere uygulanmış, aynı zamanda ilgili kişilerle yüz yüze görüşme yapılmıştır. Araştırmanın ampirik kısmı, Batı Karadeniz Bölümü illerinde yaşayan ve her il için seçilen 5 uzman grup üzerinde gerçekleştirilmiştir. Uzman grubu kapsamında seçilen kişiler, turizm sektörü ile yakından ilgisi olan farklı meslek gruplarından oluşmaktadır. Bu kapsamda her il için seçilen uzman grubunda bölgede bulunan Sinop Üniversitesi, Kastamonu Üniversitesi, Karabük Üniversitesi, Bartın Üniversitesi, Bülent Ecevit Üniversitesi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Düzce Üniversitesi turizm ve otel işletmeciliği bölümü/programı öğretim üyeleri, il kültür ve turizm müdürlüğü personelleri, illerde görev yapan müftüler ve seyahat acenteleri yetkilileri yer almıştır.

Tablo 8. İnanç Turizmi Kaynak Değerlemede Kullanılan Kriterler

DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ		
ULAŞILABİLİRLİK	A. İnanç turizmi bölgesine ulaşılabilirlik (ulaşım araçlarının varlığı)	Havayolu ulaşımı
		Karayolu ulaşımı
		Denizyolu ulaşımı
		Demiryolu ulaşımı
	B. İnanç turizmi kaynağına ulaşılabilirlik	Kaynağa ulaşımı sağlayacak yolların bulunması
	C. Alanla ilgili bilgilere ulaşılabilirlik	Broşürler, internet kaynakları vb.
KAYNAĞIN KÜLTÜREL ÇEKİCİLİĞİ		Çok eski tarihi bir cami olması (Selçuklu, Beylikler, Osmanlı Dönemleri)
		Mimari yapısının ilgi çekici olması/mimari değerinin yüksek olması (taş, ahşap, tek kubbeli, kalem işli, zaviyeli)
		Tarihi dokusunun bozulmamış olması
		Alana yakın diğer inanç turizmi kaynaklarının (cami, türbe vb.) varlığı
		Alana yakın diğer kültürel kaynakların/çekiciliklerin bulunması
		Alanda kültürel aktivitelerin bulunması (anma etkinlikleri, gösteriler, festivaller, şenlikler vb.)
MOTİVASYON		Manevi rahatlama, dua etme, dualarının kabul olacağı inancı

ALTYAPI İMKANLARI		Alanda içilebilir su, elektrik, tuvalet, iletişim araçlarının bulunması
ÜSTYAPI İMKANLARI	Kaynağa yakın alanlarda konaklama tesisi, restoran vb. imkanlar	Yıldızlı oteller Küçük konaklama tesisleri, pansiyonlar Kamplar Yiyecek-içecek tesisleri Alana yakın sağlık birimleri bulunması (hastane, sağlık ocağı) Alana tur düzenleyen yerel acentelerin bulunması
SOSYO-KÜLTÜREL YAPI		Bölgede yaşayan halkın turizm bilincine sahip olması Halkın eğitim seviyesinin yüksek olması Halkın bölgeye gelen turistlere karşı olan davranışları (pozitif, negatif) İnsan kaynakları varlığı (istihdam edilecek turizm personeli, rehber vb)
EKONOMİK YAPI		Turistlerin alana olan ekonomik katkıları

Uzman grubundan, soru anketinde listelenen inanç turizmi kaynaklarına 1'den 5'e kadar puan vermeleri istenmiştir. 1 en düşük puanı, 5 ise en yüksek puanı temsil etmektedir. Ankette yer alan kaynakların değerlendirilmesi her ildeki uzman grubunca bireysel olarak gerçekleştirilmiştir. Her bir faktörden elde edilen uzman puanların toplanması ve alt faktör sayısına bölünmesi sonucu ortalama puanlar elde

edilmiştir. Uzman grubunu; Kültür ve Turizm Müdürlüklerinde görevli müdür veya müdür yardımcıları (1 kişi), il müftüleri, akademisyenler (2 kişi) ve seyahat acenteleri yetkilileri (1 kişi) oluşturmaktadır.

3.3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmanın bu bölümünde Batı Karadeniz Bölümünün inanç turizm kapasitesini ortaya çıkarmak amacıyla uzman görüşlerine yer verilmekte ve araştırmanın amaçları doğrultusunda yorumlanmaktadır. Her bir kritere ilişkin katılımcılardan alınan cevapların aritmetik ortalaması hesaplanmış, bununla beraber her bir kriterin aritmetik ortalamalarının genel ortalamaları da il bazında inanç turizmi kaynaklarının değerlendirilmesi tablolarında sunulmuştur.

Tablo 9. Bartın İli İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlemesi

Kaynaklar	Ulaşılabilirlik	Kaynağın Kültürel Çekiciliği	Motivasyon	Alt Yapı İmkanları	Üst Yapı İmkani	Sosyo-Kültürel Yapı	Ekonomik Yapı	Aritmetik Ortalama (X)
Ebu Derda Türbesi	4	4	5	4	4	4	4	4.14
Fatih Cami (Eski Kilise)	3	4	3	2	4	4	3	3.29
Halil Bey Cami	4	4	3	3	3	3	3	3.29
İbrahim Paşa Cami	4	4	3	3	3	3	3	3.29
Hacı Mehmet Cami	4	2	3	3	3	3	3	3.00
Merkez Cami	4	2	2	4	3	3	3	3.00
Aritmetik Ortalama (X)	3.83	3.33	3.17	3.17	3.33	3.33	3.17	3.33

5= Çok Yüksek, 4= Yüksek, 3= Orta, 2= Düşük, 1= Çok Düşük

Bartın ilinin inanç turizmi kaynakları arasında bulunan Ebu Derda Türbesi ulaşılabilirlik, kültürel çekicilik, alt yapı imkanları, üst yapı imkanları, sosyo-kültürel

yapı ve ekonomik yapı (4 puan) açılarından yüksek; motivasyon açısından (5 puan) çok yüksek kaynak değerine sahiptir. Bu durum türbenin ulaşılabilirliğinin, çekiciliğinin, ziyaretçilerin bölgeye yaptıkları ekonomik katkıların ve bölgede yaşayanların turizm bilinci ve turistlere yaklaşımlarının yüksek düzeyde olduğunu, alt yapı ve üst yapı imkanlarının ise yeterli olduğunu ortaya koymaktadır.

Fatih Cami (Eski Kilise) kaynağın kültürel çekiciliği, üst yapı imkanları, sosyo-kültürel yapı açılarından (4 puan) yüksek değere sahiptir. Alt yapı imkanları açısından (2 puan) düşük düzeyde; ulaşılabilirlik, motivasyon ve ekonomik yapı açılarından (3 puan) orta düzeyde değerlendirilmiştir. Bu durum kaynağın çekiciliğinin (mimari yapı, bozulmamış tarihi doku vb.) yüksek olduğunu, üstyapı (konaklama tesisi, yiyecek içecek tesisi, hastane vb.) imkanlarının yeterli olduğunu, bölgede yaşayanların turizm bilincinin ve turistlere yaklaşımlarının yüksek düzeyde olduğunu ancak altyapı (elektrik, su, tuvalet vb.), ulaşılabilirlik, manevi tatmin sağlama düzeyi ve camiye ziyaret edenlerin bölgeye ekonomik katkısı yönünden yeterli olmadığını göstermektedir.

İbrahim Paşa Cami ve Halil Bey Cami; ulaşılabilirlik, kültürel çekicilik açılarından (4 puan) yüksek, motivasyon, alt yapı imkanları, üst yapı imkanları, sosyo-kültürel yapı ve ekonomik yapı açılarından ise (3 puan) orta düzeyde değerlendirilmiştir. Bu değerlemeler kaynakların ulaşılabilirliğinin ve çekiciliğinin yüksek düzeyde olduğunu; alt yapı ve üst yapı imkanları, manevi tatmin sağlama seviyesi, ziyaret edenlerin bölgeye ekonomik katkısı ve bölgede yaşayanların turizm bilinci ile turistlere yaklaşımlarının yeterli düzeyde olmadığını göstermektedir.

Hacı Mehmet Cami, ulaşılabilirlik açısından (4 puan) yüksek; motivasyon, alt yapı imkanları, üst yapı imkanları, sosyo-kültürel yapı, ekonomik yapı değerleri açılarından (3 puan) orta; kültürel çekicilik açısından (2 puan) düşük olarak değerlendirilmiştir. Bu durum caminin ulaşılabilirliğinin yüksek olduğunu ancak çekiciliğinin düşük olduğunu; alt yapı, üst yapı imkanları, manevi tatmin sağlama seviyesi, ziyaretçilerin bölgeye ekonomik katkısı ve bölgede yaşayanların turizm bilinci ve turistlere yaklaşımlarının yeterli olmadığını göstermektedir.

Bartın ilinde bulunan Merkez Cami, ulaşılabilirlik ve alt yapı imkanları yönünden (4 puan) yüksek; üst yapı imkanları, sosyo-kültürel yapı ve ekonomik yapı

açılardan (3 puan) orta bir değere sahiptir. Kaynağın kültürel çekiciliği ve motivasyonu (2 puan) uzmanlar tarafından düşük düzeyde değerlendirilmiştir. Bu durum ibadethanenin ulaşılabilirliğinin yüksek olduğunu; alt yapı imkanları açısından yeterli olduğunu ancak üst yapı, ziyaretçilerin bölgeye ekonomik katkısı ve bölgede yaşayanların turizm bilinci ve turistlere yaklaşımları açısından yetersiz olduğunu göstermektedir.

Bartın ilinin ulaşılabilirlik açısından yüksek düzeyde olduğu (3.83 puan), ilde yer alan inanç turizmi kaynaklarının kültürel çekiciliği (3.33 puan), motivasyon (3.17 puan), alt yapı (3.17 puan), üst yapı (3.33 puan), sosyo-kültürel yapı (3.33 puan) ve ekonomik yapı (3.17 puan) değerleri açısından orta düzeyde olduğu uzmanlar tarafından ortaya konulmuştur. Bartın ili inanç turizmi kaynakları kapsamında genel bir değerlendirme yapıldığında ilin (3.33 puan) orta düzeyde bir inanç turizmi potansiyeline sahip olduğu söylenebilir. Ebu Derda Türbesi yapılan değerlemeler sonucu ilin ön plana çıkan eseri olarak görülmektedir.

Tablo 10. Bolu İli İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlemesi

Kaynaklar	Ulaşılabilirlik	Kaynağın Kültürel Çekiciliği	Motivasyon	Alt Yapı İmkanları	Üst Yapı İmkani	Sosyo-Kültürel Yapı	Ekonomik Yapı	Aritmetik Ortalama (\bar{X})
Akşemseddin Türbesi	4	5	5	5	4	4	5	4.57
Büyük Cami (Yıldırım Beyazıt)	4	5	5	5	4	5	3	4.43
Mudurnu Yıldırım Beyazıt Cami	4	5	4	5	4	4	5	4.43
Ömer Sekkini Türbesi	3	5	5	5	4	4	5	4.43
Süleyman Paşa Cami	4	5	5	5	3	5	4	4.43
Kadı Cami	4	4	2	5	4	5	2	3.71
Ilıca Cami	4	2	2	5	4	5	2	3.43
Tokad-i Hayrettin Türbesi	2	2	5	5	1	5	3	3.29
Aritmetik Ortalama (\bar{X})	3.63	4.13	4.13	5.00	3.5	4.63	3.63	4.09

5= Çok Yüksek, 4= Yüksek, 3= Orta, 2= Düşük, 1= Çok Düşük

Bolu ilinin inanç turizmi kaynakları içerisinde bulunan Akşemseddin Türbesi; ulaşılabilirlik, üst yapı ve sosyo-kültürel yapı imkanları açısından yüksek (4 puan), kültürel çekicilik, motivasyon, alt yapı ve ekonomik yapı açısından çok yüksek (5 puan) düzeyde bir eser olarak değerlendirilmiştir. Bu kapsamda Akşemseddin Türbesi, alt yapı ve üst yapı imkanları açısından yeterli, ulaşılabilirlik, kültürel çekicilik, manevi huzur sağlama düzeyi, bölgede yaşayan halkın turizm bilincinin ve turistlere yaklaşımlarının seviyesi ve ziyaret edenlerin bölgeye ekonomik katkısı açısından yüksek bir potansiyele sahiptir.

Büyük Cami (Yıldırım Beyazıt Cami), ulaşılabilirlik ve üst yapı imkanları (4 puan) ile kültürel çekicilik, motivasyon, alt yapı imkanları ve sosyo-kültürel yapı (5 puan) açısından yüksek kaynak değerine sahiptir. Ekonomik yapı açısından kaynak değeri (3 puan) uzmanlar tarafından orta düzeyde değerlendirilmiştir. Bu durum, kaynağın ulaşılabilirliğinin, çekiciliğinin (mimari yapı, bozulmamış tarihi doku vb.), ibadethanenin manevi tatmin sağlama düzeyinin yüksek olduğunu, altyapı (elektrik, su, tuvalet vb.) ve üstyapı (konaklama tesisi, yiyecek içecek tesisi, hastane vb.) imkanlarının yeterli olduğunu, bölgede yaşayanların turizm bilincinin ve turistlere yaklaşımlarının yüksek düzeyde olduğunu ancak camiye ziyaret edenlerin bölgeye ekonomik katkısının yeterli olmadığını göstermektedir.

Mudurnu Yıldırım Beyazıt Cami; ulaşılabilirlik, motivasyon, üst yapı ve soyo-kültürel yapı açısından (4 puan) yüksek, kültürel çekicilik, alt yapı ve ekonomik yapı imkanları açısından (5 puan) çok yüksek olarak değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmeler sonucu ibadethanenin ulaşılabilirlik, kültürel çekicilik, manevi tatmin sağlama seviyesi, ziyaret edenlerin bölgeye ekonomik katkısı, bölgede yaşayan halkın turizm bilinci ve turistlere yaklaşımı açısından yüksek düzeyde olduğu, alt yapı ve üst yapı imkanları açısından ise de yeterli olduğu ortaya konmuştur.

Tablo 10'da yer alan Ömer Sekkini Türbesi, uzman grubu tarafından ulaşılabilirlik açısından (3 puan) orta düzeyde bir eser olarak değerlendirilmiştir. Türbe; kültürel çekicilik, motivasyon, alt yapı imkanları ve sosyo-ekonomik yapı açısından (5 puan) çok yüksek, üst yapı ve ekonomik yapı açısından (4 puan) yüksek bir değere sahiptir. Bu durum, türbenin kültürel çekicilik, ziyaret edenler tarafından bölgeye sağlanan ekonomik katkı, ziyaretçilere manevi tatmin sağlama düzeyi, bölgede yaşayan halkın turizm bilinci ve turistlere yaklaşımı açısından yüksek değere sahip olduğunu; alt yapı ve üst yapı imkanları açısından yeterli olduğunu buna karşın ulaşılabilirlik imkanı açısından yeterli düzeyde olmadığını göstermektedir.

Süleyman Paşa Cami, ulaşılabilirlik ve ekonomik yapı bakımından yüksek (4 puan), kültürel çekicilik, sağlamış olduğu motivasyon, alt yapı imkanları ve sosyo-kültürel yapı açısından çok yüksek (5 puan) bir değere sahiptir. Üst yapı imkanları açısından ise orta düzeyde (3 puan) değerlendirilmiştir. Bu durum, inanç turizmine

konu olan caminin alt yapı imkanları açısından yeterli düzeye sahip olduğunu, ulaşılabilirlik, kültürel çekicilik, ziyaretçilerin bölgeye ekonomik katkısının ve manevi tatmin sağlama düzeyinin yüksek olduğunu ancak üst yapı imkanlarının yeterli olmadığını göstermektedir.

Tablo 10, Kadı Cami'nin, ulaşılabilirlik, kaynağın kültürel çekiciliği ve üst yapı imkanları yönünden (4 puan) yüksek derecede değerlendirildiğini göstermektedir. Aynı dini eser, motivasyon ve ekonomik yapı bakımından (2 puan) düşük, alt yapı ve sosyo-kültürel yapı itibarıyla yüksek olarak değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmeler; kaynağın ulaşılabilirlik, kültürel çekicilik, üst yapı imkanlarının yüksek düzeyde olduğunu, alt yapı imkanlarının ve bölgede yaşayan kişilerin turizm bilincinin ve turistlere yaklaşım biçiminin çok yüksek olduğunu fakat kaynağın sağladığı manevi tatmin düzeyi ile camiyi ziyaret edenlerin bölgeye ekonomik katkısının yeterli olmadığını ortaya koymaktadır.

Ilıca Caminin ulaşılabilirlik ve üst yapı imkanları açısından (4 puan) yüksek değere sahip olduğu, kültürel çekicilik, motivasyon ve ekonomik yapı açılarından ise (2 puan) düşük bir değere sahip olduğu ortaya konulmuştur. Cami, alt yapı imkanları ve sosyo-kültürel değerler açısından (5 puan) ise çok yüksek olarak değerlendirilmiştir. Bu durum caminin alt yapı ve üst yapı imkanlarının yeterli düzeyde olduğunu, ulaşılabilirlik imkanları ile yöre halkının turizm bilincinin ve turistlere yaklaşımlarının yüksek olduğunu ancak manevi tatmin olma düzeyi ile camiyi ziyaret edenlerin bölgeye ekonomik katkısının yeterli olmadığını göstermektedir.

Bolu ili inanç turizmi kaynakları arasında değerlendirilen son eser olan Tokadi Hayreddin Türbesi; motivasyon, alt yapı ve sosyo-kültürel yapı imkanları bakımından (5 puan) çok yüksek, ulaşılabilirlik, kaynağın kültürel çekiciliği (2 puan) ile üst yapı imkanları yönünden (1 puan) düşük bir kaynak değerine sahiptir. Ekonomik yapı açısından ise uzmanlarca (3 puan) orta düzeyde değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmelere göre kaynağın manevi tatmin sağlama düzeyi ile bölgede yaşayanların turizm bilincinin ve turistlere yaklaşımlarının oldukça yüksek olduğu; alt yapı imkanlarının yeterli düzeyde olduğu ancak türbeyi ziyaret edenlerin bölgeye ekonomik katkısının yeterli olmadığı; ulaşılabilirliği ve kültürel çekiciliği açısından

düşük bir değere sahip olduğu; üst yapı imkanlarının yetersiz olduğu uzmanlar tarafından ortaya konulmuştur.

Bolu ilinin ulaşılabilirlik imkanları (3.63 puan), inanç turizmi kaynaklarının kültürel çekiciliği ve sağlamış olduğu motivasyon seviyesi (4.13 puan), üst yapı imkanları (3.5 puan), ekonomik yapı (3.63 puan) açısından yüksek, alt yapı imkanları (5 puan) ve sosyo-kültürel yapı (4.63 puan) açısından çok yüksek düzeyde olduğu uzmanlar tarafından ortaya konulmuştur. Bolu ili inanç turizmi kapsamında genel bir değerlendirme yapıldığında ilin, yüksek (4.09 puan) düzeyde bir inanç turizmi potansiyeline sahip olduğu söylenebilir. Büyük Cami, Süleyman Paşa Cami, Akşemseddin Türbesi, Ömer Sekkini Türbesi ve Mudurnu Yıldırım Beyazıt Cami yapılan değerlemeler sonucu ilin ön plana çıkan eserleri arasında yer almaktadır.

Tablo 11. Düzce İli İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlemesi

Kaynaklar	Ulaşılabilirlik	Kaynağın Kültürel Çekiciliği	Motivasyon	Alt Yapı İmkanları	Üst Yapı İmkanı	Sosyo-Kültürel Yapı	Ekonomik Yapı	Aritmetik Ortalama (\bar{X})
Konuralp Türbesi	4	4	3	5	4	5	4	4.14
Orhan Gazi Cami	4	5	2	5	5	4	4	4.14
Hemşin Köyü Cami	4	5	1	5	4	5	4	4.00
Şeyh Muslihiddin Türbesi	4	4	4	5	3	4	1	3.57
Yeni Meze Cami	4	5	1	5	3	4	1	3.29
Aritmetik Ortalama (\bar{X})	4.00	4.6	2.2	5.00	3.8	4.4	2.8	3.83

5= Çok Yüksek, 4= Yüksek, 3= Orta, 2= Düşük, 1= Çok Düşük

Düzce ilinin inanç turizmi kaynakları içerisinde yer alan Konuralp Türbesi; ulaşılabilirlik, kültürel çekicilik, üst yapı ve ekonomik yapı imkanları açısından (4 puan) yüksek, alt yapı ve sosyo-kültürel yapı açısından (5 puan) çok yüksek düzeyde değerlendirmiştir. Türbenin yaratmış olduğu manevi tatmin ise (3 puan) orta düzeyde değerlendirilmiştir. Bu kapsamda eser ulaşılabilirlik, kültürel çekicilik, ziyaret edenlerin bölgeye yaptıkları ekonomik katkı, bölgede yaşayanların turizm bilincinin ve turistlere olan yaklaşımları açısından yüksek düzeyde, alt yapı ve üst yapı imkanları yönünden yeterli düzeyde ancak manevi tatmin sağlama düzeyi açısından yetersiz seviyede değerlendirilmiştir.

Orhan Gazi Cami; ulaşılabilirlik ve ekonomik yapı açısından (4 puan) yüksek, kaynağın kültürel çekiciliği, alt ve üst yapı imkanları açısından (5 puan) çok yüksek olarak değerlendirilmiştir. Eserin sağladığı maneviyat ise (2 puan) düşük olarak belirtilmiştir. Bu durum; kaynağın ulaşılabilirliğinin, çekiciliğinin (mimari yapı, bozulmamış tarihi doku vb.), camiyi ziyaret edenlerin bölgeye ekonomik katkısının yüksek olduğunu, alt yapı (elektrik, su, tuvalet vb.) ve üst yapı (konaklama tesisi, yiyecek içecek tesisi, hastane vb.) imkanlarının yeterli olduğunu, bölgede yaşayanların turizm bilincinin ve turistlere yaklaşımlarının yüksek düzeyde olduğunu ancak manevi tatmin sağlama düzeyinin az olduğunu göstermektedir.

Düzce ilinde bulunan Hemşin Köyü Cami; ulaşılabilirlik, üst yapı imkanları ve ekonomik yapı açısından (4 puan) yüksek, kültürel çekicilik, alt yapı imkanları ve sosyo- kültürel yapı açısından (5 puan) çok yüksek bir değere sahip olup, sağladığı manevi huzur açısından (1 puan) ise düşük bir değere sahiptir. Bu kapsamda dini eserin ulaşılabilirliğinin, çekiciliğinin, bölgede yaşayanların turizm bilincinin ve turistlere yaklaşımlarının, ziyaretçilerin bölgeye olan ekonomik katkısının yüksek düzeyde olduğu, altyapı ve üstyapı imkanlarının yeterli olduğu fakat manevi tatmin sağlama düzeyinin yetersiz olduğu söylenebilir.

Şeyh Musliddin Türbesi; ulaşılabilirlik, kültürel çekicilik, manevi tatmin (motivasyon) ve sosyo-kültürel yapı yönünden (4 puan) yüksek, alt yapı imkanları açısından (5 puan) çok yüksek düzeyde değerlendirilmiştir. Üst yapı imkanları (3 puan) orta düzeyde ifade edilirken ekonomik yapısı (1 puan) düşük olarak belirtilmiştir.

Düzce ilinin son inanç turizmi eseri olan Yeni Meze Cami; ulaşılabilirlik ve sosyo-kültürel yapı açısından (4 puan) yüksek, kültürel çekicilik ve alt yapı imkanları bakımından (5 puan) çok yüksek bir değere sahiptir. Ancak sağladığı manevi huzur ve ekonomik getiri açısından (1 puan) düşük, üst yapı imkanları açısından ise (3 puan) orta bir değere sahiptir. Bu durum kaynağın ulaşılabilirliğinin, kültürel çekiciliğinin, yöre halkının turizm bilincinin ve turistlere olan yaklaşımlarının yüksek olduğunu, alt yapı imkanlarının yeterli olduğunu buna karşın üst yapı imkanlarının yetersiz olduğunu ve camiyi ziyaret edenlerin bölgeye ekonomik katkısının yeterli olmadığını göstermektedir.

Düzce ili sahip olduğu inanç turizmi kaynaklarının kültürel çekiciliği (4.6 puan), alt yapı imkanları (5 puan) açısından çok yüksek, ulaşılabilirlik imkanları (4 puan), sosyo-kültürel yapı (4.4 puan), üst yapı imkanları yönünden (3.8 puan) yüksek, ekonomik yapı açısından orta (2.8 puan) ve motivasyon değeri açısından (2.2 puan) düşük bir değere sahiptir. Düzce ili inanç turizmi eserleri hakkında genel bir değerlendirme yapıldığında ilin (3.83 puan) yüksek düzeyde bir inanç turizmi potansiyeline sahip olduğu söylenebilir. Orhan Gazi Cami, Hemşin Köyü Cami, Konuralp Türbesi yapılan değerlemeler sonucu ilin ön plana çıkan dini eserleri arasında yer almaktadır.

Tablo 12. Karabük İli İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlemesi

Kaynaklar	Ulaşılabilirlik	Kaynağın Kültürel Çekiciliği	Motivasyon	Alt Yapı İmkanları	Üst Yapı İmkanı	Sosyo-Kültürel Yapı	Ekonomik Yapı	Aritmetik Ortalama (\bar{X})
Safranbolu Ulu Cami	4	5	2	4	4	5	4	4.00
Köprülü Mehmet Paşa Cami	4	4	2	4	4	5	4	3.86
İzzet Mehmet Paşa Cami	4	4	2	4	4	5	4	3.86
Lütfiye (Kaçak) Cami	4	4	2	4	4	5	4	3.86
Kazdağlıoğlu Cami	4	4	2	4	4	5	4	3.86
Eski (Gazi Süleyman Paşa) Cami	4	4	2	4	4	5	4	3.86
Namazgah-Hıdırlık Tepesi	4	2	2	4	4	5	4	3.57
Küre-i Hadid Cami	3	4	2	2	1	2	1	2.14
Aritmetik Ortalama (\bar{X})	3.88	3.88	2.00	3.75	3.63	4.63	3.63	3.63

5= Çok Yüksek, 4= Yüksek, 3= Orta, 2= Düşük, 1= Çok Düşük

Safranbolu Ulu Cami; ulaşılabilirlik, alt yapı imkanları, üst yapı imkanları ekonomik yapı (4 puan) ile yüksek; kültürel çekicilik ve sosyo-kültürel yapı (5 puan) açısından çok yüksek kaynak değerine sahip bir eserdir. Motivasyon açısından kaynak değeri (2 puan) uzmanlar tarafından düşük düzeyde değerlendirilmiştir. Bu durum kaynağın ulaşılabilirliğinin, ziyaret edenlerin bölgeye olan ekonomik katkılarının yüksek olduğunu; alt yapı ve üst yapı imkanlarının yeterli olduğunu; bölgede yaşayanların turizm bilincinin ve turistlere yaklaşımlarının yüksek düzeyde olduğunu ancak ibadethanenin manevi tatmin sağlama düzeyinin yeterli olmadığını göstermektedir.

Tablo 12 incelendiğinde, Karabük ilinin inanç turizmi kaynakları içerisinde bulunan Köprülü Mehmet Paşa Cami, İzzet Mehmet Paşa Cami, Lütfiye (Kaçak) Camii, Kazdağlıoğlu Cami ve Eski (Gazi Süleyman Paşa) Cami ulaşılabilirlik, kültürel çekicilik, alt yapı ve üst yapı imkanları, ekonomik yapı açısından (4 puan) yüksek; sosyo-kültürel yapı açısından (5 puan) çok yüksek düzeyde kaynaklar olarak değerlendirildiği görülmektedir. Yarattığı manevi tatmin (motivasyon) açısından (2 puan) ise uzmanlar tarafından düşük olarak değerlendirilmiştir. Bu durum kaynakların ulaşılabilirliğinin, çekiciliğinin (mimari yapı, bozulmamış tarihi doku vb.), ibadethanenin manevi tatmin sağlama düzeyinin, camiyi ziyaret edenlerin bölgeye ekonomik katkısının yüksek olduğunu, altyapı (elektrik, su, tuvalet vb.) ve üstyapı (konaklama tesisi, yiyecek içecek tesisi, hastane vb.) imkanlarının yeterli olduğunu, bölgede yaşayanların turizm bilincinin yüksek ve turistlere yaklaşımlarının olumlu olduğunu ancak camiyi ziyaret edenlere manevi tatmin sağlama düzeyinin yeterli olmadığını göstermektedir.

Hıdırlık Tepesinde yer alan Namazgah ise ulaşılabilirlik, alt yapı imkanları, üst yapı imkanları, ekonomik yapı açısından (4 puan) yüksek ve sosyo-kültürel yapı açısından (5 puan) çok yüksek kaynak değerine sahiptir. Kültürel çekicilik ve motivasyon açısından ise (2 puan) düşük bir düzeydedir. Bu kapsamda yapı ile ilgili ulaşılabilirliğin yüksek olduğu; bölgede yaşayanların turizm bilincine sahip oldukları ve turistlere olan yaklaşımlarının olumlu olduğu; ziyaretçilerin ekonomik katkılarının yüksek olduğu; alt yapı ve üst yapı imkanlarının yeterli olduğu ancak kültürel çekicilik ve manevi tatmin sağlama açılarından yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Eflani'de bulunan Küre-i Hadid Cami ise, ulaşılabilirlik bakımından orta (3 puan), motivasyon, alt yapı imkanları, sosyo-kültürel yapı açılarından (2 puan) düşük; üst yapı imkanları ve ekonomik yapı açılarından ise (1 puan) çok düşük şekilde değerlendirilmiştir. Kaynağın kültürel çekiciliği (4 puan) uzmanlarca yüksek düzeyde değerlendirilmiştir. Bu durum caminin ulaşılabilirliğinin zor olduğunu; alt yapı ve üst yapı imkanları açısından eksikliklerinin olduğunu; bölgede yaşayanların turizm bilincinin ve turistlere yaklaşımları ile ziyaret edenlerin bölgeye olan ekonomik katkısının düşük olduğunu ancak çekiciliğinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Karabük ili, uzmanlarca; ulaşılabilirlik (3.88 puan), inanç turizmi kaynaklarının kültürel çekiciliği (3.88 puan), sahip olduğu alt yapı (3.75 puan) ve üst yapı imkanları (3.63 puan), ekonomik yapı (3.63 puan) değerleri açısından yüksek, sosyo-kültürel yapı açısından çok yüksek (4.63 puan) ve eserlerin oluşturduğu motivasyon değerleri açısından (2 puan) düşük düzeyde değerlendirilmiştir. Karabük ili, inanç turizmi kapsamında genel olarak değerlendirildiğinde ilin (3.63) yüksek düzeyde bir potansiyele sahip olduğu söylenebilir. Safranbolu Ulu Cami yapılan değerlemeler sonucu ilin ön plana çıkan en önemli eseridir.

Tablo 13. Kastamonu İli İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlemesi

Kaynaklar	Ulaşılabilirlik	Kaynağın Kültürel Çekiciliği	Motivasyon	Alt Yapı İmkanları	Üst Yapı İmkani	Sosyo-Kültürel Yapı	Ekonomik Yapı	Aritmetik Ortalama (\bar{X})
İsmail Bey Külliyesi	4	5	5	5	4	3	5	4.43
Nasrullah Cami	4	5	5	5	4	3	5	4.43
Yakup Ağa Külliyesi	4	5	5	5	4	3	5	4.43
Atabey Gazi Cami	4	5	5	4	4	3	4	4.14
Şeyh Şabanı Veli Külliyesi	4	5	3	5	4	3	5	4.14
Benli Sultan Türbesi	4	4	3	5	3	3	3	3.57
Mahmut Bey Cami	3	5	5	5	2	2	3	3.57
Aşıklı Sultan Türbesi	3	4	3	3	3	2	3	3.00
Aritmetik Ortalama (\bar{X})	3.75	4.75	4.25	4.63	3.5	2.75	4.13	3.96

5= Çok Yüksek, 4= Yüksek, 3= Orta, 2= Düşük, 1= Çok Düşük

Kastamonu ilinde bulunan İsmail Bey Külliyesi, ulaşılabilirlik ve üst yapı imkanları açısından (4 puan) yüksek, kültürel çekicilik, motivasyon, alt yapı

imkanları ve ekonomik yapı açısından (5 puan) çok yüksek düzeyde bir kaynak olarak değerlendirilmiştir. Aynı eserin sosyo-kültürel yapı değerlendirmeleri ise (3 puan) orta olarak değerlendirilmiştir. Bu durum yapının ulaşılabilirliğinin, kültürel çekiciliğinin, sağlamış olduğu manevi huzurun, bölgeyi ziyaret edenlerin ekonomik katkısının yüksek olduğunu, etrafındaki alt yapı ve üst yapı imkanlarının yeterli olduğunu ancak bölge halkının turizm bilincinin ve turistlere olan yaklaşımının yetersiz olduğunu göstermektedir.

Kastamonu ilinin inanç turizmi kaynakları içerisinde bulunan Nasrullah Cami, ulaşılabilirlik ve üst yapı imkanları (4 puan) ile yüksek; kültürel çekicilik, motivasyon, alt yapı imkanları ve ekonomik yapı (5 puan) açısından çok yüksek kaynak değerine sahiptir. Sosyo-kültürel yapı açısından kaynak değeri (3 puan) uzmanlar tarafından orta düzeyde değerlendirilmiştir. Bu durum, kaynağın ulaşılabilirliğinin, çekiciliğinin (mimari yapı, bozulmamış tarihi doku vb.), ibadethanenin manevi tatmin sağlama düzeyinin yüksek olduğunu, altyapı (elektrik, su, tuvalet vb.) ve üstyapı (konaklama tesisi, yiyecek içecek tesisi, hastane vb.) imkanlarının yeterli olduğunu, camiye ziyaret edenlerin bölgeye ekonomik katkısının yüksek olduğunu ancak bölgede yaşayanların turizm bilincinin ve turistlere yaklaşımlarının yeterli olmadığını göstermektedir.

Yakup Ağa Külliyesi, ulaşılabilirlik ve üst yapı imkanları açısından (4 puan) yüksek; kültürel çekicilik, motivasyon, alt yapı imkanları ve ekonomik yapı açısından (5 puan) çok yüksek olarak değerlendirilmiştir. Sosyo-kültürel yapı açısından ise (3 puan) orta düzeyde bir değere sahiptir. Böylece yapı, ulaşılabilirlik, kültürel çekicilik, manevi olarak tatmin sağlama, ziyaret edenlerin bölgeye ekonomik katkısı açılarından yüksek; alt yapı ve üst yapı imkanları açısından yeterli ancak yerel halkın turizm bilinci ve turistlere olan yaklaşımları yönünden yetersiz olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 13 incelendiğinde Atabey Gazi (Kırk Direkli) Caminin, ulaşılabilirlik, alt ve üst yapı imkanları ve ekonomik yapı (4 puan) ile yüksek, kültürel çekicilik ve motivasyon açısından (5 puan) çok yüksek düzeyde bir değere sahip olduğu görülmektedir. Sosyo-kültürel yapı yönünden (3 puan) orta düzeyde değerlendirilmiştir. Bu sebeple yapının ulaşılabilirlik, kültürel çekicilik ve manevi

tatmin sağlama düzeyinin yüksek olduğu, alt yapı ve üst yapı imkanlarının yeterli olduğu fakat bölgede yaşayanların turizm bilincinin ve turistlere yaklaşımlarının yetersiz olduğu söylenebilir.

Şeyh Şabanı Veli Külliyesi, ulaşılabilirlik ve üst yapı imkanları açısından (4 puan) yüksek, kültürel çekicilik, alt yapı imkanı ve ekonomik yapı açısından (5 puan) çok yüksek kaynak değerine sahiptir. Aynı zamanda eser motivasyon (sağladığı manevi tatmin) ve sosyo-kültürel yapı açısından (3 puan) orta düzeyde değerlendirilmiştir. Bu değerlemeler ile yapı; ulaşılabilirlik, kültürel çekicilik, ziyaretçilerin bölgeye olan ekonomik katkısı yönünden yüksek değere, alt yapı ve üst yapı imkanları açısından yeterli düzeye sahiptir. Manevi olarak tatmin sağlama düzeyi, yerel halkın turizm bilincinin ve turistlere yaklaşımlarının ise yeterli olmadığı ortaya konulmuştur.

Benli Sultan Türbesi; ulaşılabilirlik, kültürel çekicilik açısından (4 puan) yüksek ve alt yapı imkanları yönünden (5 puan) çok yüksek kaynak değerine sahiptir. Motivasyon, üst yapı imkanı, sosyo-kültürel yapı ve ekonomik yapı bakımından ise (3 puan) orta düzeyde bir değere sahiptir. Bu kapsamda türbenin ulaşılabilirliğinin, iç ve dış mekan açısından çekiciliğinin yüksek olduğu; alt yapı imkanlarının yeterli olduğu ancak üst yapı imkanlarının, yerel halkın turizm bilincinin ve turistlere olan yaklaşımı ile ziyaretçilerin bölgeye olan ekonomik katkılarının yetersiz olduğu söylenebilir.

Mahmut Bey Cami'nin kaynak değeri, ulaşılabilirlik ve ekonomik yapı açısından (3 puan) uzmanlar tarafından orta düzeyde değerlendirilmiştir. Uzman grubuna göre cami; motivasyon, kültürel çekicilik ve alt yapı imkanları açısından da (5 puan) çok yüksek bir değere sahiptir. Üst yapı ve sosyo- kültürel yapı açısından (2 puan) ise düşük düzeyde değerlendirilmiştir. Bu durum eserin ulaşılabilirlik, bölgede yaşayanların turizm bilinci ve turistlere olan yaklaşımları ile ziyaret edenlerce bölgeye yapılan ekonomik katkılar açısından yetersiz olduğunu, ancak manevi tatmin yaratma, kültürel çekicilik ve alt yapı imkanları açısından yeterli olduğunu göstermektedir.

Aşıklı Sultan Türbesi ulaşılabilirlik, motivasyon, alt yapı, üst yapı ve ekonomik yapı açılarından (3 puan) uzmanlarca orta düzeyde olarak

değerlendirilmiştir. Kültürel çekicilik açısından (4 puan) yüksek olarak değerlendirilen eser, sosyo-kültürel yapı açısından (3 puan) ise orta düzeyde değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmeler kapsamında türbenin ulaşılabilirliğinin, yaratmış olduğu manevi tatminin, ziyaret edenlerin bölgeye yaptıkları ekonomik katkının az olduğu, alt yapı ve üst yapı imkanlarının yetersiz olduğu ancak kültürel çekicilik kapsamında yüksek çekiciliğe sahip olduğu görülmektedir.

Kastamonu ili; ulaşılabilirlik (3.75 puan), motivasyon (4.25 puan), üst yapı imkanları (3.5 puan), ekonomik yapı (4.13 puan) açılarından yüksek, inanç turizmine konu olan kaynaklarının kültürel çekiciliği (4.75 puan), alt yapı (4.63 puan) imkanları açısından çok yüksek, sosyo-kültürel yapı değeri açısından (2.75 puan) orta düzeyde bir değerlendirilmeye tabii tutulmuştur. Kastamonu ili inanç turizmi kapsamında genel bir değerlendirme yapıldığında ilin (3.96 puan) yüksek düzeyde bir potansiyele sahip olduğu söylenebilir. Nasrullah Cami, Şeyh Şaban-ı Veli Külliyesi, İsmail Bey Külliyesi, Atabey Gazi, Yakup Ağa Külliyesi yapılan değerlendirmeler sonucu ilin ön plana çıkan eserleri arasında yer almaktadır.

Tablo 14. Sinop İli İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlemesi

Kaynaklar	Ulaşılabilirlik	Kaynağın Kültürel Çekiciliği	Motivasyon	Alt Yapı İmkanları	Üst Yapı İmkani	Sosyo-Kültürel Yapı	Ekonomik Yapı	Aritmetik Ortalama (\bar{X})
Alaeddin Cami	4	4	2	4	3	4	4	3.57
Çeçe Sultan Türbesi	4	4	3	4	3	4	2	3.43
Kaleyazısı Cami	4	4	2	4	3	4	2	3.29
Kefevi Cami	4	4	2	4	3	4	2	3.29
Meydankapı Cami	4	4	2	4	3	4	2	3.29
Saray Cami	4	4	2	4	3	4	2	3.29
Sultan Hatun Türbesi	4	3	3	4	3	4	2	3.29
Seyit İbrahim Bilal Türbesi	4	3	3	4	3	4	2	3.29
Aritmetik Ortalama (\bar{X})	4.00	3.75	2.38	4.00	3.00	4.00	2.25	3.34

5= Çok Yüksek, 4= Yüksek, 3= Orta, 2= Düşük, 1= Çok Düşük

Sinop ilinin inanç turizmi kaynakları arasında bulunan Alaeddin Cami, Kaleyazısı Cami, Kefevi Cami, Meydankapı Cami (Süleymaniye) ve Saray Cami ulaşılabilirlik, kültürel çekicilik, alt yapı, sosyo-kültürel yapı imkanları açısından (4 puan) yüksek eserler olarak değerlendirilmiştir. Aynı eserler, üst yapı imkanları açısından da (3 puan) orta olarak değerlendirilmiştir. Bu eserlerin sağladıkları manevi tatmin ve ekonomik yapı (2 puan) düşük olarak değerlendirilmiştir. Bu durum kaynakların ulaşılabilirlik ve çekiciliğinin (mimari yapı, bozulmamış tarihi doku vb.) yüksek düzeyde olduğunu; bölgede yaşayanların turizm bilincinin ve turistlere yaklaşımlarının olumlu olduğunu; alt yapı imkanlarının (elektrik, su, tuvalet vb.)

yeterli olduğunu ancak üst yapı (konaklama tesisi, yiyecek içecek tesisi, hastane vb.), camiye ziyaret edenlerin bölgeye ekonomik katkılarının ve caminin manevi tatmin sağlama seviyesinin yeterli olmadığını göstermektedir.

Tablo 14, Çeçe Sultan Türbesinin, ulaşılabilirlik, kültürel çekicilik, alt yapı, sosyo-kültürel yapı imkanları açısından (4 puan) yüksek bir değere sahip olduğunu göstermektedir. Aynı kaynağın motivasyon ve üst yapı imkanları değerleri (3 puan) uzmanlarca orta olarak belirlenmiştir. Ayrıca ekonomik yapı açısından kaynağın (2 puan) düşük bir değere sahip olduğu saptanmıştır. Bu değerler türbenin ulaşılabilirlik, çekicilik ve bölgede yaşayanların turizm bilincinin ve turistlere yaklaşımlarının yüksek bir düzeyde olduğunu; alt yapı imkanlarının yeterli olduğunu ancak üst yapı imkanlarının, manevi tatmin sağlama derecesinin ve camiye ziyaret edenlerin bölgeye ekonomik katkısının yeterli olmadığını göstermektedir.

Sultan Hatun (Aynalı Kadın) Türbesi ve Seyit İbrahim Bilal Türbesi değerlendirildiğinde eserlerin kültürel çekicilik, motivasyon ve üst yapı imkanları açılarından (3 puan) orta; ulaşılabilirlik, alt yapı ve sosyo-kültürel yapı açılarından (4 puan) yüksek ve ekonomik yapı açısından da (2 puan) düşük bir değere sahip olduğu görülmektedir. Bu kapsamda yapıların ulaşılabilirliğinin, bölgede yaşayanların turizm bilincinin ve turistlere yaklaşımlarının yüksek seviyede olduğu, alt yapı imkanlarının yeterli olduğu buna karşın üst yapı imkanları, manevi tatmin yaratma, çekicilik ve ziyaret edenlerce bölgeye yapılan ekonomik katkı açılarından yetersiz düzeyde olduğu ortaya konulmuştur.

Sinop ili; ulaşılabilirlik (4 puan), sahip olduğu inanç turizmi kaynaklarının kültürel çekiciliği (3.75 puan), sahip olduğu alt yapı imkanları (4 puan), sosyo-kültürel yapı (4 puan) açısından yüksek, inanç turizmine konu olan eserlerin sağlamış olduğu motivasyon seviyesi (2.38 puan) ile ekonomik yapı (2.25 puan) açısından düşük bir değere sahiptir. Sinop ili inanç turizmi kapsamında genel bir değerlendirmeye tabii tutulduğunda, ilin (3.34 puan) orta düzeyde bir potansiyele sahip olduğu söylenebilir.

Tablo 15. Zonguldak İli İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlemesi

Kaynaklar	Ulaşılabilirlik	Kaynağın Kültürel Çekiciliği	Motivasyon	Alt Yapı İmkanları	Üst Yapı İmkamı	Sosyo-Kültürel Yapı	Ekonomik Yapı	Aritmetik Ortalama (\bar{X})
Orta Cami	4	3	2	4	3	3	2	3.00
Halil Paşa Cami	4	3	2	4	3	3	2	3.00
Aktaş Cami	4	2	2	4	3	3	2	2.86
Yeni Cami (Zonguldak Merkez)	5	1	1	4	3	2	2	2.57
Aziziye Cami	4	1	2	4	2	2	2	2.13
Aritmetik Ortalama (\bar{X})	4.2	2.00	1.8	4.00	2.8	2.6	2.00	2.77

5= Çok Yüksek, 4= Yüksek, 3= Orta, 2= Düşük, 1= Çok Düşük

Zonguldak ilinin inanç turizmi kaynakları içerisinde bulunan Orta Cami, kültürel çekicilik, üst yapı ve sosyo-kültürel yapı imkanları açısından (3 puan) uzmanlar tarafından orta düzeyde; motivasyon ve ekonomik yapı açısından ise (2 puan) düşük bir kaynak olarak değerlendirilmiştir. Ulaşılabilirlik ve alt yapı imkanları açısından (4 puan) yüksek kaynak değerine sahiptir. Bu durum, kaynağın ulaşılabilirliğinin yüksek düzeyde olduğunu, alt yapı imkanlarının (elektrik, su, tuvalet vb.) yeterli olduğunu ancak üst yapı (konaklama tesisi, yiyecek içecek tesisi, hastane vb.), çekicilik (mimari yapı, bozulmamış tarihi doku vb.), camiye ziyaret edenlerin bölgeye ekonomik katkısı, manevi tatmin sağlama seviyesi, bölgede yaşayanların turizm bilinci ve turistlere yaklaşımlarının yeterli olmadığını göstermektedir.

Tablo 15, Halil Paşa Caminin; ulaşılabilirlik ve alt yapı imkanları açısından (4 puan) yüksek düzeyde bir değere sahip olduğunu göstermektedir. Kaynağın kültürel çekiciliği, üst yapı ve sosyo-kültürel yapısı (3 puan) orta düzeyde

değerlendirilmiştir. Ayrıca eserin motivasyon ve bölgeye sağladığı ekonomik katkı uzmanlarca (2 puan) düşük olarak değerlendirilmiştir. Ulaşılabilirlik imkanlarının yüksek olduğu yapı, alt yapı imkanları açısından da yeterlidir Buna karşın kaynağın çekiciliği, üst yapı imkanları ve bölgede yaşayanların turizm bilinci ile turistlere yaklaşımları, ibadethanenin manevi tatmin sağlama düzeyi ve ziyaret edenlerin bölgeye ekonomik katkısı ise yeterli değildir.

Tablo 15'de görüldüğü üzere Aktaş Cami, ulaşılabilirlik ve alt yapı imkanları açısından (4 puan) yüksek düzeyde bir değere sahiptir. Kültürel çekicilik, ekonomik yapı ve motivasyon açılarından (2 puan) düşük; üst yapı ve sosyo-kültürel yapı açılarından (3 puan) orta derecede değerlendirilmiştir. Bu durum kaynağın ulaşılabilirliğinin kolay, alt yapı imkanlarının yeterli ve yüksek olduğunu ancak üst yapı imkanları, bölgede yaşayanların turizm bilinci ve turistlere olan yaklaşımları, çekicilik ve ziyaretçilerin bölgeye ekonomik katkısı açılarından yetersiz ve düşük olduğunu göstermektedir.

İlin bir diğer inanç turizmi kaynağı olan Yeni Cami (Zonguldak-Merkez) ulaşılabilirlik (5 puan) ile alt yapı imkanları yönünden (4 puan) yüksek bir değer teşkil etmektedir. Cami, kültürel çekicilik ve motivasyon yönünden (1 puan) çok düşük, üst yapı imkanları bakımından (3 puan) orta, sosyo-kültürel yapı ve ekonomik yapı açısından ise (2 puan) düşük bir değere sahiptir. Böylece eser, ulaşılabilirlik yönünden yüksek, alt yapı imkanları açısından yeterlidir. Ancak üst yapı imkanları açısından yetersiz olan yapı, bölgede yaşayanların turizm bilinci ve turistlere olan yaklaşımları, çekicilik ve ziyaretçilerin bölgeye ekonomik katkısı yönünden düşük değere sahiptir.

Zonguldak ilinin uzmanlar tarafından değerlendirilen son dini kaynağı Aziziye Caminin, ulaşılabilirlik ve alt yapı imkanları açısından (4 puan) yüksek olarak değerlendirildiği görülmektedir. Kaynağın kültürel çekiciliği (1 puan) çok düşük; motivasyon, üst yapı, sosyo-kültürel yapı ve ekonomik yapısı ise (2 puan) düşüktür. Ulaşılabilirliği kolay olan ibadethane, alt yapı imkanları açısından yeterli seviyede olup üst yapı imkanları, çekicilik, manevi tatmin sağlama düzeyi, bölgede yaşayanların turizm bilinci ve turistlere olan yaklaşımları, çekicilik ve ziyaretçilerin bölgeye olan ekonomik katkıları açısından yetersizdir.

Zonguldak ili; ulaşılabilirlik (4.2 puan) ve alt yapı imkanları (4 puan) açısından yüksek, st yapı imkanları (2.8 puan) ve sosyo-kültürel yapı (2.6 puan) açısından orta, inanç turizmi kaynaklarının kültürel çekiciliği (2 puan), kaynakların yaratmış olduğu motivasyon seviyesi (1.8 puan), ekonomik yapı (2 puan) açılarından düşük bir değere sahiptir. Zonguldak ili inanç turizmi kapasitesi açısından genel bir değerlendirme yapıldığında ise ilin (2.77 puan) düşük bir potansiyele sahip olduğu söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde dini yapılar sadece o dinin inananları tarafından değil diğer dinlere mensup olup, o dini anlamak, tanımak ve o dine ait ritüelleri öğrenmek, yerel kültürleri tanımak amacıyla pek çok yerli ve yabancı turist tarafından ziyaret edilmektedir. Batı Karadeniz Bölümü; camiler, türbeler, kiliseler gibi dini yapıları, müzeler ve kaleler gibi tarihi eserler, yöresel kıyafetler, yemekler gibi kültürel değerler açısından oldukça zengin bir turizm kaynağına sahiptir. Bölgenin sahip olduğu önemli turistik kaynak zenginliğine rağmen bu kaynaklardan turizm amaçlı olarak yeterince yararlanılamamaktadır. Kültür turizmin gelişmiş olduğu Safranbolu, Kastamonu gibi destinasyonlar ile deniz turizminin yapıldığı Amasra, kayak turizminde önemli gelişme kaydeden Ilgaz Dağı kayak merkezi (Kastamonu) ve Kartalkaya kayak merkezi (Bolu), ekoturizm ve doğaya dayalı sportif aktivitelerin ağırlıklı olarak yapıldığı Küre Dağları Milli Parkı (Bartın ve Kastamonu) bölgede öne çıkan turizm alanlarıdır. Bununla birlikte bölge Osmanlı İmparatorluğu ve Beylikler döneminden kalan dini yapılara ev sahipliği yapmaktadır. Bu bağlamda Safranbolu ve Kastamonu tarihi önemleri itibariyle sahip olduğu inanç yapıları açısından da önem arz etmektedir. Bu çalışma, Batı Karadeniz Bölümünde bulunan inanç kaynaklarının bir turistik ürün olarak geliştirilmesi üzerine odaklanmaktadır. Bu bağlamda inanç turizminin Batı Karadeniz Bölümünde yer alan illerin ekonomisine olumlu yönde katkı yapabilecek önemli turistik ürün çeşitlerinden bir tanesi olabileceği düşünülmektedir. Batı Karadeniz Bölümü, mevcut inanç turizmi varlıklarıyla önemli bir turizm merkezi haline gelebilir.

Çalışmada, Boyd ve Butler'ın ECOS, Clark ve Stankey'nin ROS modellerinde kullanılan değerlendirme yöntemleri esas alınarak inanç turizmine göre düzenlenmiştir. Yapılan kaynak değerlendirmelerinden elde edilen veriler sonucunda yörenin inanç turizmi kaynakları ile ilgili şu bilgiler elde edilmiştir:

Bartın ilinde bulunan Fatih Cami önemli kültürel çekiciliğe, yeterli üst yapı imkanlarına ve yüksek sosyo-kültürel yapıya sahip olmasına rağmen ulaşım açısından yeterli ya da nitelikli ulaşım imkanlarına sahip değildir. Bu nedenle kaynağa ulaşmayı sağlayacak nitelikli ulaşım (karayolu gibi) bağlantılarının

sağlanması gerekir. Ayrıca alanda alt yapı imkanları yetersizdir. Bu kapsamda su, kanalizasyon ile ilgili iyileştirmeler yapılmalıdır.

Bolu ilinde bulunan Tokad-i Hayrettin Türbesi'nin manevi tatmin sağlama düzeyinin yüksek olması, yeterli alt yapı imkanları ile çok yüksek sosyo-kültürel yapıya sahip olmasına karşın dini esere ulaşım imkanları yetersizdir. Bu sebeple kaynağa ulaşmayı arttıracak nitelikli ulaşım imkanları yaratılmalıdır. Ayrıca dini kaynağa yakın olan bölgede yeterli üst yapı imkanları bulunmamaktadır. Bu kapsamda gelen ziyaretçilere yönelik konaklama, yiyecek içecek gibi ihtiyaçlarını karşılayabilecek tesisler yapılmalıdır.

Karabük ilinin en eski camilerinden birisi olan ve Eflani ilçesinde bulunan Küre-i Hadid Cami, kültürel çekicilik açısından yüksek kaynak değerine sahiptir. Ancak dini kaynağa ulaşım imkanları ile alt ve üst yapı imkanları yetersizdir. Bu kapsamda kaynağa ulaşmayı sağlayacak ulaşım imkanlarının sayısının ve niteliğinin artırılması, alt yapı (su, tuvalet, elektrik vb.) ve üst yapı imkanlarının (konaklama tesisi, yiyecek içecek tesisi vb.) iyileştirilmesi gerekmektedir.

2014 yılında UNESCO Dünya Miras Geçici Listesi'ne girmeye hak kazanan ve Kastamonu ili inanç turizmi kaynakları arasında önemli bir yere sahip Mahmut Bey Cami önemli bir kültürel çekiciliğe sahiptir. Buna karşın alanda üst yapı imkanları yetersizdir. Bu kapsamda üst yapı yatırımları (konaklama tesisi, yiyecek içecek tesisi vb.) arttırılmalıdır.

Araştırmaya konu olan illerden özellikle Kastamonu, bölgede en çok dini eserlerin bulunduğu ildir. Zonguldak hariç diğer illerde (Bartın, Karabük, Düzce, Sinop, Bolu) de dini eser sayısı oldukça yeterlidir.

Batı Karadeniz Bölümü inanç ve kültür turizm açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Pontuslar, Bitinyalılar, Hititler, Frigler, Persler, Bizanslar gibi birçok eski medeniyet bölgede çeşitli arkeolojik eserler bırakmış, Candaroğulları, Danişmentliler, Selçuklular ve Osmanlılar ise inşa ettikleri cami, külliye, medrese, türbeler gibi dini eserlerle bu kültürel çekiciliği arttırmışlardır. Bölge bu dönemlerde yapılan, kiliseler, manastırlar, camiler, medreseler, türbeler, han, hamam ve köprüler, bedesten ve imarethaneler ile açık hava müzesi görünümündedir.

Turizm destinasyonlarına ulaşılabilirlik, teknolojik gelişmelere bağlı olarak gelişme göstermiştir. Bölgeye yönelik karayolu ulaşımı oldukça gelişmiş olup tüm illere yönelik ulaşımda nitelikli double yollar inşa edilmiştir. Bolu ve Düzce illeri Ankara-İstanbul otobanı hattında yer almakta olup ulaşım imkanlarının yüksek olması avantajını kullanmaktadır. Ayrıca havayolu ulaşımı da gelişmekte olup son yıllarda Zonguldak Çaycuma, Kastamonu, Sinop havaalanlarının açılması ile bölgeye havayolu ile de ulaşım sağlanmaktadır. Havayolu uçuşları bakımından gerçekleşen seferler kısıtlı olmakla birlikte gerekli iyileştirmelerin yapılması ve yolcu potansiyelinin artması ile birlikte uçuş sayısı artabilir. Ayrıca ilçe ve köylerde bulunan dini yapılara ulaşımın kolaylaştırılabilmesi için gerekli iyileştirmelerin yapılması gerekmektedir. Sinop, doğal limana sahip olduğu halde, dağların ulaşımı zorlaştırması nedeniyle fazla gelişmemiştir.

Dini yapılarla ilgili bilgilere mevcut broşürlerde yeterince yer verilmemekte olup inanç turizminin geliştirebilmesi için bu kaynakların yer aldığı broşürlerin basılması ve ziyaretçilere yönelik her türlü bilgiyi sağlayacak, ziyaretçileri yönlendirecek, harita gibi enformasyon hizmetleri sağlanmalıdır. Örneğin Kastamonu Kültür ve Turizm Müdürlüğü, her bir inanç turizmi kaynağıyla ilgili broşür hazırlamıştır. Bu tip çalışmaların diğer illerde de gerçekleştirilmesi bölgenin inanç turizmi açısından tanınırlığını arttıracaktır. Düzce Kültür ve Turizm Müdürlüğü ise, Düzce inanç turizmi broşürü hazırlayarak tüm dini eserleri tek bir kaynakta toplamış ve bu yerleri harita üzerinde de belirtmiştir. İnternet kaynaklarında Bartın, Bolu, Karabük, Zonguldak illeri ile ilgili il kültür ve turizm müdürlüğü sitelerinde inanç turizmi başlığı altında bilgilere rastlanmamış olup Düzce, Kastamonu ve Sinop illerinde inanç turizmi başlığı altında yapılar sergilenmiştir.

Alt yapı imkanları açısından incelendiğinde bölgenin alt yapı imkanları iyi durumdadır. Dini yapıların çevresinde yer alan tuvalet, içme suyu, atık su arıtma, kanalizasyon gibi alt yapı hizmetleri yeterlidir. Ortaya çıkabilecek alt yapı ve evre sorunlarının çözümü için yerel yönetimler gerekli çalışmaları yapmalı ve alt yapı standartlarını geliştirici politikalar izlenmelidir.

Üst yapı yatırımları fiziksel planlara uygun olarak gerçekleştirilmeli ve bu amaca yönelik yatırıma açılması uygun görülen alanlarda öncelikle fiziksel planlama

çalışmaları tamamlanarak yürürlüğe konulmalıdır. Özel sektörün her müşteri grubuna yönelik konaklama tesisleri (özellikle yıldızlı tesisler), özel nitelikli tesisler ve pansiyon gibi konaklama imkanı sunması için yatırımlar desteklenmelidir. Ayrıca birden fazla inanç turizmi kaynağının var olduğu alanlarda nitelikli yiyecek- içecek işletmeleri kurulmalıdır. Bu bağlamda inanç turizmi noktalarının işler hale gelebilmesi için bölgede turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin kümelenmeleri ve ortak bir ağ oluşturmaları sağlanarak, bölge turizm sektörü oyuncularının, turizmi arz eden kurum ve tedarikçilerin (konaklama, seyahat, yiyecek-içecek ve hediyelik eşya işletmeleri) hem yatay hem de dikey olarak entegre olması gerekmektedir. 2023 Türkiye turizm stratejilerinde yer alan iç turizm hareketleri ve bunlara yönelik hedeflerin gerçekleştirilmesi adına yörede ve özellikle büyük kentlerde yöreye yönelik turların ve dolayısıyla seyahat acente sayılarının artırılması gerekmektedir.

Bölgedeki sosyo-kültürel yapının, halkın eğitim seviyesi ve turizm bilincinin genellikle orta ve yüksek olduğu ve halkın turistlere yönelik davranışlarının olumlu olduğu uzmanlar tarafından düşünülmekte, araştırma sırasında yapılan gözlemlerde yerel halkın da turizme bakış açılarının olumlu olduğu görülmüştür. Bölgede turizm sektöründe istihdam edilen insan kaynakları bölgedeki tüm illerde turizm ve otelcilik eğitimi veren lise ve üniversiteler olmasına rağmen nitelik ve nicelik olarak yetersizdir. Bu yetersizlik rehberlik hizmetlerinde daha çok ön plana çıkmaktadır.

Bölgede turizm endüstrisinden elde edilen gelir önemli bir ekonomik etki yaratmamaktadır. Turizmden elde edilen sosyo-ekonomik kazanımların artırılması ve turizmin olumsuz etkilerinin giderilmesi için yapılabileceklerin belirlenmesi, yerel yönetim ve işletmeler açısından değerlendirilmelidir. Bölgede; örneğin, Sinop Alaeddin Cami, Kastamonu Kasaba Köyündeki Mahmut Bey Cami, Karabük Köprülü Mehmet Paşa Cami, Düzce Hemşin Köyü Cami, Bartın İbrahim Paşa Cami, Zonguldak Halil Paşa Cami gibi yapılar maket olarak yapılarak gelen ziyaretçilerin hediyelik eşya olarak satın alabilecekleri bir yöre ekonomisine katkı sağlayabilecek çeşitli ürünler oluşturulabilir. Gerçekleştirilecek pazarlama faaliyetlerinde bir bütün halinde hareket edilmesi ve bölgesel değerlerin ön plana çıkarılması yoluyla varış noktalarının marka haline getirilmesi sağlanabilir.

Turizm; kültürel, doğal ve tarihi kaynakların korunmasında etkili bir araçtır. Batı Karadeniz Bölümünde inanç turizminin yanı sıra kırsal turizm, yayla turizmi, mağara turizmi, ekoturizm gibi uygulanabilecek farklı turizm türleri de geliştirilerek turizm türleri birbirleri ile entegre edilebilir. Batı Karadeniz Bölümünün güçlü yanlarından birisi de festivaller ve yayla şenlikleridir. Bu kapsamda yayla şenlikleri ve festivaller tanıtımla uygun birer turizm ürünü haline dönüştürülebilir niteliktedir.

Bu çalışmada, Batı Karadeniz Bölümünde bulunan İslamiyet temelli eserlerin önemi; ulaşılabilirlik, kültürel çekicilik, motivasyon, alt yapı, üst yapı, sosyo-kültürel yapı ve ekonomik yapı yönleriyle bölgede bulunan uzmanların bakış açısından değerlendirilmiş olup gelecekte bölgenin inanç turizmine yönelik olarak yapılacak araştırmalarda yerel halkın, yerel yöneticilerin de görüşlerine başvurularak değerlendirilmesi literatür zenginliği yaratabilecektir.

KAYNAKÇA

- Avrupa Birliği Eşleştirme Projesi. (2014) *Batı Karadeniz Genel Bilgiler*, http://taskinyonetimi.suyonetimi.gov.tr/taskin/AnaSayfa/bati_karadeniz_hakk_inda_bilgi.aspx?sflang=tr (01.04.2014).
- Abant İzzet Baysal Üniversitesi. (2014) *Sosyal ve Kültürel Yaşam*, <http://www.ibu.edu.tr/index.php/tr/yerleske-tr/sosyal-ve-kulturel-alanlar-> (02.04.2014).
- Adnan, Ö. (2004) Bir Turistik Ürün Çeşidi Olarak Termal Turizm ve Ege Bölgesi Açısından Değerlendirme. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Akpınar, E. ve Bulut, Y. (2010) “Ülkemizde Alternatif Turizm Dalı Olan Ekoturizm Çeşitlerinin Bölgelere Göre Dağılımı ve Uygulama Alanları,” *III. Uluslararası Ormancılık Kongresi*, 1(4), 1575-1594.
- Akşit, S. (2007) “Doğal Ortam Duyarlılığı Açısından Sürdürülebilir Turizm,” *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23, 441-460.
- Altaş, M., Yaylı, A., Kahramanoğlu, R., Aktaş, İ. ve Asma, Ç. (2007) *Mitolojiden Gezginlere Bartın Kültür ve Turizm Envanteri*, Ankara: Uluslararası Basın Yayın Ltd. Şti.
- Akyol, C. (2012) “Kırsal Turizmde Ev Pansiyonculuğu Modeli ve Karadeniz Örnekleme: Artvin,” *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 79-83.
- Altan, B. (2007) *Türkiye’de Dini Ziyaret Yerleri*, İstanbul: Tarih ve Kültür Serisi 2.
- Altunkaya, B. (1999) *Karabük İl Yıllığı*, Ankara: TŞOF Plaka Matbaacılık.
- Atalay, İ. ve Mortan, K. (1995) *Türkiye Bölgesel Coğrafyası*, İstanbul: İnkılap Kitapevi.
- Atlı, S. (2010) “Şeyh Şaban-ı Veli’nin Türbesi Etrafında Oluşan İnanç ve Uygulamalar,” *Uluslararası Mevlânâ ve Tasavvuf Geleneği Sempozyumu*, 6, 51-64.

- Avcı, E. (2011) İzmir'in İnanç Turizmi Potansiyelinin Seyahat Acentaları Açısından Değerlendirilmesi. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Baldıran, Ş. ve Ulubay, A. (2008) *Turizm Coğrafyası*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Balyemez, F., Develi, E. İ. ve Beyazıt Şahinoğlu, Z. (2005) "Ürün Yaşamı Sürecinde Üretimin Yeniden Yapılandırılması," *V. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu*, İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi.7
- Bartın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014a) Yaylalar, <http://www.bartinkulturturizm.gov.tr/TR,69028/yaylalar.html> (01.04.2014).
- Bartın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014b) *Genel Bilgiler*, <http://www.bartinkulturturizm.gov.tr/TR,68963/genel-bilgiler.html> (06.06.2014).
- Başer, F. ve Başçı, A. (2012) "İnanç Turizmi Kapsamında Aziz Pavlus Evinin Önemi ve Tanıtım Faaliyetlerine İlişkin Ziyaretçi Görüşlerinin Değerlendirilmesi," *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(19), 423-443.
- Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı. (2014) *Kongre Sektörü Turizm Sektörü*, <http://www.baka.org.tr/uploads/1349952305BAKA-KONGRE-TURiZMi-SEKTOR-RAPORU-11EYLUL.pdf> (02.04.2014).
- Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı. (2014) *Mağara Turizmi*, <http://turizm.bakka.gov.tr/36/80/SS/magara-turizmi.aspx> (02.04.2014).
- Bingöl, Z. (2007) *Gelenekten Evrensele Anadolu'da İnanç Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014a) *Bolu Genel Bilgiler*, <http://www.bolukulturturizm.gov.tr/TR,69927/bolu-genel.html> (01.01.2014).
- Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014b) *Kongre Turizmi*, <http://www.bolukulturturizm.gov.tr/TR,69988/kongre-turizmi.html> (02.04.2014).

- Bolu Müftülüğü. (2014c) *Bolu Yöresel Kültür*, <http://www.bolumuftulugu.gov.tr/icerik/1532/17/yoresel-kultur> (01.01.2014).
- Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014d) *Büyük Cami Fotoğrafı*, <http://www.bolukulturturizm.gov.tr/TR,69964/buyuk-cami-yildim-bayezit-camii.html> (02.04.2014).
- Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014e) *Ilıca Cami Fotoğrafı*, <http://www.bolukulturturizm.gov.tr/TR,69968/iiica-camii.html> (02.04.2014).
- Boyd , S. W. ve Butler , R. W. (1996) “Managing Ecotourism: an Opportunity Spectrum Approach,” *Tourism Management*, 17(8), 557-566.
- Bozdağlıoğlu, E. Y. ve Özpınar, Ö. (2011) “Doğrudan Yabancı Yatırımın İhracata Etkisi: Teorik Bir Yaklaşım. Niğde Üniversitesi,” *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2), 11-28.
- Cengiz, F. (2012) Üçüncü Yaş Turistlere Yönelik Turistik Ürün Analizi: Alanya Uygulaması. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Clark, R. ve Stankey, G. (1979) “The Recreation Opportunity Spectrum: A Framework for Planning, Management, and Research,” *USDA Forest Service General Research Paper*, PNW-98.
- Çeken, H., Dalgın, T. ve Çakır, N. (2012) “Bir Alternatif Turizm Türü Olarak Kırsal Turizmin Gelişimini Etkileyen Faktörler ve Kırsal Turizmin Etkileri,” *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 11-16.
- Çeltek, E. (2004) “Niş Pazarlama Ve Turizm Sektöründe Uygulanabilirliği,” *İş Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 2(3), <http://www.isgucdergi.org/?p=article&id=222&cilt=6&sayi=2&yil=2004> (20.11.2014).
- Çetin, K. (2005) Türkiye Termal Kaynakları Envanteri, www.izmirdikili.bel.tr (01.04.2014).
- Çifci, F. (1995) *Kastamonu Camileri, Türbeleri ve Diğer Tarihi Eserleri*, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı.

- Çontu, M. (2006) Alternatif Turizm Çeşitleri ve Kızılcahamam Termal Turizm Örneği. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Demir, M. ve Demir, Ş. (2004) “Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Futbol Turizmi: Antalya Bölgesinde Bir Araştırma,” *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 94-116.
- Demirarslan, D. (2011) “Eski Bir Bektaşî Yerleşimi: Safranbolu Yörük Köyünde Evler ve Odanın Oluşumu,” *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, 1(58), 69-88.
- Demircioğlu , B. (2013) “Dünyanın Üçüncü Dini: Dinsizlik,” *Genç Dergi*, 1(76), 1-2.
- Douglas, N., Douglas, N. ve Derrett, R. (2001) *Special Interest Tourism*, Australia: John Wiley & Sons Ltd.
- Düzce İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014a) Termal Turizm, http://www.duzcekulturturizm.gov.tr/sayfa-36-termal_turizm.html (30.03.2014).
- Düzce İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014b) Yayla Turizmi, http://www.duzcekulturturizm.gov.tr/rehber-1-yayla_turizmi.html (01.04.2014).
- Düzce İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014c) *Düzce Genel Bilgiler*, http://www.duzcekulturturizm.gov.tr/sayfa-44-duzce_genel_bilgiler.html (02.04.2014).
- Düzce İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014d) *Düzce İnanç Turizmi Broşürü*, <http://www.duzcekulturturizm.gov.tr/brosur/inanc.pdf> (02.04.2014).
- Düzce Üniversitesi Sağlık Kültür ve Spor Daire Başkanlığı. (2014). *Sosyal Tesisler*, <http://www.sks.duzce.edu.tr/385-sayfa-sosyal-tesisler> (02.04.2014).
- Edmonds, G. A. (1997) *Turkey's Religious Sites*. İstanbul: Damko A.Ş.
- Egresi, I., Bayram, B., Kara, F. ve Kesik, A. (2012) “Unlocking The Potential of Religious Tourism In Turkey,” *Geojournal of Tourism and Geosite*, 9(1), 63-80.

- Emekli, G. (2006) “Avrupa Birliğinde Turizm Politikaları ve Türkiye'de Kültür Turizm,” *Ege Coğrafya Dergisi*, 14(1), 99-107.
- Emir, G. (2009) “Batı Karadeniz Bölgesinde Olan Turistik Talebin Tahmini, Ekonometrik Bir Yaklaşım,” *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 78-91.
- Eskipazar Müftülüğü. (2014) *Köy Camileri*, <http://www.eskipazarmuftulugu.gov.tr/?pnum=18&pt=Köy+Camileri> (16.12.2014).
- Gökdeniz, A. (1996) “Uluslararası Turizm Hareketleri İçerisinde Dinsel Amaçlı Seyahatler ve Türkiye,” *Anotolia Turizm ve Kültür Sanat Dergisi*, 7(1), 101-103.
- Göynük İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü. (2014) *Üstad-ı Fatih Akşemseddin Hz*, http://goynuk.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2012_08/10105922_akemseddin_hazretleri.pdf (04.04.2014).
- Gündoğdu, A. (2006) Turizmde Dış Tanıtma Olgusunun Marka Konumlandırma Açısından Değerlendirilmesi: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Örneği. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Anabilim Dalı Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Güngördü, E. (2007) *Türkiye'nin Turizm Coğrafyası*, Ankara: Asil Yayın.
- Gürdal, M. (2001) *Türkiye Turizm Coğrafyası*, Muğla: Muğla Üniversitesi Matbaası.
- Güzel, Ö. (2010) “Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Yeni Bir Dinamik: İnanç Turizmi,” *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 2(12), 87-100.
- Güzey, A. R. (2010) “Yeni ve Yakın Çağlarda Kastamonudaki Cami, Mescid ve Türbeler,” *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 18(2), 675-688.
- Hacıoğlu, N. (2000) *Turizm Pazarlaması*, Bursa: Vipaş A.Ş.
- Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (2008) *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Haleva, R. İ. (2007) *İnanç Turizmi Günleri III*, İstanbul: Şubat Yayıncılık.

- Hughes, K., Bond, N. ve Ballantyne, R. (2012) "Designing and Managing Interpretive Experiences at Religious Sites: Visitor's Perceptions of Canterbury Cathedral" *Tourism Management*, (36), 210-220.
- Huybers, A. T. ve Bennett, B. (2003) "Inter-Firm Cooperation at Nature-Based Tourism Destination," *Journal of Socio-Economics*, 32(5), 571-587.
- İçöz, O., Kozak, M. (1998) *Turizm Ekonomisi*, Ankara: Turhan Kitabevi.
- İpar, M. S. (2011) Turizmde Destinasyon Markalaşması ve İstanbul Üzerine Bir Uygulama. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Johnston, R., Crooks, V., Snyder, J. ve Kingsbury, P. (2010) "What is known about the effects of medical tourism in destination and departure countries?, " *International Journal for Equity in Health*, 9(24), 1-23.
- Karabük İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014a) Yaylalar, <http://www.karabukkulturturizm.gov.tr/TR,63706/yaylalar.html> (01.04.2014).
- Karabük İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014b) *Tarihçe*, <http://www.karabukkulturturizm.gov.tr/TR,63710/tarihce.html> (04.04.2014).
- Karabük Valiliği. (2013) *Tanıtım Toplantısı-Karabük Üniversitesi Toplantı Salonu*, http://www.karabuk.gov.tr/default_B0.aspx?content=1050 (02.04.2014).
- Karabük Valiliği. (2014) *Genel Bilgiler*, http://www.karabuk.gov.tr/default_B0.aspx?id=41 (04.04.2014).
- Karaman, S. ve Usta, K. (2006) "İnanç Turizmi Açısından İznik ve Bir Uygulama Çalışması," *II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*, 473-789.
- Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014a) Yayla Turizmi, <http://www.kastamonukulturturizm.gov.tr/yayla--turizmi.html> (04.04.2014).
- Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014b) *Genel Bilgiler*, <http://www.kastamonukultur.gov.tr/TR,63805/genel-bilgiler.html> (06.12.2014).

- Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014c) Nasrullah Kadı Külliyesi, <http://www.kastamonukultur.gov.tr/TR,93960/nasrullah-kadi-kulliyesi.html> (16.12.2014).
- Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014d) *Şeyh Şaban-ı Veli*, <http://www.kastamonukultur.gov.tr/TR,95557/seyh-saban-i-veli.html> (06.12.2014).
- Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014e) *Benli Sultan*, <http://www.kastamonukultur.gov.tr/TR,95886/benli-sultan.html> (06.12.2014).
- Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014f). *Osmanlı Devlet Dönemi*, <http://www.kastamonukultur.gov.tr/TR,63876/osmanli-devleti-donemi.html> (06.12.2014).
- Kastamonu İl Özel İdaresi. (2008) *Kültür ve Turizm Komisyon Raporu*, http://www.kastamonuozelidare.gov.tr/download/Kul_Tur_Kom..doc (06.12.2014).
- Kastamonu Valiliği. (2014a) *Külliyeler ve Camiler*, <http://kastamonu.gov.tr/sayfa.asp?id=10> (06.12.2014).
- Kastamonu Valiliği. (2014b) *Şeyh Şabanı Veli Türbesi*, <http://kastamonu.gov.tr/fotogaleri-detay.asp?id=35> (16.12.2014).
- Kılıç, B. ve Kurnaz, A. (2010) “Alternatif Turizm ve Ürün Çeşitliliği Oluşturmada Ekolojik Çiftlikler: Pastoral Vadi Örneği,” *İşletme Araştırma Dergisi*, 2(4), 39-56.
- Kılıç, M. C. (2013) *Sinop Alevileri*, http://www.haberiniz.com.tr/yazilar/koseyazisi72007-Sinop_Alevileri.html
- Kılınç, İ., Özkul, E. ve Mesci, M. (2008) *Turizm Coğrafyası*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kotler, P. (2003) *Marketing Management*, New Jersey: Prentice Hall.
- Kozak, N. (2008) *Turizm Pazarlaması*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kurnaz, H. B. (2013) İnanç Turizmi Kapsamında Hac ve Umre Organizasyonu Yapan Seyahat Acentelerinin Pazarlama Faaliyetlerini İncelenmesi: A Grubu

Acentelere Yönelik Bir Uygulama. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.

Kuşvuran, A., Nazlı, R. İ, Tansı, V. (2011) “Türkiye’de ve Batı Karadeniz Bölgesi’nde Çayır-Mera Alanları, Hayvan Varlığı ve Yem Bitkileri Tarımının Bugünkü Durumu,” *Gazi Osman Paşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 28(2), 21-32.

Kutvan, A. B. ve Kutvan, S. A. (2013) “Turizm Planlamasında Destinasyon Çekiciliklerinin Ölçümü: Bir Yöntem Yaklaşımı,” *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 6(11), 160-184.

Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı. (2007) *Türkiye Turizm Stratejisi* (2023), <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/1348,turkiyeturizmstratejisi.doc?0> (16.12.2014).

Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yatırım İşletmeler Genel Müdürlüğü. (2012) *Belediye Belgeli Tesis Envanteri*, <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9861/belediye-belgeli-tesis-envanteri.html> (16.12.2014).

Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yatırım İşletmeler Genel Müdürlüğü. (2014) *Turizm Belgeli Tesisler*, <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9860/turizm-belgeli-tesisler.html> (16.12.2014).

Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yatırım İşletmeler Genel Müdürlüğü. (2013a) *Mağara Turizmi*, <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,10335/magara-turizmi.html> (02.04.2014).

Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yatırım İşletmeler Genel Müdürlüğü. (2013b) *Kuş Gözlemciliği*, <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,10203/kus-gozlemciligi.html> (03.04.2014).

Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü. (2013) *Bolu Müzesi Müdürlüğü*, <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,43354/bolu-muzesi-mudurlugu.html> (02.04.2014).

- Molera, A. (2006) "Profiling Segments of Tourists in Rural Areas of South Eastern Spain," *Tourism Management*, (28), 759-767.
- Mudurnu Kaymakamlığı. (2008) *İnanç Turizmi*, http://www.mudurnu.gov.tr/default_B0.aspx?content=1032 (06.12.2014).
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988) *Turizm Ekonomisi*, İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık.
- Özgen, N. (2012) "Siirt'in İnanç Turizmi Mekanları: Ziyaret (Veysel Karani) ve Tilla (Aydınlar) Örnekleri," *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(27), 251-272.
- Richards, G. (2007) *Cultural Tourism: Global and Local Perspective*, Binghamton: The Haworth Press.
- Rinschede G. (1992), "Forms of Religious Tourism," *Annals Of Tourism Research* 19(1), 1-171.
- Rodrigo, (2012). *Influence of Religious Factors on Pilgrimage Tourism in Romania*, <http://writepass.co.uk/journal/2012/12/influence-of-religious-factors-on-tourism-inmaramures-northern-part-of-romania/> (26.09.2014).
- Safranbolu Müftülüğü. (2014) *Ulu Cami*, <http://www.safranboluoftulugu.gov.tr/arsiv/www.safranboluoftulugu.gov.tr/Detaya4f6.html?ID=1203> (11.12.2014).
- Sağlık Bakanlığı. (2014) *Sağlık Turizmi Genel Bilgi*, <http://www.saglikturizmi.gov.tr/168-genel-bilgi.html> (30.03.2014).
- Sargın, S. (2006) "Yalvaç'ta İnanç Turizmi," *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 1-18.
- Sarkım, M. (2007) *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yayınlanmış Doktora Tezi.
- Serçek, S. (2011) *Bütünleşik Pazarlama İletişimi Çerçevesinde Türkiye'de İnanç Turizminin Geliştirilmesi: Mardin Örneği*. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Sezgin, O. M. (2011) *Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı*, Ankara: Detay Yayıncılık.

- Sinop İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014a) Yayla Turizmi, <http://www.sinopkulturturizm.gov.tr/TR,74908/yayla--turizmi.html> (01.04.2014).
- Sinop İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014b) Genel Bilgiler, <http://www.sinopkulturturizm.gov.tr/TR,74775/genel-bilgiler.html> (05.05.2014).
- Sinop İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014c) *Camiler ve Medreseler*, <http://www.sinopkulturturizm.gov.tr/TR,74905/camiler-ve-medreseler.html> (05.05.2014).
- Smith, S. (1994) "The Tourism Product," *Annals of Tourism Research*, 21(3), 582-595.
- Şahin, İ., Börekçi, C., Tunçer, Z., Eroğlu, İ., Karakırık, H., Bostan, A., Şen. K., Süze, K., Acar, M., Öz, Z., Yıldırım, A., Ertürk, İ. ve Ersoy, H. (2000) *Karabük ve İlçeleri*, Karabük: İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları.
- Şahiner, T. (2012) İnanç Turizmi Potansiyeli ve Halkın İnanç Turizmine Bakışı Açısından Karaman. Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Şekercioğlu, Ç. H. (2002) "Impacts of Birdwatching on Human and Avian Communities," *Environmental Conservation*, 29(3), 282-289.
- Şenol, F. (2008) *Turizm Coğrafyası*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Taş, S. (2012) Trabzon ve Ekoturizm: Yerli Ziyaretçilerin Yöreyi Değerlendirmesine Yönelik Bir Araştırma. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Toomen, L. A. (1997) "Application of the Life Cycle Model in Tourism," *Annals of Tourism Research*, 24(1), 214-234.
- Turan, E. (2012) Türkiye'de Yabancı Turizm Talebini Arttırmada İnanç Turizminin Yeri ve Önemi. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Uzmanlık Tezi.

- Tunçözgür, Ü. (1997) *Dünden Bugüne Sadranbolu*, Ankara: Damar Yayınları.
- Tümbek, N. (2009) Bütünleşik Pazarlama Faaliyetleri ile İnanç Turizmini Geliştirerek Yabancı Yatırımların Çekilmesi ve Antakya Örneği. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmış Doktora Tezi.
- Türker, N. (2010) Karadeniz Bölgesi'nde Alternatif Bir Turizm Türü Olarak İnanç Turizmi, *Uluslararası Karadeniz Sivil Toplum Kuruluşları Turizm Kurultayı*.
- Türker, N. (2011) *Zonguldak, Karabük ve Bartın İlleri Turizm Sektör Analizi*, İstanbul: Turmatsan.
- Türker, N., Yıldırım, M. ve Gül, T. (2011) "Evaluation of Cultural Heritage Within the Context of Tourism: Diogenes of Sinope Philosophy Days and Young Philosophers Festival", *1 st International Conference on Black Sea Regional Culture* (ICC 2011), Sinop, pp. 609-616.
- Türker, N. (2013) "Batı Karadeniz Bölümü Ekoturizm Kaynaklarının Değerlendirilmesi ve Bir Ekoturizm Rotası Önerisi," *Akademik Sosyal Bilimler Çalışmaları Dergisi*, 6(4), 1093-1128.
- Türker, N. ve Çetinkaya, A. (2009) *Batı Karadeniz Bölümü Ekoturizm Potansiyeli*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Türkiye Kültür Portalı. (2013) *Ferhat Paşa (Hacı Kadın) Cami*, <http://kurumsal.kulturturizm.gov.tr/turkiye/kastamonu/kulturenvanteri/ferhatpasa-haci-kadin-cam> (04.04.2014).
- Türkiye Kültür Portalı. (2012) *Karabük*, <http://www.kulturportali.gov.tr/test/turkiye/karabuk/genelbilgiler> (15.12.2014).
- Türkiye Kültür Portalı. (2014) *Topçuoğlu Cami*, <http://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/kastamonu/kulturenvanteri/topcuoglu-cam> (04.04.2014).

- Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği. (2013) *Kongre Turizmi*, http://www.tursab.org.tr/dosya/10574/tursab-kongre-turizmi-raporu_10574_3619932.doc (20.10.2014).
- Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği. (2014) *Seyahat Acenteleri*, <http://www.tursab.org.tr/tr/seyahat-acentalari/seyahat-acentasi-arama> (16.12.2014).
- Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği. (2003) *Turizmi Çeşitlendirmek*, http://www.tursab.org.tr/dosya/973/22_973_6328719.pdf (04.04.2014).
- Usal, A. ve Oral, S. (2001) *Turizm Pazarlaması*, İzmir: Kanyılmaz Matbaası.
- Ürger, S. (1993) *Genel Turizm Bilgisi*, Antalya: Akdeniz Üniversitesi Basımevi.
- Yeni, Ö. (2013). “Kastamonu Honsalar Camii Haziresinde Bulunan Mezar Taşları,” *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(25), 595-611.
- Yeşiltaş, M., Çeken, H. ve Öztürk, İ. (2009) “Karadeniz Bölgesindeki Turizm Olanaklarının Swot Analizi ile Değerlendirilmesi,” *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(3), 250-269.
- Yılmaz, G., Erdinç, S. B. ve Küçükali, S. (2013) “İnanç Turizmi Çerçevesinde Antalya Destinasyonunun İncelenmesi: Dinler (Hoşgörü) Bahçesi Örneği,” *International Conference on Religious Tourism and Tolerance*, https://www.academia.edu/3540727/Inanc_Turizmi_Cercevesinde_Antalya_Destinasyonunun_Incelenmesi_Dinler_Hosgoru_Bahcesi_Ornegi (31.03.2014).
- Yılmaz, M. Y., Türkben, M., Kvasoğlu, S., Teke, Ö. ve Arkın, H. (2011) *İl İl Türkiye Atlası*, İstanbul: Doğan Ofset Matbaacılık ve Yayıncılık.
- Yörük, G. (2010) İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Demre'nin Değerlendirilmesi. Süleyman Demirel Üniversitesi Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Zaman, M. (2005) “Türkiye'nin Önemli İnanç Turizmi Merkezlerinden Biri: Sümela Manastırı,” *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 1-24.

Zonguldak İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2014) *Geleneksel El Sanatları*,
<http://www.zonguldakkulturturizm.gov.tr/yazdir?7FC0C48CB982C1730CA AEDAB0E605170> (06.12.2014).

Zonguldak Valiliği. (2014a) *Coğrafi Yapı*,
http://www.zonguldak.gov.tr/default_b0.aspx?content=1022 (05.04.2014).

Zonguldak Valiliği. (2014b) *Tarihi ve Turistik Yerler*,
http://www.zonguldak.gov.tr/default_b0.aspx?content=1040 (06.12.2014).

<http://www.kastamonugezirehberi.com/modules.php?name=Content&pa=showpage &pid=1> (04.04.2014).

<http://www.envanter.gov.tr/anit/index/detay/69014> (06.12.2014).

<http://www.teknedergisi.com/nedir-bu-kurucasilenin-sirri> (10.12.2014).

<http://eflanikoyleri.tr.gg/Eflani-%26%23304%3B1%E7esi-Demirli-K.oe.y.ue.-.html>
(13.12.2014).

EK: ARAŞTIRMA ANKET FORMU

Aşağıda belirlenen kriterleri dikkate alarak listede yer alan dini turizm kaynakları için puan veriniz.

5= Çok yüksek

3= Orta

1= Çok düşük

4= Yüksek

2= Düşük

İNANÇ TURİZMİ POTANSİYELİNİN DEĞERLENMESİ

DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ		
ULAŞILABİLİRLİK	A. İnanç turizmi bölgesine ulaşılabilirlik (ulaşım araçlarının varlığı)	Havayolu ulaşımı
		Karayolu ulaşımı
		Denizyolu ulaşımı
		Demiryolu ulaşımı
ULAŞILABİLİRLİK	B. İnanç turizmi kaynağına ulaşılabilirlik	Kaynağa ulaşımı sağlayacak yolların bulunması
	C. Alanla ilgili bilgilere ulaşılabilirlik	Broşürler, internet kaynakları vb.
KAYNAĞIN KÜLTÜREL ÇEKİCİLİĞİ		Çok eski tarihi bir camii olması (Selçuklu, Beylikler, Osmanlı Dönemleri)
		Mimari yapısının ilgi çekici olması/mimari değerinin yüksek olması (taş, ahşap, tek kubbeli, kalem işli, zaviyeli)
		Tarihi dokusunun bozulmamış olması
		Alana yakın diğer inanç turizmi kaynaklarının (camii, türbe vb.) varlığı
		Alana yakın diğer kültürel kaynakların/çekiciliklerin bulunması
		Alanda kültürel aktivitelerin bulunması (anma etkinlikleri, gösteriler, festivaller, şenlikler vb.)
MOTİVAS YON		Manevi rahatlama, dua etme, dualarının kabul olacağı inancı

ALTYAPI İMKANLARI		Alanda içilebilir su, elektrik, tuvalet, iletişim araçlarının bulunması
ÜSTYAPI İMKANLARI	Kaynağa yakın alanlarda konaklama tesisi, restoran vb. imkanlar	Yıldızlı oteller
		Küçük konaklama tesisleri, pansiyonlar
		Kamplar
		Yiyecek-içecek tesisleri
		Alana yakın sağlık birimleri bulunması (hastane, sağlık ocağı)
SOSYO- KÜLTÜREL YAPI		Alana tur düzenleyen yerel acentaların bulunması
		Bölgede yaşayan halkın iturizm bilincine sahip olması
		Halkın eğitim seviyesinin yüksek olması
		Halkın bölgeye gelen turistlere karşı olan davranışları (pozitif, negatif)
EKONOMİK YAPI		İnsan kaynakları varlığı (istihdam edilecek turizm personeli, rehber vb)
		Turistlerin alana olan ekonomik katkıları

**BATI KARADENİZ BÖLÜMÜNDE TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRME:
İNANÇ TURİZMİ KAYNAKLARININ DEĞERLEMESİ ÜZERİNE BİR
ARAŞTIRMA**

ÜNAL Hakan

Yüksek Lisans Tezi, İşletme Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Nuray TÜRKER

22.12.2014

Türkiye’de turizm endüstrisinin gelişmeye başladığı 1980’li yıllardan beri turizm faaliyetleri daha çok deniz, kum, güneş üçlüsüne yönelik olarak yapılmaktadır. Türkiye turistik kaynak arzı bakımından çok çeşitli bir potansiyele sahip olmakla beraber bu kaynakları yeterince değerlendirememektedir. Son yıllarda önemi hızla artan ve ülkelerin ekonomilerinde ve tanıtımında önemli katkısı olan turizm çeşitlerinden biri de inanç turizmidir. Batı Karadeniz bölümü inanç turizmi potansiyeli yüksek olan bir alandır. Çalışmanın amacı, Batı Karadeniz Bölümünde inanç turizmi kapsamında değerlendirilebilecek dini yapıların incelenmesi ve uzman değerlemesi sonucunda öne çıkan dini eserlerin belirlenmesidir. Böylece farklı turizm ürünleri geliştirilerek bölgede turizm endüstrisinin ivme kazanmasına da katkı sağlanması hedeflenmektedir. Bu kapsamda, Bolu, Düzce, Zonguldak, Bartın, Karabük, Kastamonu ve Sinop illerinde bulunan temel inanç turizmi kaynaklarının envanteri çıkarılmış ve Boyd ve Butler’ın ECOS modelinden uyarlanan 7 temel kriter ve 25 alt faktörden oluşan bir soru anketi kullanılarak bu kaynakların önem ve değerleri uzmanlar grubu tarafından değerlendirilmiş, böylece öne çıkan inanç turizmi kaynakları belirlenmiştir.

Çalışmanın birinci bölümünde turistik ürün kavramı, turistik ürün çeşitlendirme, inanç turizmi, dünya ve Türkiye'deki inanç turizminin durumu; ikinci bölümünde Batı Karadeniz Bölümünün illere göre inanç turizmi kaynakları ve üçüncü bölümünde uygulama kısmına yer verilmiştir.

Arşiv Kayıt Bilgileri :

Tezin Adı : BATI KARADENİZ BÖLÜMÜNDE TURİSTİK ÜRÜN
ÇEŞİTLENDİRME: İNANÇ TURİZMİ KAYNAKLARININ
DEĞERLEMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Tezin Yazarı : HAKAN ÜNAL

Tezin Danışmanı : Yrd. Doç. Dr. NURAY TÜRKER

Tezin Konumu : Yüksek Lisans

Tezin Tarihi : 22.12.2014

Tezin Alanı : İşletme Anabilim Dalı

Tezin Yeri : KBÜSBE - KARABÜK

Anahtar Kelimeler: Turistik Ürün, İnanç Turizmi, Batı Karadeniz Bölümü

ABSTRACT
**DIVERSIFICATION OF TOURISM PRODUCTS IN WESTERN BLACK SEA
REGION: A CASE STUDY ON THE EVALUATION OF RELIGIOUS
TOURISM RESOURCES**

ÜNAL Hakan

Master Thesis, Department of Business

Advisor: Assistant Prof. Dr. Nuray TURKER

22.12.2014

Since the 1980s began to develop tourism industry in Turkey, tourism activities have been generally based on sea-sand-sun trio. Although Turkey has an outstanding resources in terms of tourism supply, Turkey has not used this potential efficiently yet. In recent years religious tourism has been an important type of tourism and has made great contributions to the national economy and promotion of countries. Western Black Sea Region has a great religious tourism potential. The aim of this study is to examine the religious resources of Western Black Sea Region and to determine the most important resources by the evaluation of tourism experts. Thus touristic development will be provided by the design of new tourism products. In this context faith tourism resources of Bolu, Zonguldak, Bartın, Karabük, Kastamonu, Düzce and Sinop determined and their importance have been evaluated by a group of experts using a questionnaire which is based on the model of Boyd and Butler, ECOS and which consists of 7 main criteria and 25 sub-factors.

In the first part of this context give place to tourism products, tourism product diversification, religious tourism, religious tourism in the world and the state of the Turkey; second part of the province of religious tourism in the Western Black Sea Region resources and given in the third section of the application.

Archive Record Information :

Thesis Name : DIVERSIFICATION OF TOURISM PRODUCTS IN
WESTERN BLACK SEA REGION: A CASE STUDY ON THE
EVALUATION OF RELIGIOUS TOURISM RESOURCES

Author : HAKAN ÜNAL

Advisor : Assoc. Prof. Dr. NURAY TÜRKER

Thesis Type : Master Thesis

Date of Thesis: 22.06.2014

Department of Thesis : Department of Business Administration

Place of Thesis : KBÜSBE - KARABÜK

Keywords: Tourism Product, Religious Tourism, Western Black Sea Region

ÖZGEÇMİŞ

1990 Karabük doğumlu olan Hakan ÜNAL, ilk öğrenimini Karabük'te, orta öğrenimini Amasra'da tamamlamıştır. Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Öğretmenliği bölümünden 2012 yılında mezun olmuştur. Aynı yıl güz döneminde Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında yüksek lisansa başlamıştır.