



ANNALS OF GASTRONOMY AND TOURISM STUDIES

ISSN: 3023-7823

Journal homepage: www.agats.org

Received: 28.05.2025

Accepted: 25.09.2025

Annals of Gastronomy and Tourism Studies, 2025, 2(2), 15-35

Araştırma Makalesi (Research Article)

İNANÇ TURİZMİ KAPSAMINDA UMRE ZİYARETİNDE NUR DAĞI'NIN MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: TRIPADVISOR ÖRNEĞİ (A RESEARCH ON CUSTOMER SATISFACTION OF NUR MOUNTAIN DURING UMRAH VISIT WITHIN THE SCOPE OF FAITH TOURISM: THE TRIPADVISOR CASE)

Fatma CENGİZ^{1*} (orcid.org/ 0009-0006-7424-6021)

¹Bağımsız Araştırmacı, İstanbul, Türkiye.

Özet

Bu araştırma, Umre ziyareti yapan kişilerin Nur Dağı (Cebel-i Nur) ziyaretlerindeki memnuniyetlerini ve deneyimlerini içerik analizi ile incelemek amacıyla hazırlanmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Verilerin toplanmasında Tripadvisor platformunda belirli bir dönemde yapılan İngilizce ve Türkçe ziyaretçi yorumları ele alınmıştır. Toplanan yorumlar, memnuniyet ve memnuniyetsizlik faktörlerini ortaya çıkarmak amacıyla tematik analize tabi tutulmuştur. Analizler, ziyaretçilerin Nur Dağı'nın manevi atmosferine ve tarihi önemine büyük değer atfettiğini göstermektedir. Bununla birlikte, dağa tırmanışın fiziksel zorlukları, kalabalık yönetimindeki yetersizlikler, çevre temizliği sorunları ve altyapı eksiklikleri gibi faktörler ziyaretçi deneyimini olumsuz etkilediği görülmüştür. Araştırma bulguları, Nur Dağı'nın ziyaretçiler için taşıdığı derin manevi anlama rağmen, sunulan ziyaretçi deneyiminde önemli iyileştirmelere ihtiyaç duyulduğunu ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, tırmanış güzergâhlarının daha güvenli ve erişilebilir hale getirilmesi, dinlenme olanaklarının artırılması, etkin kalabalık ve atık yönetimi uygulamalarının iyileştirilmesi gibi adımların ziyaretçi memnuniyetini önemli ölçüde artıracakları tespit edilmiştir. Bu çalışma ayrıca, Tripadvisor gibi çevrimiçi platformların, kutsal mekanlardaki ziyaretçi deneyimlerinin anlaşılması ve bu deneyimlerin sürekli iyileştirilmesi sürecinde kritik bir geri bildirim mekanizması işlevi gördüğünü de ortaya koymuştur. Bu tür platformlardan elde edilen verilerin, destinasyon yönetimi ve destinasyon planlaması için önemli olduğu tespit edilmiştir. Buradan hareketle de karar vericilere ve benzer alanlarda faaliyet gösteren yerel yönetimlere önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İnanç turizmi, Umre, Nur Dağı, Müşteri Memnuniyeti, Tripadvisor, İçerik Analizi.

Abstract

This study was prepared to examine the satisfaction and experiences of people visiting Mount Nur (Cebel-i Nur) during their Umrah pilgrimage through content analysis. Qualitative research methods were used in the study. Data collection involved examining English and Turkish visitor reviews posted on the Tripadvisor platform during a specific period. The collected reviews were subjected to thematic analysis to identify factors contributing to satisfaction and dissatisfaction. The analyses show that visitors attach great importance to the spiritual atmosphere and historical significance of Mount Nur. However, factors such as the physical difficulties of climbing the mountain, inadequacies in crowd management, environmental cleanliness issues, and infrastructure deficiencies were found to negatively affect the visitor experience. The research findings reveal that, despite the deep spiritual significance of Mount Nur for visitors, there is a need for significant improvements in the visitor experience offered. As a result, it has been determined that steps such as making climbing routes safer and more accessible, increasing rest facilities, and improving effective crowd and waste management practices will significantly increase visitor satisfaction. This study also revealed that online platforms such as Tripadvisor serve as a critical feedback mechanism in understanding visitor experiences at sacred sites and in the process of continuously improving these experiences. It was found that data obtained from such platforms is important for destination management and destination planning. Based on this, recommendations have been made to decision-makers and local authorities operating in similar fields.

Keywords: Faith Tourism, Umrah, Nur Mountain, Customer Satisfaction, Tripadvisor, Content Analysis.

*Sorumlu yazar: fatmaaltincengiz@hotmail.com

Giriş

İnanç turizmi, küresel turizm içinde önemli bir yer tutmaktadır. Umre ziyareti inanç turizmi kapsamında değerlendirilmekte ve milyonlarca Müslüman için büyük önem taşımaktadır. İslam tarihinde ilk vahyin indiği yer olan Nur Dağı (Cebel-i Nur), Umre ziyaretinin kilit duraklarından biri olarak kabul edilmektedir. Ancak, bu denli önemli bir mekandaki ziyaretçi deneyimlerinin ve memnuniyet düzeylerinin sistematik incelenmesi ve bu yolla hizmetlerin iyileştirilmesi konusunda literatürde belirgin bir boşluk bulunmaktadır. Günümüzde Tripadvisor gibi çevrimiçi platformlarda paylaşılan kullanıcı deneyimleri, bu boşluğu doldurmak ve ziyaretçi memnuniyetini artırmak için değerli veriler sunmaktadır. Bu araştırma, Nur Dağı'ndaki ziyaretçi deneyimlerini bu çevrimiçi yorumlar aracılığıyla anlamlandırmayı ve ilgili literatüre katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Çalışmanın temel amacı, Umre ziyaretçilerinin Nur Dağı deneyimlerindeki memnuniyet ve memnuniyetsizlik temalarını Tripadvisor yorumları üzerinden analiz ederek, bu deneyimleri etkileyen faktörleri ortaya koymaktır. Yapılan araştırmanın kutsal mekanlardaki ziyaretçi deneyimlerinin anlaşılmasına ve ilgili kurumlara hizmet iyileştirmeleri için pratik bilgiler sunmasına katkı sağlaması beklenmektedir.

Araştırma, ziyaretçi memnuniyeti ve kullanıcı tarafından oluşturulan içerik kavramlarına dayanmakta olup, nitel araştırma desenlerinden içerik analizi yöntemiyle yürütülmüştür. Tripadvisor platformundaki İngilizce ve Türkçe ziyaretçi yorumları, metinsel verilerin zenginliğini ve altta yatan temaları keşfetme olanağı sunduğu için bu yöntem tercih edilmiştir. Bununla birlikte, çalışmanın yalnızca Tripadvisor ve belirli dillerle sınırlı olması ve bulguların tüm ziyaretçilere genellenememesi gibi araştırma kısıtlılıkları da bulunmaktadır. Araştırma kapsamında öncelikle turizm kavramı ele alınmıştır. Devamında ise turizm çeşitleri üzerine bilgiler verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümde, bu çeşitlerden biri olan inanç turizmi kavramı derinlemesine açıklanmış ve bu bağlamda Hac ve Umre ibadetlerine odaklanılmıştır. Takip eden üçüncü bölümde ise bu çalışmanın ana konusunu oluşturan Umre ziyareti kapsamında Nur Dağı deneyimlerine odaklanılacak ve Tripadvisor platformundaki ziyaret değerlendirmeleri analiz edilmiş ve yorumlanmıştır. Son olarak, elde edilen bulgular ışığında genel bir değerlendirme ve önerilerde bulunulmuştur. Bu alanda yapılan araştırma sayısının kısıtlı olması bu araştırmanın hem önemini hem de özgün değerini oluşturmaktadır.

Kavramsal Çerçeve

Turizmin Evrimi

Turizm, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ivmelenerek günümüz dünyasının en dinamik ve en büyük sosyo-ekonomik sektörlerinden biri haline gelmiş karmaşık bir olgu olarak ifade edilmektedir. Modern anlamda turizmin kökenleri, Sanayi Devrimi sonrası dönemde ulaşım imkânlarının gelişmesi, çalışma saatlerinin düzenlenmesi ve ücretli izin hakkının yaygınlaşması gibi faktörlere dayandırılabilir (Towner, 1995), insanların seyahat etme güdüsü insanlık tarihi kadar eski bir durumdur. Ancak turizmi basit bir seyahat eyleminden ayıran belirli özellikler de bulunmaktadır. Kavramsal olarak turizmi tanımlama çabaları, olgunun çok boyutluluğu nedeniyle çeşitlilik göstermektedir. İlk ve en etkili tanımlardan biri ise Hunziker ve Krapf (1942) tarafından yapılmıştır. Bu tanıma göre turizm, "yabancıların bir yerde konaklamalarından doğan ve bu konaklama olayının o kişilerin orada yerleşmemeleri ve herhangi bir kazanç elde etme faaliyetiyle ilgili olmaması şartıyla ortaya çıkan ilişkiler ve olaylar bütünü" şeklinde ifade edilmiştir. Bu tanım, turizmin geçiciliğini ve ekonomik motivasyonlardan ayrışmasını vurgulaması açısından da önemlidir. Daha sonraki yıllarda geliştirilen tanımlar, bu temel üzerine inşa edilmiş ve olgunun farklı yönlerini öne çıkarmıştır. Mathieson ve Wall (1982), turizmi "insanların sürekli ikamet ettikleri yerler dışına seyahatleri ve buralardaki konaklamaları sırasında ortaya çıkan faaliyetler" olarak daha geniş bir çerçevede ele almıştır. Uluslararası düzeyde en yaygın kabul gören tanımlardan biri ise Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'ne aittir. Bu bağlamda turizm; kişilerin her zaman yaşadıkları ortamların dışındaki yerlere eğlence, iş ve diğer kişisel veya profesyonel amaçlarla yaptıkları seyahatleri ve konaklamaları arasındaki faaliyetleri ifade etmektedir (Hall ve Page, 2014).

Turizm Olgusunun Çok Disiplinli Doğası ve Sistem Yaklaşımı

Turizm, tek bir akademik disiplinin sınırlarına sığdırılamayacak kadar karmaşık ve çok yönlü bir olgudur. Bu nedenle, turizmi anlamak ve analiz etmek için çok disiplinli ya da disiplinlerarası bir yaklaşım zorunludur (Jafari, 1977; Tribe, 1997). Turizmin yakında ilişkili olduğu disiplinler ise aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

- **Ekonomi:** Turizmin Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla (GSYH) üzerindeki etkisi, istihdam yaratma potansiyeli, ödemeler dengesine katkısı, gelir dağılımı etkileri, turizm harcamalarının çarpan etkisi, fiyatlandırma ve talep analizi gibi konularını kapsamaktadır (Dwyer vd., 2004).
- **Sosyoloji:** Turist-ev sahibi ilişkileri, sosyal değişim, kültürleşme, turizmin toplumsal yapı ve kurumlar üzerindeki etkileri, sosyal temsiller, yaşam tarzları ve boş zaman davranışları gibi konularına odaklanır (Cohen, 1972; MacCannell, 1976).
- **Coğrafya:** Turizmin mekânsal dağılımı, destinasyonların gelişimi, taşıma kapasitesi, turizm-çevre ilişkileri, haritalama ve coğrafi bilgi sistemleri (CBS) uygulamaları gibi konuları ele alır (Butler, 1980; Hall ve Page, 2014).
- **Psikoloji:** Turist motivasyonları, karar verme süreçleri, tutumlar, algılar, kişilik özellikleri, deneyim, memnuniyet ve davranışsal niyetler gibi bireysel düzeydeki süreçleri inceler (Plog, 1974; Crompton, 1979).
- **Antropoloji:** Kültürlerarası karşılaşmalar, ritüelistik boyutlar, otantiklik arayışı, kültürel mirasın temsili ve turizmin yerel kültürler üzerindeki etkileri gibi konulara odaklanır (Graburn, 1977; Nash, 1996).
- **İşletme ve Yönetim:** Turizm işletmelerinin yönetimi, pazarlaması, finansmanı, insan kaynakları ve stratejik planlaması gibi konuları inceler.

Turizmindeki çok disiplinli yapıyı bir arada düşünmek için turizm sistemi yaklaşımı geliştirilmiştir. Leiper (1990) tarafından popülerleştirilen bu model, turizmi birbirine bağlı beş temel unsurdan oluşan açık bir sistem olarak ele almaktadır. Bunlar ise aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

- **Turistler:** Seyahat eden, ihtiyaçları ve motivasyonları olan bireyler. Sistemin merkezindeki dinamik unsur.
- **Turist Gönderen Bölgeler:** Turistlerin sürekli yaşadığı, seyahatin başladığı ve bittiği yerler. Seyahat motivasyonu burada oluşur.
- **Transit Güzergahlar:** Turist gönderen bölgeler ile destinasyonlar arasındaki ulaşım ağları ve koridorları kapsar.
- **Turist Kabul Eden Destinasyon Bölgeleri:** Turistlerin ziyaret ettiği, çekiciliklere, konaklama tesislerine ve diğer hizmetlere sahip olan yerler.
- **Turizm Endüstrisi:** Turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere mal ve hizmet üreten ve sunan tüm işletmelerin ve kuruluşların oluşturduğu yapıyı ifade eder.

Turizmin Temel Özellikleri ve Yönetimsel Etkileri

Turizm, temel olarak bir hizmet sektörü altında yer aldığından mal üreten sektörlerden farklılaşan ve kendine özgü yönetimsel zorluklar yaratan belirgin özelliklere sahiptir (Fitzsimmons ve Fitzsimmons, 2010; Kotler vd., 2017). Bu özelliklerin başında da soyutluk gelmektedir. Soyutluk ile anlatılmak istenen turizm deneyimlerinin fiziksel bir ürün gibi elle tutulup gözle görülemez olmasıdır. Bir otel konaklaması, bir rehberli tur veya bir uçuş deneyimi satın alınmadan önce tam olarak bilinemez. Bu durum, müşterinin algıladıkları riski artırır. Yönetimsel olarak; pazarlamada somut ipuçları, marka itibarı, müşteri referansları ve güvence mekanizmaları önem kazanır. Müşteri beklentilerini doğru yönetmek kritik bir süreç olarak görülmektedir. Turizmin diğer bir özelliği dayanıksızlık ya da stoklanamama olarak ifade edilir. Turizmde hizmetler üretildiği anda tüketilmezse veya satılmazsa değerini tamamen yitirir. Belirli bir tarihteki boş bir uçak koltuğu veya satılmamış bir otel odası geliri geri döndürülemez şekilde kaybolur. Bu durumun yönetimsel etkisi açısından talep yönetimi, kapasite planlaması, rezervasyon sistemleri ve verim yönetimi gibi stratejiler büyük önem taşır.

Değişkenlik; hizmet kalitesi ve müşteri deneyimi, hizmeti kimin, kime, ne zaman ve nerede sunduğuna bağlı olarak büyük ölçüde değişkenlik gösterebilir. Aynı zincir otelin farklı şubeleri veya aynı restorandaki farklı garsonlar farklı hizmet sunabilir. Müşterinin ruh hali bile deneyimi etkiler. Yönetimsel Etkisi: Hizmet standartlarının belirlenmesi, personel eğitimi, süreçlerin iyileştirilmesi, müşteri geri bildirimlerinin toplanması ve kalite kontrol mekanizmaları ile değişkenliği en aza indirmeye çalışmak önemlidir. Kişiselleştirme bu değişkenliği olumlu yönde kullanma potansiyeli sunar. Ayrılmazlık: Hizmetin üretimi ve tüketimi genellikle eş zamanlıdır ve hizmeti sunan personel ile hizmeti alan müşteri fiziksel olarak aynı ortamda bulunur. Müşteri, hizmet üretim sürecinin bir parçasıdır ve diğer müşteriler de deneyimi etkileyebilir. Yönetimsel Etkisi: Personel seçimi, eğitimi ve motivasyonu, hizmet ortamının yönetimi, müşteri etkileşimlerinin kalitesi ve müşteri yönetimi kritik hale gelir. Sahiplik Yokluğu: Müşteri bir hizmeti satın aldığı anda, fiziksel bir ürün gibi ona sahip olmaz; sadece belirli bir süre için hizmetten yararlanma veya bir deneyime erişim hakkı elde eder. Yönetimsel Etkisi: Değer yaratma ve müşteri sadakati oluşturma, fiziksel ürünlerden ziyade sunulan deneyimin kalitesine, kurulan ilişkilere ve yaratılan anılara bağlıdır. Bu özellikler, turizm işletmelerinin strateji, pazarlama, operasyon ve insan kaynakları yönetiminde özel yaklaşımlar geliştirmesini zorunlu kılmaktadır.

Turizmin Sınıflandırılması ve Başlıca Turizm Türleri

Turizm faaliyetlerinin çeşitliliği ve karmaşıklığı, onları anlamak ve yönetmek için çeşitli sınıflandırma sistemlerinin geliştirilmesini gerektirmiştir. Bu sınıflandırmalar, turizm pazarının farklı segmentlerini tanımlamaya, istatistiksel veri toplamaya, pazarlama stratejilerini hedeflemeye, destinasyon planlaması yapmaya ve politika geliştirmeye yardımcı olur (Cooper vd., 2008; Weaver ve Lawton, 2014). Turizm genellikle aşağıdaki ana kriterlere göre sınıflandırılır:

- Katılımcı Sayısı ve Organizasyon Biçimine Göre: Kitle turizmi, alternatif turizm ve bağımsız turizm şeklinde sıralanır (Poon, 1993).
- Seyahat Mesafesi ve Coğrafi Kapsama Göre: İç turizm, dış turizm, giden turistler ve gelen turistler şeklinde sıralanır (Un Tourism, 2025).
- Seyahat Amacına Göre: Tatil ve dinlenme turizmi, kültür turizmi, iş turizmi, sağlık turizmi, eğitim turizmi, ekoturizm ve doğa turizmi, kırsal turizm, spor turizmi ve inanç turizmi şeklinde sıralanmaktadır (Richards, 1996; Seaton, 1996; Weaver, 2001; Hudson, 2003; Gammon ve Robinson, 2003, Stone, 2006).

İnanç Turizmi

İnanç turizmi, küresel turizm hareketliliği içerisinde kendine özgü dinamikleri, derin kökleri ve güçlü motivasyonları ile öne çıkan hem tarihsel sürekliliği hem de güncel önemi haiz köklü bir alanı temsil etmektedir. İnsanlık tarihi kadar eski olan kutsal mekânlara yönelik seyahat pratikleri, günümüzde de dünya genelinde milyonlarca insanı dini inançları, manevi arayışları veya spiritüel ihtiyaçları doğrultusunda harekete geçiren temel bir güç olmaya devam etmektedir. Literatürde "inanç turizmi" (faith tourism), "dini turizm" (religious tourism) veya "manevi turizm" (spiritual tourism) gibi terimlerle ifade edilen bu olguya yönelik çeşitli tanımlar geliştirilmiştir. Genel kabul gören çerçevede inanç turizmi, bireylerin öncelikli olarak dini veya manevi ihtiyaçlarını karşılama, inançlarını yaşama ve pekiştirme, kutsal olarak kabul edilen coğrafyaları ve mekanları ziyaret etme, dini ritüel ve pratiklere katılma gibi temel motivasyonlarla gerçekleştirdikleri seyahatler bütünü olarak ifade edilmektedir (Timothy ve Olsen, 2006; Sharpley ve Jepson, 2011). Bu tanımlara göre seyahatin birincil itici gücünün dünyevi kaygılardan ziyade, bireyin inanç sistemi veya maneviyat arayışıyla doğrudan ilişkili olması kritik bir ayırt edici unsur olarak vurgulanmaktadır. Bazı yaklaşımlar, ziyaret edilen mekanın kutsallığına ve gerçekleştirilen aktivitelerin dini niteliğine odaklanarak daha dar bir çerçeve çizerken, daha geniş yorumlar ise bireysel spiritüel arayışları ve inançla ilişkili kültürel deneyimleri de bu kapsama dâhil etmektedir (Rinschede, 1992).

İnanç turizmini diğer turizm türlerinden ayıran ve ona özgün karakterini veren birtakım temel özellikler bulunmaktadır. Bu özelliklerin başında, katılımcıların motivasyonlarının niteliği gelmektedir. Bu motivasyonlar genellikle, mensup olunan dinin gerektirdiği görevleri ifa etme, yoğun bir manevi arayış ve içsel yolculuk, ilahi olandan yardım veya şifa dileme, adak adama veya yerine getirme, dini topluluklarla ve aynı inancı paylaşan diğer bireylerle bağ kurma, kutsal mekânların barındırdığına inanılan manevi atmosferi ve enerjiyi deneyimleme isteği gibi derin ve kişisel unsurlara dayanmaktadır (Smith, 1992; Vukonic, 1996; Collins-Kreiner, 2010). İkinci olarak, inanç turizminin destinasyonları da kendine özgü nitelikler taşımaktadır. Bu destinasyonlar, genellikle toplumlar veya bireyler tarafından özel bir kutsallık ve manevi önem atfedilen, sıradan olandan ayrıştırılmış kutsal mekânlardır (Eliade, 1959). Bu mekânlar; camiler, kiliseler, tapınaklar, sinagoglar gibi belirgin ibadet yapıları olabileceği gibi, peygamberlerin, azizlerin veya dini figürlerin hayatında önemli izler taşıyan şehirler, manevi anlam yüklenmiş doğal oluşumlar, anıt mezarlar, türbeler veya belirli hac güzergahları da olabilmektedir (Timothy ve Olsen, 2006; Hyde ve Harman, 2011). Üçüncü temel özellik, inanç turizmi sırasındaki aktivitelerin içeriğidir. Ziyaretçiler genellikle bu mekanlarda dua etme, ibadet etme, kutsal metinleri okuma veya dinleme, dini törenlere ve ayinlere katılma, meditasyon veya tefekkür yapma, kurban kesme, kutsal emanetleri ziyaret etme gibi inanç sistemlerine özgü pratikleri gerçekleştirirler (Turner ve Turner, 1978). Bu aktiviteler, sadece birer eylem olmaktan çok, inancın yaşanması, pekiştirilmesi ve manevi bir bağ kurulması açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda inanç turizmi, sıklıkla kültürel miras turizmi veya tarihi alan gezileri gibi türlerle kesişim kümelerine sahip olsa da, onlardan temel bir noktada ayrılmaktadır. İnanç turizminde temel itici güç ve aranan nihai deneyim, kültürel veya entelektüel meraktan öte, derin bir manevi veya dini tatmindir. Ziyaretçiler bu tür seyahatlerden genellikle kişisel bir dönüşüm geçirme, günahlarından arınma hissi, manevi huzura erme, inançlarının tazelenmesi ve güçlenmesi gibi soyut ancak son derece değerli kazanımlar elde etmeyi umarlar ve bu beklenti, deneyimlerini şekillendiren ana unsurdur (Heidari vd., 2018; Kim vd., 2020). Bu nedenle, inanç turizmi deneyimini anlamak, sadece dışsal eylemleri değil, aynı zamanda katılımcıların içsel dünyasını, motivasyonlarını ve manevi beklentilerini de dikkate almayı gerektirmektedir.

İnanç Turizminin Kapsamı ve Önemi

İnanç turizmi, başlangıçta belirli destinasyonlarla sınırlı ve görece dar bir kitleye hitap eden bir alan olarak görülse de, günümüzde küresel turizm pazarının en önemli, dinamik ve dikkat çekici bileşenlerinden biri haline gelmiştir. Artık sadece niş bir segment olmaktan çıkarak, hem katılımcı sayısı hem de ekonomik hacim bakımından ana akım turizm hareketleri içinde kayda değer bir yer edinmiştir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü gibi uluslararası kuruluşların raporları ve tahminleri, her yıl yüz milyonlarca uluslararası seyahatin tamamen veya kısmen dini ya da manevi motivasyonlarla gerçekleştirildiğini ortaya koymaktadır (Griffin ve Raj, 2017). Bazı tahminler, küresel ölçekte yaklaşık 300 ila 400 milyon turistin inanç temelli yolculuklara katıldığını ve bu pazarın milyarlarca dolarlık bir ekonomik değere ulaştığını göstermektedir. Bu durum, inanç turizmini dünyanın en büyük ve aynı zamanda, özellikle zorunlu ibadetler düşünüldüğünde, ekonomik dalgalanmalara ve krizlere karşı diğer turizm türlerine kıyasla daha dirençli ve istikrarlı turizm çeşitlerinden biri yapmaktadır. Küresel turizm hareketliliğin coğrafi dağılımına bakıldığında, belirli bölgelerin yoğun inanç temelli turizm akışlarına ev sahipliği yaptığı görülmektedir. İslam dünyasının kalbi olan ve Hac ile Umre gibi milyonları bulan katılımcıyla gerçekleşen temel ibadetlere ev sahipliği yapan Orta Doğu, Hristiyanlık için Vatikan, Kudüs, Lourdes ve Santiago de Compostela gibi hac merkezlerini barındıran Avrupa, Hinduizm ve Budizm'in kutsal şehirlerini ve tapınaklarını içeren Asya kıtası, bu alanda öne çıkan başlıca destinasyonlar olarak kabul edilmektedir (Nolan ve Nolan, 1992; Timothy ve Olsen, 2006). Bu yoğunluk ve küresel yayılım, inanç turizminin yalnızca bireylerin kişisel manevi yolculukları olmanın çok ötesinde, uluslararası ilişkileri, kültürel alışverişi ve küresel ekonomiyi etkileyen dikkate değer sosyo-ekonomik ve kültürel bir olgu olduğunu net bir şekilde ortaya koymaktadır.

İnanç turizminin önemi, sadece devasa katılımcı sayılarıyla değil, aynı zamanda ev sahibi destinasyonlar ve katılımcılar üzerinde yarattığı çok boyutlu ve derin etkilerle de ifade edilmektedir. Ekonomik açıdan, ziyaret edilen bölgeler için son derece önemli bir gelir kaynağı yaratmaktadır. Konaklama, yeme-içme, ulaşım, rehberlik hizmetleri, dini hediyelik eşya ve ritüel malzemeleri satışı gibi geleneksel turizm sektörlerinin yanı sıra, helal ve koşer gıda sertifikasyonu, özel tur operatörlüğü, dini yayıncılık gibi yan sektörleri de beslemektedir (Henderson, 2011; Amir, vd., 2014). Özellikle belirli dönemlerde yaşanan yoğun ziyaretçi akınları, yerel ekonomilere büyük bir canlılık getirmekte, altyapı yatırımlarını teşvik etmekte ve başta gelişmekte olan ülkeler olmak üzere pek çok bölgede önemli istihdam olanakları sunmaktadır. Sosyo-kültürel açıdan inanç turizminin önemi de yadsınamaz. Farklı coğrafyalardan, kültürlerden ve inançlardan insanları kutsal mekânlarda bir araya getirerek, karşılıklı anlayış, hoşgörü ve kültürel etkileşim için eşsiz bir platform sunma potansiyeli taşır (Raj ve Morpeth, 2007). Bununla birlikte, bu yoğun etkileşimlerin ve ziyaretçi akınının yönetilememesi durumunda kültürel çatışmalar, yerel halk üzerinde baskı ve kutsal mekânların özgün atmosferinin ticarileşme riski gibi olumsuzlukları da beraberinde getirebileceği unutulmamalıdır. İnanç turizmi aynı zamanda, ziyaret edilen kutsal mekânların ve bu mekânlarla ilişkili ritüeller, hikayeler, gelenekler gibi somut olmayan kültürel mirasın korunması, yaşatılması ve gelecek nesillere aktarılması için güçlü bir motivasyon kaynağı ve finansal destek mekanizması olabilir (Shackley, 2001). Bu mirasın korunması, hem yerel kimliğin sürdürülmesi hem de turistik çekiciliğin devamlılığı açısından kritik öneme sahiptir. Bireysel düzeyde inanç turizmi, milyonlarca insan için hayatlarında derin izler bırakan, temel manevi ihtiyaçlara cevap veren bir olgudur. Dini sorumlulukların yerine getirilmesi, manevi tatmin ve huzur arayışı, kişisel anlam bulma çabası, aidiyet hissinin güçlenmesi, zor zamanlarda teselli bulma gibi pek çok fonksiyona hizmet eder. Özetle, inanç turizminin küresel ölçekteki kapsamını, ekonomik gücünü, sosyo-kültürel etkilerini ve bireysel anlamını bütüncül bir şekilde kavramak; hem bu potansiyelden sürdürülebilir bir şekilde faydalanmak isteyen destinasyon yönetimleri ve turizm paydaşları için, hem de kutsal mekanların ve kültürel mirasın özgünlüğünü koruyarak gelecek nesillere aktarmakla sorumlu kurumlar için kritik bir gerekliliktir. Bu olgunun doğru yönetimi, faydaları maksimize ederken olası negatif etkileri en aza indirmeyi hedefler.

İnanç Turizmi Türleri ve Sınıflandırmaları

İnanç turizmi, ilk bakışta tek bir kategori gibi algılanabilse de, gerçekte oldukça heterojen bir yapıya sahiptir. Bu geniş çatı kavram altında farklı inanç sistemlerine, coğrafyalara, motivasyonel derinliklere, gerçekleştirilen aktivitelere ve aranan deneyimlere göre şekillenen çok çeşitli alt türleri barındırmaktadır. Bu çeşitliliği anlamak ve analiz edebilmek amacıyla literatürde inanç turizmini sınıflandırmaya yönelik çeşitli yaklaşımlar geliştirilmiştir. Bu yaklaşımlar arasında en yaygın kabul gören kriterlerden biri, seyahatin altında yatan temel motivasyon veya amaç olmuştur (Smith, 1992). Bu kritere dayalı olarak yapılan sınıflandırmalar, inanç turizminin farklı veçhelerini ortaya koymaktadır. Bu sınıflandırmalarda öne çıkan ilk ve belki de en arketipik inanç turizmi türü, hac/ziyaret olgusudur. Hac, genellikle belirli bir kutsal coğrafyaya veya merkeze yönelik yapılan, çoğunlukla güçlü bir dini görev bilinci, yoğun bir kişisel adanmışlık veya manevi arayış içeren bir yolculuk olarak tanımlanmaktadır (Reader ve Walter, 2014). Hac yolculukları sıklıkla fiziksel veya manevi zorluklar barındırır ve katılımcı için derin bir kişisel dönüşüm, arınma ve manevi yenilenme potansiyeli taşır. Çeşitli antropologların vurguladığı gibi, hacılar bu yolculuk sırasında gündelik hayatın rutinlerinden ve sosyal statülerinden geçici olarak sıyrılıp, diğer hacılarla eşitlikçi ve yoğun bir bağ kurdukları bir birliktelik deneyimi yaşayabilirler (Turner ve Turner, 1978). İslam dünyasındaki Hac ve Umre, Hristiyanlıktaki Kudüs, Roma veya Santiago de Compostela güzergahı, Hinduizm'deki Varanasi veya Ganj gibi kutsal nehirlerle yapılan yolculuklar ve Budizm'deki Bodh Gaya ziyaretleri, hac olgusunun küresel ölçekteki en bilinen örneklerindendir.

Bir diğer önemli inanç turizmi türü ise dini mekân gezileri olarak adlandırılmaktadır. Bu tür seyahatlerde bireylerin temel motivasyonu, hacdaki gibi derin bir dini görevi ifa etmek veya yoğun bir manevi arayıştan ziyade, önemli dini yapıların sahip olduğu tarihi, mimari, sanatsal veya kültürel değerleri görmek, tanımak ve bu konuda bilgi edinmektir (Rinschede, 1992). Ziyaretçinin kişisel

inanç düzeyi bu tür gezilerde daha geri planda olabilmektedir. Bu gezilerde motivasyon daha çok kültürel merak, estetik beğeni veya genel bilgi edinme arzusuna dayanmaktadır. Ancak bu ziyaretçinin mekânın manevi atmosferinden hiç etkilenmediği anlamına da gelmemektedir. Bu tür, kültürel turizmle güçlü bir kesişim kümesine sahiptir. Bu sınıflandırmaların haricinde misyonerlik ya da gönüllülük turizm olarak ifade edilen inanç turizmi alt başlıkları da bulunmaktadır. Gönüllülük turizmi belirli bir inancı yayma veya inanç temelli sosyal yardım, eğitim, sağlık gibi projelerde gönüllü olarak çalışma amacıyla gerçekleştirilen seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Vukonić, 1996).

İnanç Turizminde Motivasyonlar

İnanç turizmine katılan bireylerin bu özel seyahat türünü tercih etmelerinin ardında yatan nedenler, oldukça çeşitli, karmaşık ve genellikle çok katmanlıdır. Nadiren tek bir faktöre indirgenebilen bu motivasyonlar, genellikle kişisel inanç derinliği, kültürel arka plan, yaşam döngüsündeki evre ve anlık ihtiyaçlar gibi birçok unsurun etkileşimiyle şekillenmektedir. Bu nedenle, inanç turizmi motivasyonlarını derinlemesine anlamak, ziyaretçi davranışlarını doğru yorumlamak, beklentileri yönetmek ve nihayetinde sunulan deneyimin kalitesini ve ziyaretçi memnuniyetini artırmak açısından kritik bir öneme sahiptir. Turizm motivasyonlarını açıklamaya yönelik genel teorik çerçeveler inanç turizmi bağlamında da uyarlanabilir; bireyleri seyahate iten içsel ve onları belirli destinasyonlara çeken dışsal faktörler söz konusudur (Dann, 1981; Iso-Ahola, 1982).

Literatürde inanç turizmi özelinde öne çıkan temel motivasyon grupları bulunmaktadır. Bunların başında, bireyin mensup olduğu dinin öğretileri veya gelenekleri tarafından belirlenen dini görev, sorumluluk veya yükümlülükleri yerine getirme isteği yer almaktadır (Collins-Kreiner, 2010; Kim vd., 2020). İslam'daki farz olan Hac ibadeti veya kuvvetli bir sünnet olan Umre ziyareti, bu tür bir motivasyonun en belirgin ve kitlesel örneklerindendir. Bu motivasyon, genellikle bireyin inancının temel bir gereğini yerine getirerek ilahi rızayı kazanma arzusuyla yakından ilişkilidir ve sıklıkla diğer motivasyonlardan daha öncelikli olabilir. Bununla eş zamanlı olarak veya bazen daha baskın bir şekilde ortaya çıkan bir diğer güçlü itici güç ise manevi arayış ve kişisel gelişimdir. Modern yaşamın getirdiği sekülerleşme, stres ve anlam boşluğu karşısında bireyler, kutsal kabul edilen mekanların özel atmosferinde Tanrı'ya, ilahi olana veya aşkın bir güce daha yakın hissetmeyi, içsel bir dönüşüm ve yenilenme yaşamayı, varoluşsal sorularına yanıtlar aramayı veya derin bir manevi huzur ve dinginliğe ermeyi amaçlayabilirler (Smith, 1992; Jackowski ve Smith, 2008; Heidari vd., 2018). Bu arayış, kişinin kendisiyle, doğayla veya ilahi olanla daha otantik bir bağ kurma çabasını da içerebilmektedir.

Bu temel motivasyonların yanı sıra, literatürde sıklıkla vurgulanan diğer yaygın nedenler ise; İlahi Yardım, Şifa ve Bereket Talebi şeklinde sıralanmaktadır. Bireyler, kendileri veya sevdikleri için fiziksel, ruhsal veya sosyal rahatsızlıklara şifa bulma umuduyla, zorluklar karşısında ilahi yardım dilemek, işlerinde veya yaşamlarında bereket ve başarı talep etmek amacıyla kutsal mekânları ziyaret edebilirler. Bazı mekânlar veya türbeler, özellikle belirli rahatsızlıklara şifa verdiğine dair yaygın inanışlar nedeniyle çekim merkezi haline gelir (Nolan ve Nolan, 1992; Vukonić, 1996). Mucize beklentisi veya tanıklığı da bu kategori altında değerlendirilebilir. Adak Adama, Şükran Sunma ve Kefaret: Belirli bir dileğin gerçekleşmesi halinde ziyaret etme sözü (adak) veya gerçekleşen bir iyilik, atlatılan bir badire için teşekkür etme) amacıyla yapılan seyahatler de yaygındır. Ayrıca, işlenen günahlar veya hatalar için af dileme ve kefarete ödeme motivasyonu da bazı ziyaretlerin temelini oluşturabilir. Kültürel, Tarihi ve Sanatsal Merak: İnanç turizmi destinasyonları, genellikle zengin bir tarihi geçmişe, etkileyici mimari eserlere ve önemli sanat koleksiyonlarına ev sahipliği yapar. Bu nedenle, bireyler bu mekânları sadece dini anlamları için değil, aynı zamanda barındırdıkları kültürel miras değerlerini görmek, tarihi olaylar hakkında bilgi edinmek veya estetik bir deneyim yaşamak amacıyla da ziyaret edebilirler. Bu motivasyon, özellikle "dini mekan gezileri" olarak adlandırılan turizm türünde daha baskındır. Sosyal Faktörler ve Kimlik: İnanç turizmi genellikle bireysel bir deneyim olmanın ötesinde güçlü bir sosyal boyuta sahiptir. Aile üyeleri, arkadaşlar veya belirli bir dini cemaatle birlikte seyahat etme, aynı inancı paylaşan bir topluluğun parçası olma hissini yaşama

sosyal bağları güçlendirme ve dini/kültürel kimliği pekiştirme isteği önemli motivasyonlar arasında yer alır (Digance, 2003; Belhassen vd., 2008). Bazen sosyal statü kazanma veya toplumsal beklentileri karşılama gibi dışsal motivasyonlar da bu motivasyonlar arasında yer almaktadır. Kaçış ve Terapi: Kutsal mekânlar, sıklıkla gündelik hayatın stresinden, karmaşasından ve rutininin bir kaçış ve sığınma alanı olarak görülür. Bu mekânların sakinleştirici atmosferi, doğal güzellikleri veya manevi enerjisi, ziyaretçiler için bir tür 'terapötik peyzaj' işlevi görerek zihinsel ve duygusal rahatlama sağlayabilir.

Yapılan araştırma kapsamında, Umre ziyareti gerçekleştiren ve Nur Dağı'na tırmanan kişilerin motivasyonları düşünüldüğünde, yukarıda sayılan genel motivasyonlardan dini görevi ifa etme ve manevi arayışın ön planda olduğu düşünülmektedir. Ancak bunlara ek olarak, İslam tarihi açısından son derece kritik bir olayın yaşandığı Hira Mağarası'nı bizzat görme, Hz. Muhammed'in izlerini ve yaşadığı zorlukları anlama ve o manevi atmosferde bulunarak özel bir bağ kurma gibi daha spesifik motivasyonların da güçlü olduğu değerlendirilmektedir. Hatta dağa tırmanmanın kendisi, bir fiziksel zorluğu aşarak manevi bir adanmışlık gösterme motivasyonu olarak da görülebilmektedir. Özetle, bireylerin inanç turizmi deneyimleri ve bu deneyimlerden duydukları memnuniyet, sahip oldukları bu çeşitli ve iç içe geçmiş motivasyonların kişisel öncelik sıralamasına ve ziyaretleri sırasında bu motivasyonların ne ölçüde karşılandığına veya aşıldığına bağlı olarak şekillenecektir. Bu motivasyonel çeşitliliği anlamak, sunulacak hizmetlerin ve deneyimin tasarımında yol gösterici olacaktır.

Hac ve Umre'nin İnanç Turizmi İçindeki Yeri ve Önemi

İslam dünyası için inanç ve ibadet hayatının merkezinde yer alan Hac ve Umre, aynı zamanda küresel inanç turizmi hareketliliğinin en dikkat çekici, en kitlesel ve en köklü örneklerini oluşturmaktadır. Kökenleri Hz. İbrahim'e kadar dayandırılan ve İslam ile birlikte son şeklini alan bu ibadetler; Suudi Arabistan'ın Mekke şehrinde bulunan Kâbe ve onu çevreleyen kutsal mekânlara yönelik gerçekleştirilen ziyaretlerdir (Peters, 1994). Dünya üzerindeki milyarlarca Müslüman için derin manevi anlamlar, arınma ve Allah'a yakınlaşma vesilesi taşımaktadır. Hac, İslam'ın beş temel şartından biri olarak, sağlık ve maddi imkanları yeterli olan her Müslüman'ın ömründe en az bir kez yerine getirmesi gereken farz bir ibadettir. Yılın belirli bir ayında, Zilhicce ayının özel günlerinde (8-13. günler arası), ihrama girme, Kâbe'yi tavaf etme, Safa ile Merve arasında sa'y yapma, Arafat'ta vakfeye durma, Müzdelife'de konaklama, Mina'da şeytan taşlama ve kurban kesme gibi yoğun ve sembolik anlamlarla yüklü bir dizi ritüelin yerine getirilmesiyle eda edilir (Bianchi, 2004; Long, 2011). Hac, Müslümanlar için sadece bireysel bir arınma ve Allah'a yöneliş değil, aynı zamanda küresel İslam ümmetinin (topluluğunun) birliğini, eşitliğini ve kardeşliğini temsil eden muazzam bir buluşmadır. Umre ise, Hac gibi belirli bir zamanda yapılması zorunlu (farz) olmamakla birlikte, Hz. Muhammed tarafından teşvik edilen ve kuvvetli bir sünnet olarak kabul edilen bir ibadettir. Yılın belirli günleri haricinde daha esnek zaman dilimlerinde gerçekleştirilebilir. Bu nedenle sıkça "küçük hac" olarak da adlandırılmaktadır. Umre, Hac'daki Arafat vakfesi, Müzdelife'de konaklama ve şeytan taşlama gibi bazı ritüelleri içermese de, ihrama girme, Kâbe'nin tavaf edilmesi ve Safa ile Merve tepeleri arasında sa'y yapılması gibi temel ve merkezi ibadetleri kapsamaktadır (Coleman ve Eade, 2004). Hac'ca göre daha kısa süreli olması, daha esnek zamanlaması ve genellikle daha düşük maliyetli olması nedeniyle, her yıl milyonlarca Müslüman tarafından defalarca yerine getirilebilen önemli bir manevi yolculuktur.

Bu iki merkezi ibadet, önceki bölümlerde açıklanan inanç turizmi türleri içinde, şüphesiz hac/ziyaret kategorisinin en somut, en büyük ölçekli ve küresel çapta en bilinen örnekleri arasında yer almaktadır. Özellikle Hac, her yıl dünyanın dört bir yanından gelen, farklı dil, kültür ve etnik kökenden milyonlarca insanı aynı anda, aynı amaçla Mekke'de bir araya getirerek dünyanın en büyük yıllık uluslararası insan hareketliliklerinden birini oluşturmaktadır. Bu durum, Suudi Arabistan'ı küresel inanç turizminin tartışmasız merkezi konumuna getirmekte ve ülke ekonomisi için devasa bir gelir kaynağı yaratmaktadır (Henderson, 2011; Okumus vd., 2012). Umre ziyaretleri ise, Hac gibi belirli bir döneme sıkışmayıp yıl boyunca devam eden daha sürekli ve hacim olarak Hac'dan çok daha büyük

bir ziyaretçi akışı sağlayarak, Mekke ve Medine şehirlerindeki turizm altyapısının ve ilgili hizmet sektörlerinin gelişiminde ve sürdürülebilirliğinde kritik bir rol oynamaktadır. Suudi Arabistan'ın "Vizyon 2030" hedefleri doğrultusunda petrol dışı gelirleri artırma stratejisinin önemli bir parçası olarak, Umre ziyaretçilerinin sayısını artırmaya ve deneyimlerini iyileştirmeye yönelik büyük yatırımlar yapılmaktadır. Bu durum, Umre'nin ekonomik ve lojistik önemini giderek artırmaktadır. Bu devasa organizasyonların yönetimi Suudi Arabistan Hac ve Umre Bakanlığı için büyük bir lojistik ve planlama zorluğudur ve bu süreçlerde teknolojiye giderek daha fazla yararlanılmaktadır (Al-Kodmany, 2011).

Bu çalışmanın da doğrudan konusunu oluşturan Umre ziyareti, yılın büyük bölümünde gerçekleştirilebilmesi ve Hac'ca göre daha erişilebilir yapısıyla, dünya genelindeki milyonlarca Müslüman için hem manevi bir yenilenme fırsatı sunan önemli bir yolculuk hem de inanç turizminin dinamik bir parçasıdır. Umre amacıyla Mekke'ye gelen ziyaretçiler, Kabe'deki temel ibadetlerini yerine getirmenin yanı sıra, genellikle İslam tarihi ve maneviyatı açısından önem taşıyan diğer mekanları da ziyaret programlarına dâhil etmektedirler. Medine'deki Mescid-i Nebevi ziyaretleri bunun en yaygın örneğidir. Bununla birlikte, Mekke'de bulunan ve İslam'ın başlangıcındaki kritik bir olaya sahne olan Nur Dağı ve içindeki Hira Mağarası gibi tarihi ve manevi derinliği olan mekânlar da sıklıkla ziyaret edilmektedir. Bu ziyaretler, Umre deneyimini zenginleştiren ve manevi bağları güçlendiren önemli unsurlar olarak görülmekte olup, mevcut araştırmanın odak noktasını tam da bu ikincil ancak önemli ziyaret noktalarından birindeki ziyaretçi deneyimleri oluşturmaktadır.

Nur Dağı

Mekke şehrinin kuzeydoğusunda, Mescid-i Haram'a yaklaşık 5 kilometre mesafede yer alan Nur Dağı (Cebel-i Nur), İslam tarihi ve maneviyatı açısından müstesna bir öneme sahip olan ikonik bir coğrafi simgedir. Yaklaşık 640 metre yüksekliğe sahip, sarp ve kayalık bir yapıdan oluşan bu dağ, fiziksel görünümünden ziyade, zirvesine yakın bir konumda barındırdığı küçük Hira Mağarası nedeniyle dünya Müslümanları için derin bir anlam taşımaktadır (Watt, 1953; Lings, 1983). Nur Dağı'nın İslam tarihindeki merkezi önemi, İslam Peygamberi Hz. Muhammed'in peygamberlik öncesi dönemde zaman zaman Mekke'nin karmaşasından uzaklaşarak tefekkür ve inziva için sığındığı Hira Mağarası'na ev sahipliği yapmasından kaynaklanmaktadır. Rivayetlere göre, MS 610 yılının Ramazan ayında, Hz. Muhammed 40 yaşındayken, bu mağarada tefekkür halindeyken Cebrail aracılığıyla Allah'tan ilk vahyi almıştır. Alak Suresi'nin ilk beş ayetinin (Yaratan Rabbinin adıyla oku! O, insanı bir alak'tan yarattı. Oku! Rabbin en büyük kerem sahibidir. O, kalemle yazmayı öğretti. İnsana bilmediğini öğretti) nazil olduğu bu olay, İslam dininin başlangıcını ve Kur'an-ı Kerim'in indirilme sürecinin ilk adımını teşkil etmesi bakımından bir dönüm noktasıdır (Guillaume, 1955; Peters, 1994). Bu nedenle mağaranın bulunduğu dağ, vahyin nurunun ilk parladığı yer olması hasebiyle Nur Dağı (Işık Dağı) adını almıştır ve Müslümanlar için büyük bir kutsiyet ve manevi çekim merkezi haline gelmiştir.

Coğrafi konumu ve fiziksel özellikleri, Nur Dağı ziyaretini kendine özgü bir deneyim haline getirmektedir. Dağın zirvesine ve Hira Mağarası'na ulaşım, dik ve engebeli bir patika üzerinden yürüyerek gerçekleştirilmektedir. Tırmanış, kişinin fiziksel kondisyonuna, hava şartlarına ve günün saatine bağlı olarak genellikle 1 ile 2 saat arasında sürmektedir. Bu tırmanış, özellikle yaşlılar veya fiziksel zorlukları olanlar için oldukça meşakkatli olabilmektedir. Patikanın bazı bölümlerinde basamaklar yapılmış olsa da, genel olarak doğal ve zorlu bir güzergahtır. Zirveye yaklaşıldığında Hira Mağarası'na ulaşılır; mağara oldukça küçük, birkaç kişinin ancak sığabileceği dar bir kaya kovuğudur. Bu fiziksel zorluklar, ziyaretçi deneyiminin önemli bir parçasını oluşturmakta ve bazı ziyaretçiler için manevi yolculuğun bir parçası olarak anlam kazanmaktadır. Erişim zorluğu, sıcak hava, kalabalık ve zaman zaman dile getirilen temizlik sorunları gibi faktörler, ziyaretçi memnuniyetini etkileyen temel unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Nur Dağı ve Hira Mağarası ziyareti, Hac veya Umre ibadetlerinin resmi bir parçası olmasa da, özellikle Umre ziyareti için Mekke'ye gelen Müslümanlar arasında son derece yaygın ve popüler bir ziyaret pratiğidir. Umre'nin Hac'ca göre daha esnek bir zaman diliminde yapılabilmesi ve programının

görece daha serbest olması, ziyaretçilere bu tür tarihi ve manevi mekânları keşfetme imkânı sunmaktadır. Müslümanlar, İslam'ın doğuşuna tanıklık eden bu mübarek mekânı bizzat görmek, Hz. Muhammed'in vahiy öncesi inzivaya çekildiği ve ilk vahyi aldığı atmosferi hissetmek, onun izinden yürüyerek manevi bir bağ kurmak ve bu kutsal mekânı feyiz almak gibi motivasyonlarla Nur Dağı'na tırmanmaktadırlar. Dolayısıyla Nur Dağı, Umre deneyimini zenginleştiren, ona tarihi bir derinlik ve farklı bir manevi boyut katan önemli bir tamamlayıcı unsur olarak inanç turizmi pratiği içinde yerini almaktadır. Bu ziyaret sırasında yaşanan deneyimler ve karşılaşılan durumlar, Umre yolculuğunun genel memnuniyetini de etkileyebilmektedir.

Yöntem

Araştırma kapsamında Umre ziyareti amacıyla Nur Dağı'nı ziyaret eden kişilerin deneyimlerine ve memnuniyet düzeylerine ilişkin Tripadvisor platformunda paylaşılan çevrimiçi yorumların analizi sunulmaktadır. Bu kapsamda, öncelikle araştırmanın metodolojik çerçevesi detaylandırılmış ve ardından elde edilen bulgular temalar halinde sunulmuştur. Bu araştırma, Umre ziyaretçilerinin Nur Dağı deneyimlerini ve memnuniyet algılarını Tripadvisor yorumları üzerinden anlamak amacıyla nitel araştırma desenlerinden yararlanılarak tasarlanmıştır. Nitel yaklaşım, katılımcıların deneyimlerini kendi ifadeleriyle derinlemesine anlama ve yorumlama olanağı sunduğu için tercih edilmiştir.

Araştırma Deseni

Araştırmada, çevrimiçi platformlarda paylaşılan metin tabanlı veriler sistematik bir şekilde incelenerek belirli tema ve kategorilerin ortaya çıkarılmasına olanak tanıyan içerik analizi yöntemi benimsenmiştir. İçerik analizi, özellikle metinlerdeki örtük veya açık mesajları, eğilimleri ve örüntüleri belirlemek için uygun bir tekniktir (Metin ve Ünal, 2022). Bu araştırma özelinde, yorumlarda ifade edilen memnuniyet ve memnuniyetsizlik unsurları ile ziyaretçi deneyimini etkileyen faktörlerin tematik olarak analiz edilmesi hedeflenmiştir.

Veri Toplama Süreci ve Analizi

Araştırmanın veri kaynağını, dünyanın en büyük seyahat platformlarından biri olan Tripadvisor'a Nur Dağı hakkında yapılmış ziyaretçi yorumlarından oluşturmaktadır. Tripadvisor, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin) zengin bir örneği olup, turistlerin destinasyonlar, konaklama yerleri, yeme-içme mekanları ve turistik aktiviteler hakkındaki deneyimlerini ve görüşlerini paylaştığı popüler bir platformdur. Araştırma kapsamında Tripadvisor'a 2010 ve 2024 yılları arasında yapılmış, Türkçe ve İngilizce yorumlar incelenmiştir. İlgili yorumlardan Nur Dağı deneyimiyle doğrudan ilgili olmayan, kısa ve anlamsız yorumlar değerlendirme dışı bırakılmıştır. Bu bağlamda da toplam 284 adet (267 İngilizce ve 17 Türkçe) yorum incelenmiştir. Toplanan ziyaretçi yorumları, tematik analiz yaklaşımı kullanılarak analiz edilmiştir. Tematik analiz, veriler içindeki önemli temaları veya örüntüleri belirlemek, analiz etmek ve raporlamak için kullanılan esnek bir nitel analiz yöntemidir (Braun ve Clarke, 2006). Analiz süreci genel olarak şu adımları izlemiştir:

- Veriye Aşına Olma: Tüm yorumlar defalarca okunarak genel bir anlayış geliştirilmiş ve ilk izlenimler not edilmiştir.
- İlk Kodların Oluşturulması: Yorumlardaki anlamlı ifadeler, cümleler veya paragraflar, araştırmanın amaçları doğrultusunda kodlanmıştır. Bu aşamada, özellikle memnuniyet, memnuniyetsizlik ve deneyimi etkileyen faktörlere odaklanılmıştır.
- Temaların Aranması: Oluşturulan kodlar arasındaki ilişkiler incelenerek daha geniş ve kapsayıcı temalar oluşturulmaya çalışılmıştır. Benzer kodlar bir araya getirilerek potansiyel temalar belirlenmiştir.
- Temaların Gözden Geçirilmesi: Oluşturulan temaların veri setiyle ne kadar uyumlu olduğu ve araştırmanın amacına ne kadar hizmet ettiği değerlendirilmiştir. Bazı temalar birleştirilmiş, bazıları ayrılmış veya yeniden adlandırılmıştır.
- Temaların Tanımlanması ve Adlandırılması: Her bir ana tema ve alt tema net bir şekilde tanımlanmış ve isimlendirilmiştir. Her temanın neyi ifade ettiği ve kapsamı belirlenmiştir.

- Raporun Yazılması: Analiz sonuçları, belirlenen temalar etrafında organize edilerek, bulguları destekleyici doğrudan alıntılarla ve anonimleştirilmiş şekilde raporlanmıştır.

Bulgular

Araştırmanın bulgular aşamasında öncelikle ziyaretçi deneyimlerinin karmaşıklığını yansıtan temel örüntüler ve anlam katmanları ortaya çıkarılmıştır. Bu kapsamda Olumlu Deneyim Boyutları ve Memnuniyet Temaları, Olumsuz Deneyim Boyutları ve Memnuniyetsizlik Temaları ve Ziyaretçi Deneyimini Şekillendiren Diğer Kritik Faktörler ve Öneriler olmak üzere üç ana kategori belirlenmiştir. Her bir tema, veri setinden türetilmiş ve ziyaretçi ifadelerinden analitik gücü yüksek, çarpıcı örneklerle somutlaştırılarak; bu ifadelerin altında yatan derinlemesine anlamlar, olası alt temalar ve çıkarımlar analiz edilmiştir.

Olumlu Deneyim Boyutları ve Memnuniyet Temaları

Nur Dağı ziyaretçilerinin yorumlarında, deneyimlerini olumlu yönde etkileyen ve derin bir memnuniyet yaratan temel unsurlar, mekânın fiziksel özelliklerinin ötesine geçerek, ağırlıklı olarak manevi, ruhsal, estetik, duyuşsal ve kişisel başarıyla ilişkili tatminlerle örülüdür. Buna göre olumlu deneyimlerin genellikle birbiriyle etkileşim içinde olduğu ve birbirini güçlendirerek bütüncül bir pozitif algı yarattığı gözlemlenmiştir.

Tema 1. Mekânın Transandantal Anlamı: Kutsallık, Tarihi Derinlik ve Peygamberle Kurulan Manevi Köprü

Veri setindeki en baskın ve merkezi olumlu tema, Nur Dağı ve Hira Mağarası'nın İslam tarihindeki kurucu rolü ve buradan kaynaklanan derin kutsallık atfıdır. Ziyaretçiler, bu mekânı sadece coğrafi bir nokta olarak değil, ilk vahyin inişi gibi İslam inancının temelini oluşturan bir olaya tanıklık etmiş, peygamberin izlerini taşıyan, yaşayan bir tarih ve maneviyat merkezi olarak algılamaktadır. Bu derin anlam yüklemesi, yorumlarda kullanılan yüce, mübarek ve kutsal gibi güçlü ve saygı dolu sıfatlarla ve İslam'ın Pınarı gibi metaforlarla dilsel olarak pekiştirilmektedir. Yapılan yorumlardan birinde (Haziran 2024), *"o mekânda bulunmak, İslami tarihe derin bir ruhani tefekkür ve bağlantı hissi katıyor"* diyerek mekânın tefekküre sevk eden boyutunu vurgulamıştır. Bu tema altında, ziyaretçilerin sadece tarihi bir olayı anmakla kalmayıp, aynı zamanda Hz. Muhammed'in yaşadığı deneyimlerle, onun yalnızlığı, tefekkürü ve karşılaştığı zorluklarla bir nebze de olsa özdeşleşme, onun ayak izlerini takip etmek (Şubat, 2020) ve onunla manevi bir köprü kurma arzusu da belirginleşmektedir. Diğer bir katılımcı (Mayıs, 2013) bu durumu *"sevgili elçimizin ayak izlerini yeniden yaşamaya çalışmak"* olarak ifade etmiştir. Bu özdeşleşme çabası, ziyaretin sıradan bir turistik aktiviteden ziyade, derin bir kişisel ve kolektif iman yolculuğuna, bir tür zamanlar arası manevi diyaloga dönüşmesinde kilit bir faktördür.

Tema 2. Yoğun Manevi Deneyim ve Duygusal Zirve Anları: Huzur, Heyecan ve Gerçeküstülük

Kutsallık algısıyla sıkı sıkıya bağlı ve ondan beslenen bir diğer güçlü tema, ziyaretçilerin Nur Dağı'nda, özellikle Hira Mağarası'nda ve zirvede yaşadıkları yoğun manevi tatmin ve derin duygusal etkilenimdir. Yorumlarda inanılmaz duygu, heyecan verici, huzur verici, ruh tazeleyici, yüceltici bir ruhani deneyim, gerçeküstü tarif edilemez bir his ve sihirli an gibi ifadelerin sıklığı, deneyimin sıradanlığın ötesine geçtiğini ve ziyaretçilerde güçlü duygusal rezonanslar yarattığını göstermektedir. Bir yorumda (Aralık, 2023) *"Hira Mağarası'na ulaştığımızda çok duygulandım, Hz. Muhammed'in bulunduğu yerde olmak gerçeküstüydü"* derken, bu ifadeler mekânla kurulan derin duygusal bağın ve tarihi figürle özdeşleşmenin yarattığı hissi vurgulamaktadır. Bu, ziyaretçinin gündelik gerçeklikten koparak daha yüksek bir manevi boyuta ulaştığı bir tür liminal deneyime işaret etmektedir. Fiziksel zorluklara rağmen bu manevi kazancın *"her şeye değdiği"* yönündeki yaygın kanı (Eylül, 2017), ziyaret motivasyonunun ne denli güçlü olduğunu ve deneyimin öznel değerlendirmesinde manevi faktörlerin baskın çıktığını göstermektedir. Diğer bir yorumda (Temmuz, 2016) *"oraya vardığınızda tüm mevcut yaşam tarzınızı ve geleceğe dair şeyleri unutacak ve mütevazı bir kalple geçmişte kaybolacaksınız"* ifadesi, mekânın zaman ve mekân algısını değiştirerek derin bir

işsel yolculuğa ve alçakgönüllülüğe sevk etme gücünü ortaya koymaktadır. Bu manevi deneyim, aynı zamanda “*huzur ve sükûnet*” (Nisan, 2016) olarak da tanımlanmakta ve ziyaretçilerin işsel bir dinginliğe ulaştığını göstermektedir.

Tema 3. Panoramik Seyir, Estetik Tatmin ve Tefekkür Fırsatı: Yücelik ve Kayıp İkilemi

Nur Dağı'nın zirvesinden Mekke şehrine, Kâbe'ye ve çevresindeki dağlara hâkim olan panoramik manzara, ziyaretçiler için önemli bir estetik tatmin ve tefekkür fırsatı sunmaktadır. Bu manzara, sadece görsel bir zevk kaynağı olmakla kalmayıp, aynı zamanda ziyaretçilerin kendilerini daha geniş bir coğrafi, tarihi ve manevi bağlam içinde konumlandırmalarına, dünyanın geçiciliği ve yaratılışın büyüklüğü üzerine düşünmelerine olanak tanımaktadır. Yapılan bir yorum (Mart, 2024), “*manzaralar olağanüstü ve ruhu mütevazılaştıran tırmanış zihinsel durumunuzu iyi bir yere koyuyor*” diyerek manzaranın ruhsal bir arınma ve zihinsel dinginlik sağladığını belirtmiştir. Ancak, son yıllarda artan yapılaşma nedeniyle Kâbe manzarasının engellenmesi de yorumlarda sıklıkla eleştirilmektedir. Bu konuda yapılan bir yoruma göre (Şubat, 2020) “*eskiden her yerden Kâbe'yi görebiliyorduk ama şimdi yeni inşaatlar ve binalarla bu pek mümkün değil*” modernleşmenin kutsal peyzaj üzerindeki olumsuz etkileri gözler önüne serilmektedir. Diğer bir yorumda da bu durum (Aralık, 2024) “*ne yazık ki, Kâbe'nin görünümü yüksek binalar tarafından engelleniyor*” şeklinde ifade edilmiştir. Bu durum, ziyaretçilerin manzara deneyiminde bir eksiklik veya hayal kırıklığı yaşamasına neden olabilmektedir.

Tema 4. Gece ve Şafak Vaktinin Büyüleyici ve Huzurlu Atmosferi: Zamanın Kutsallaştırılması

Günün belirli zaman dilimlerinde, özellikle gece ve sabahın erken saatlerinde yapılan ziyaretlerin, Nur Dağı'nın atmosferini farklı, daha sakin, daha serin ve manevi yoğunlaşmaya daha elverişli kıldığı yönünde güçlü bir konsensüs bulunmaktadır. Bu, ziyaretçilerin zamanı da deneyimin bir parçası olarak kutsallaştırdığını göstermektedir. Bir ziyaretçi (Eylül, 2024), “*gün doğumuna kadar kaldık ve güneşin dağların ardından yükselişini izlemek gerçekten dingin ve huşu uyandıran bir andı*” diyerek bu özel anın etkisini vurgulamıştır. Diğer bir ziyaretçi “*gece ziyaretleri de benzer bir büyüye sahiptir*” şeklinde bu durumu ifade etmektedir. Bu zaman dilimleri, hem iklimsel zorlukları minimize etmekte hem de ziyaretçilere daha kişisel ve tefekküre dayalı bir deneyim sunarak, “*ismi gibi nurlu bir yer*” (Ağustos, 2017) algısını pekiştirmektedir.

Tema 5. Yeni Hira Kültür Merkezi ve Vahiy Sergisi: Bilgilendirici, Konforlu ve Alternatif Bir Deneyim Alanı

Özellikle son dönem (2023-2024) İngilizce yorumlarda belirginleşen bu yeni tema, Nur Dağı'nın eteklerinde kurulan “Hira Kültür Merkezi” ve içerisindeki “Vahiy Sergisi”nin ziyaretçi deneyimine olumlu ve önemli bir katkı sunduğunu göstermektedir. Bir ziyaretçi (Aralık, 2024), bu merkezi “*modern dükkanlar, restoranlar, bir mescit ve hoş bir çevreye sahip yeni bir turistik kompleks, kalabalıktan kaçmak için harika bir yer*” olarak tanımlarken, serginin ise “*Kur'an'ın nasıl vahyedildiğinin tarihini açıklayan, olağanüstü sürükleyici bir multimedya sergisi*” olduğunu ve “*sitenin tarihi önemi üzerine düşünmek için çok daha iyi bir yol*” sunduğunu belirtmiştir. Bu yeni tesis, özellikle dağa tırmanışın zorluklarını yaşamak istemeyen veya yaşayamayacak olanlar için değerli bir alternatif ve tamamlayıcı deneyim sunmakta, aynı zamanda tırmanış öncesi veya sonrası için de zenginleştirici bir durak işlevi görmektedir. Bu gelişme, ziyaretçi beklentilerindeki çeşitliliğe cevap verme ve mekânın sadece fiziksel tırmanıştan ibaret olmadığını, farklı erişim ve anlama biçimlerine de olanak tanıdığını göstermesi açısından önemlidir. Bu, aynı zamanda kutsal mekân yönetiminde modern yaklaşımların ve teknoloji kullanımının potansiyelini de ortaya koymaktadır.

Olumsuz Deneyim Boyutları ve Memnuniyetsizlik Temaları

Ziyaretçilerin Nur Dağı deneyimleri, derin manevi tatminin yanı sıra, her iki dildeki yorumlarda da benzer şekilde ve sıklıkla yankılanan önemli zorluklar, hayal kırıklıkları ve sert eleştiriler içermektedir. Bu olumsuzluklar, genellikle fiziksel çevre koşulları, altyapı yetersizlikleri, yönetsel eksiklikler, diğer ziyaretçilerin davranışları ve güvenlik endişeleri etrafında kümelenmektedir. Bu

temalar, kutsal mekânın manevi atmosferini ve ziyaretçi memnuniyetini doğrudan tehdit eden unsurlar olarak analiz edilmiştir. Bu sorunların birbiriyle bağlantılı olduğu ve ziyaretçi deneyiminde bir tür sorunlar yumağı oluşturduğu gözlemlenmiştir.

Tema 1. Tırmanışın Ergo-Fiziksel Meydan Okuması ve Erişilebilirlik Engelleri: Hayati Bir Sınav

Veri setindeki en yaygın ve en güçlü memnuniyetsizlik kaynağı, Nur Dağı'na tırmanışın içerdiği ciddi fiziksel zorluklardır. Bir ziyaretçi (Mart, 2023) bu durumu *"tek bir hata sizi yaralayabilir veya öldürebilir"* şeklinde ifade etmiştir. Bu ifade, deneyimin sadece zorlayıcı değil, aynı zamanda hayati riskler taşıyabileceği algısını ve tekrar ziyaret arzusunu ortadan kaldıracak kadar olumsuz bir izlenim bıraktığını göstermektedir. Patikaların ve merdivenlerin dikliği, düzensizliği de olumsuz deneyimlerden biri olarak ifade edilmiştir (Kasım, 2022). Diğer bir ziyaretçi (Aralık, 2024), zeminin kayganlığını ve yeni rotanın son üçte birlik kısmında aydınlatma eksikliği olduğundan bahsetmiştir. Ayrıca özellikle yaşlılar, sağlık sorunları olanlar, küçük çocuklar, aşırı kilolular ve engelliler için güvenlik riskleri bulunduğu söz edilmektedir (Aralık, 2016). Bu durum, mekanın kutsallığına ulaşma arzusunun önünde caydırıcı bir fiziksel engel olarak algılanmakta ve bazı ziyaretçilerin *"dağa tırmanmadım çünkü gücüm olduğunu sanmıyorum"* (Mart, 2017) gibi ifadelerle ziyareti yarıda bırakmasına veya hiç denememesine neden olmaktadır.

Tema 2. Yoğunluk Yönetimi Krizi ve Kutsal Mekâna Erişimde Yaşanan Kaos: Maneviyatın İhlali

Özellikle Hira Mağarası gibi son derece sınırlı fiziksel kapasiteye sahip kutsal noktalarda yaşanan aşırı kalabalık ve bu yoğunluğu yönetmeye yönelik etkin bir sistemin bulunmaması da şiddetle eleştirilen konulardan biridir. Bir ziyaretçi (Kasım, 2022) bu durumu *"giriş birbirini iten, kakan ve bağırان insanlarla dolu, neredeyse eziliyordum"* şeklinde ifade etmiştir. Diğer bir ziyaretçi (Aralık, 2024) ise *"kalabalıklar ulaşımı imkânsız hale getirdi"* diyerek, kalabalığın deneyimin anlamsal ve manevi boyutunu nasıl tahrip ettiğini vurgulamıştır. Bu durum, ziyaretin en anlamlı olması beklenen kısmını, maneviyatı arayan bireyler için bir hayal kırıklığına, hatta bir eziyete dönüştürmektedir.

Tema 3. Çevresel İhmal ve Kutsallıkla Bağdaşmayan Kirlilik Manzaraları: Estetik ve Etik Bir Sorun

Ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğunun derin bir üzüntü, hayal kırıklığı ve hatta öfkeyle dile getirdiği bir diğer kritik memnuniyetsizlik kaynağı ise Nur Dağı ve çevresindeki çöp ve kirliliktir. Bir ziyaretçi (Aralık, 2024) bu durumu *"çok fazla çöp var, hatta bazen insanlara ait görmemeniz gereken çöpleri bile görüyorsunuz"* diyerek eleştirmiştir. Bu kirlilik, mekâna atfedilen kutsallıkla kabul edilemez bir tezat oluşturmakta, ziyaretçilerin saygı beklentileriyle çelişmekte ve mekânın ruhani atmosferini zedelemektedir. Bir başka ziyaretçi (Eylül, 2024) ise durumu *"buraya hiç yakışmayan derecede kirlili ve çöplerle dolu"* şeklinde nitelemiştir. Bazı ziyaretçiler ise *"lütfen çöpleri sadece çöp kutularına atın"* (Ağustos 2019) gibi çağrılar ile sorunun vahametini yansıtmaktadır.

Tema 4. Altyapısal Yetersizlikler ve Algılanan Sistemik İlgisizlik: Güven ve Saygı Erozyonu

Temel altyapı hizmetlerinin eksikliği ya da tamamen yokluğu ve genel olarak Suudi yetkililerin mekana yeterince özen göstermediği yönündeki güçlü ve yaygın algı, önemli bir eleştiri nedeni olarak sıklıkla dile getirilmektedir. Bir ziyaretçi (Aralık, 2024) durumu *"hiçbir güvenlik kuvveti ya da hükümet tarafından görevlendirilen kimse yok"* şeklinde ifade etmiştir. Bu "ilgisizlik" algısı, sadece fiziksel bir konfor eksikliği yaratmanın ötesinde, manevi bir hayal kırıklığına ve destinasyon yönetimine yönelik güvenin sarsılmasına yol açmaktadır. Ancak, bu genel algıyla kısmen çelişen bir şekilde, bir başka ziyaretçi (Eylül, 2024) *"kutsal alanı koruyan birçok temizlikçi"* gördüğünü belirtmiştir.

Tema 5. Güvenlik Kaygıları, Konforu Bozan Etkenler ve Taciz Edici Durumlar: Huzursuz Bir Ziyaret

Yorumlarda maymunların varlığı ve bazen yiyecek veya eşya çalma potansiyelleri (Temmuz 2015), dilencilerin ısrarcı tavırları, bazı satıcıların aşırı fiyat uygulamaları (Mart, 2024) ve nadiren de olsa yankesicilik gibi güvenlik ve konforu tehdit eden unsurlar (Temmuz 2016), ziyaretçiler için önemli

bir stres, endişe ve rahatsızlık kaynağı olarak yorumlarda yer almaktadır. Bu tür durumlar, ziyaretin genel huzurunu ve manevi odaklanmayı olumsuz etkileyen faktörler arasında sıralanmaktadır.

Ziyaretçi Deneyimini Şekillendiren Diğer Kritik Faktörler ve Öneriler

Tematik analiz, doğrudan memnuniyet veya memnuniyetsizlik ifadelerinin ötesinde, ziyaretçi deneyimini proaktif bir şekilde şekillendirmeye yönelik stratejileri, gözlemleri ve pratik önerileri de zengin bir şekilde ortaya koymuştur. Bu bulgular, ziyaretçilerin pasif alıcılar olmadıklarını, aksine zorlu koşullara rağmen kendi deneyimlerini aktif olarak yöneten ve şekillendiren öznel olduklarını göstermektedir.

Tema 1: Deneyimi Optimize Etmeye Yönelik Proaktif Stratejiler: Bilinçli Zamanlama, Kapsamlı Hazırlık ve Adapte Edilmiş Davranışlar

Ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğu, olumsuz koşulları bertaraf etmek veya etkilerini en aza indirmek ve manevi deneyimi daha anlamlı kılmak için bilinçli stratejiler geliştirmekte ve bu deneyimlerini diğer ziyaretçilerle aktif olarak paylaşmaktadır. Ziyaretçiler tarafından yapılan yorumların birinde (Temmuz, 2016) *"ziyaret için en iyi zaman fecrin hemen sonrası, taksi şoförüne sizi dağın eteğine götürmesini söyleyin"* zamanlama önerilerinde bulunulurken; diğer bir yorumda (Ocak, 2023) *"tırmanırken acele etmeyin, yarışmayın, zikir yapın ve yukarı çıkarken ve aşağı inerken dua edin"* şeklinde manevi bir pratiği fiziksel eylemle birleştirme tavsiyesi vermektedir. Bu türden, ziyaret zamanlaması, yanlarına almaları gerekenler, tırmanış sırasındaki davranış biçimleri ve hatta taksi ücretleri gibi konularda verilen detaylı ve pratik tavsiyeler, ziyaretçiler arasında güçlü bir kolektif deneyim bilgisinin oluştuğunu ve yaygınlaştırıldığını göstermektedir.

Tema 2: Çaba-Karşılık Dengesi: "Zor Ama Değer" Paradoksunun Evrensel Yankısı ve Anlam Yaratma Süreci

Ziyaretçiler tarafından yapılan hem Türkçe hem de İngilizce yorumlarda son derece belirgin ve evrensel bir şekilde tekrar eden *"zor ama değer"* ifade kalıbı, Nur Dağı ziyaretçi deneyiminin temel psikolojik ve motivasyonel dinamiğini oluşturmaktadır. Bir ziyaretçi (Eylül, 2024) *"zordu ve içimde bunu yapabilecek hiç güç yoktu ama değdi"* diyerek bu durumu çarpıcı bir şekilde özetlemiştir. Fiziksel zorluklar kabul edilirken, ulaşılan manevi tatmin, tarihi önemle yüzleşme ve kişisel başarı hissi bu zorlukları anlamlı kılmaktadır. Bir başka ziyaretçi (Nisan, 2016) ise *"mağarada namaz kıldıktan sonra öyle bir huzur ve dinginlik veriyor ki, bütün yorgunluğu unutuyorsunuz."* diyerek manevi deneyimin fiziksel yorgunluğu nasıl dönüştürdüğünü ifade etmiştir. Bu durum, ziyaretçilerin yüksek bir içsel motivasyona sahip olduklarını ve belirli bir fedakârlık karşılığında derin bir manevi ve duygusal mükâfat elde etme beklentisi içinde olduklarını göstermektedir.

Tema 3: Yeni Rota, Hira Kültür Merkezi ve Değişen Erişim Dinamikleri: İyileşme Umudu ve Devam Eden Zorluklar

Özellikle daha güncel zamanlarda yapılan yorumlar incelendiğinde, tırmanış için başlangıç noktasının "Hira Kültür Merkezi" olarak değiştiği ve yeni bir rota kullanıldığına dair önemli bilgilere ulaşılmaktadır. Bu konu ile ilgili yorum yapan ziyaretçilerden biri (Aralık, 2023) *"Başlangıç noktası ve güzergâh 3 gün önce değiştirilmişti. Yeni başlangıç noktamız olan Hira Kültür Merkezi'ne başka bir taksiyle gitmek zorunda kaldık"* şeklinde durumu ifade etmiştir. Bu yeni rota, bazı ziyaretçi yorumlarına göre kısmen aydınlatılmış ve daha düzenli bir patika ve merdiven seçeneği sunmaktadır. Ancak patikanın son üçte birlik kısmının hala zorlu ve aydınlatmasız olduğu da yine yorumlardan anlaşılmaktadır. Bir ziyaretçi (Aralık, 2024) bu durumu *"yolun son üçte birlik kısmı aydınlatmasız ve dik basamaklardan oluşuyor"* şeklinde ifade etmiştir. Hira Kültür Merkezi'nin kendisi ise modern olanakları ve özellikle "Vahiy Sergisi" ile olumlu bir başlangıç noktası ve alternatif bir kültürel ve eğitsel deneyim alanı olarak değerlendirilmektedir. Ziyaretçilerden biri (Aralık, 2024) bu durumu *"tarihi önemini yansıtanın çok daha iyi bir yolu"* diyerek özetlemiştir. Bu gelişmeler, ziyaretçi deneyiminin statik olmadığını, yapılan düzenlemelerle sürekli olarak evrildiğini ve bu değişimlerin ziyaretçi algılarını doğrudan etkilediğini göstermektedir.

Sonuç ve Öneriler

Mekke şehrinin ve İslam âleminin en ikonik simgelerinden biri olan Nur Dağı, barındırdığı Hira Mağarası ile birlikte, özellikle Umre amacıyla kutsal topraklara gelen milyonlarca Müslüman için vazgeçilmez bir ziyaret noktasıdır. Bu çalışmada, ziyaretçilerin bu önemli mekâna dair deneyimlerini ve algılarını yansıttıkları Tripadvisor yorumları üzerinden gerçekleştirilen nitel içerik analizi, Nur Dağı deneyiminin derin bir ikilem ve belirgin bir paradoks üzerine kurulu olduğunu net bir şekilde ortaya koymuştur. Araştırma bulgularına göre bir yanda, mekânın ruhani ve tarihi derinliğinden kaynaklanan yüce bir manevi tatmin; diğer yanda ise fiziksel ve yönetsel koşulların yarattığı ciddi zorluklar ve hayal kırıklıkları yer almaktadır.

Analiz edilen yorumlar, ziyaretçilerin Nur Dağı'na atfettiği olağanüstü kutsallık ve tarihi önemin, deneyimin temelini oluşturan en güçlü pozitif unsur olduğunu göstermiştir. Burası, İslam inancının başlangıç noktası, ilk vahyin indiği ve Hz. Muhammed'in, peygamberlik öncesi inzivaya çekildiği yer olması nedeniyle, ziyaretçiler için sadece coğrafi bir mekân değil, aynı zamanda yaşayan bir tarih, maneviyatın kaynağı ve ilahi olanla temas noktası olarak algılanmaktadır. Yorumlarda kullanılan "*mübarek*", "*kutsal*", "*ruhani*", "*ikonik*", "*İslam'ın Pınarı*" gibi ifadeler ve "*Peygamberin ayak izlerini takip etmek*" şeklindeki beyanlar, bu derin anlam yüklemesini ve peygamberle kurulan zamansız manevi köprüyü somutlaştırmaktadır. Bu durum, Eliade'nin (1959) "*kutsal mekân*" kavramıyla ve bu mekânların bireyler için taşıdığı dönüştürücü güçle örtüşmektedir. Bu kutsallık algısı, ziyaretçilerde yoğun duygusal ve spiritüel tepkiler uyandırmaktadır. "*inanılmaz bir duygu*", "*tüyler ürpertici*", "*huzur verici*", "*ruh tazeleyici*", "*gerçeküstü bir deneyim*" gibi ifadeler, ziyaretin sıradan bir turistik aktivitenin çok ötesinde, derin bir içsel yolculuk ve manevi arınma potansiyeli taşıdığını göstermektedir. Bu yoğun manevi deneyim, literatürde sıklıkla vurgulanan temel motivasyonlardan olan manevi arayış, ilahi yakınlık hissi ve kişisel dönüşüm beklentileriyle de doğrudan ilişkilidir (Smith, 1992; Vukonić, 1996; Kim vd., 2020).

Tırmanışın ardından ulaşılan zirveden sunulan panoramik Mekke manzarası, ziyaretçiler için önemli bir estetik tatmin ve tefekkür kaynağıdır. Bu manzara, yaratılışın büyüklüğü ve dünyanın geçiciliği üzerine düşünme fırsatı sunarken, aynı zamanda coğrafi bir hâkimiyet hissi vermektedir. Ancak, artan yapılaşma nedeniyle Kâbe manzarasının engellenmesi, bu beklentinin karşılanamamasının yarattığı hayal kırıklığını ve modernleşmenin kutsal peyzaj üzerindeki etkilerine dair eleştirileri de beraberinde getirmektedir. Gece ve şafak vakti yapılan ziyaretlerin tercih edilmesi ise, hem iklimsel zorlukları azaltması hem de daha sakin, mistik ve kişisel bir deneyim sunması açısından önemlidir. Bu durum, zamanın da mekân algısını ve manevi deneyimin kalitesini etkileyen bir faktör olduğunu göstermektedir. Ayrıca Nur Dağı eteklerinde kurulan Hira Kültür Merkezi ve Vahiy Sergisi, özellikle son dönem yorumlarında belirginleşen yeni ve olumlu bir gelişmedir. Bu modern tesis, sunduğu bilgilendirici içerik ve tırmanışa bir alternatif veya tamamlayıcı deneyim sunması açısından takdir edilmektedir. Bu merkez, hem fiziksel olarak tırmanış yapamayacak ziyaretçiler için mekânın anlamıyla bağ kurma imkânı sağlamakta hem de tırmanış öncesi/sonrası bilgi ve dinlenme ihtiyacını karşılamaktadır. Bu durum, kutsal mekân yönetiminde ziyaretçi çeşitliliğini gözeten ve teknolojik imkânları kullanan modern yaklaşımların potansiyelini göstermesi açısından önemlidir.

Derin manevi anlam ve beklentilere rağmen, ziyaretçilerin Nur Dağı deneyimi, Tripadvisor yorumlarına yansıyan ciddi ve yaygın olumsuzluklarla gölgelenmektedir. Bu olumsuzluklar, mekânın manevi atmosferini ve ziyaretçi memnuniyetini doğrudan tehdit etmektedir. En belirgin ve en sık dile getirilen sorun, dağa tırmanışın içerdiği aşırı fiziksel zorluktur. Patikaların ve merdivenlerin dik, düzensiz, bakımsız ve yer yer aydınlatmasız olması, özellikle yaşlılar, kronik sağlık sorunları olanlar, küçük çocuklar ve fiziksel kondisyonu düşük bireyler için sadece bir zorluk değil, aynı zamanda ciddi bir güvenlik riski ve erişilebilirlik engeli oluşturmaktadır. Bu durum, mekânın kapsayıcılığını sorgulatmakta ve potansiyel ziyaretçiler için caydırıcı bir faktör olabilmektedir. Ayrıca mekânın popülerliği ve sınırlı fiziksel kapasitesi nedeniyle yaşanan aşırı kalabalık ve etkin bir kalabalık yönetiminin eksikliği, ziyaretin kalitesini düşüren temel faktörlerden biri olarak ifade edilmiştir. Mağara girişindeki itiş kakış, uzun bekleme süreleri ve gürültü ziyaretçilerin manevi odaklanmasını

imkânsız hale getirebilmekte ve kutsal bir mekâna yakışmayan kaotik bir ortam yaratabilmektedir. Bu durum, literatürdeki taşıma kapasitesi kavramının aşılması ve bunun sonucunda deneyim kalitesinin düşmesi durumunun da belirgin bir örneği olarak literatürle paralellik göstermektedir (Butler, 1980).

Olumuz deneyimler ile ilgili üçüncü ve belki de en rahatsız edici sorun, dağ güzergâhı boyunca ve zirvede gözlemlenen yaygın kirlilik ve çöp yığınlarıdır. Plastik şişelerden yiyecek artıklarına, hatta insan dışkısına kadar çeşitli atıkların varlığı, ziyaretçiler tarafından mekânın kutsallığına yapılmış bir saygısızlık olarak algılanmakta ve derin bir hayal kırıklığı, üzüntü ve öfkeye neden olmaktadır. Bu durum, hem ziyaretçi davranışlarının hem de yetkililerin temizlik ve atık yönetimi konusundaki eksikliklerinin bir göstergesi olarak görülmektedir. Bu durum mekânın estetik ve ruhani değerini ciddi şekilde zedelemektedir. Dördüncü olarak, tuvaletlerin yetersizliği veya yokluğu, düzenli çöp toplama hizmetlerinin eksikliği, patika ve merdivenlerin bakımsızlığı, yetersiz aydınlatma, dinlenme alanlarının yokluğu gibi temel altyapı ve hizmet eksiklikleri ile birlikte, ziyaretçilerde yetkili kurumların mekâna yeterince ilgi ve özen göstermediği yönünde güçlü bir algı oluşmuştur. Bu ilgisizlik algısı, sadece fiziksel konforu azaltmakla kalmamakta, aynı zamanda manevi bir hayal kırıklığına ve destinasyon yönetimine duyulan güvenin sarsılmasına yol açmaktadır. Son olarak, güzergah üzerindeki ısrarcı dilencilerin ve fahiş fiyat uygulayan satıcıların yarattığı rahatsızlıklar ile nadiren de olsa bildirilen yankesicilik gibi olaylar, ziyaretçiler için ek bir stres, endişe ve güvenlik kaygısı kaynağı oluşturmaktadır. Bu durumlar, ziyaretin genel huzurunu bozmakta ve manevi odaklanmayı zorlaştırmaktadır.

Tüm bu olumlu ve olumsuz deneyimlerin kesişim noktasında, yorumlarda evrensel bir yankı bulan "*zor ama değer*" ifadesi yer almaktadır. Bu ifade, Nur Dağı ziyaretçi deneyiminin temelindeki paradoksu mükemmel bir şekilde özetlemektedir. Ziyaretçiler, karşılaştıkları tüm fiziksel zorlukları, kalabalığı, kirliliği ve yönetsel eksiklikleri kabul etmekte, ancak mekânın sunduğu derin manevi anlam, tarihi önemle yüzleşme ve kişisel bir adanmışlığı gerçekleştirme hissinin bu zorluklara katlanmaya değdiğini düşünmektedirler. Bu durum, inanç temelli motivasyonların ne kadar güçlü olabileceğini ve bireylerin manevi bir ödül beklentisiyle önemli fedakârlıklara katlanabileceğini göstermektedir. Hatta bazıları için, fiziksel zorluğun kendisi, manevi yolculuğun bir parçası, bir tür nefis mücadelesi veya peygamberin yaşadığı zorluklarla duygudaşlık kurma yolu olarak anlam kazanabilmektedir. Ayrıca, ziyaretçilerin bu zorlu deneyimle başa çıkmak için pasif kalmadıkları, aksine proaktif stratejiler geliştirdikleri ve bu bilgileri Tripadvisor gibi kullanıcı tarafından oluşturulan içerik platformları aracılığıyla diğer potansiyel ziyaretçilerle aktif olarak paylaştıkları görülmüştür. Yorumlar, sadece bir memnuniyet/memnuniyetsizlik ifadesi olmanın ötesinde, bir tür kolektif akıl, pratik rehberlik ve beklenti yönetimi aracı işlevi görmektedir. Bu durum, çevrimiçi platformların, özellikle yönetimi ve bilgilendirmesi yetersiz olabilen destinasyonlar için, seyahat karar verme sürecindeki ve deneyim yönetimindeki artan önemini ve etkisini ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak Nur Dağı ziyareti, Tripadvisor yorumlarına göre, ziyaretçilere hem unutulmaz manevi anlar yaşatan hem de onları ciddi fiziksel ve çevresel zorluklarla karşı karşıya bırakan, çelişkilerle dolu bir deneyimdir. Mekânın sahip olduğu muazzam tarihi ve dini sermaye, ziyaretçi akışını sağlamada temel itici güçtür. Ancak mevcut altyapı yetersizlikleri, yönetsel boşluklar ve çevresel sorunlar, bu potansiyelin tam olarak hayata geçirilmesini engellemekte, ziyaretçi memnuniyetini düşürmekte ve mekânın uzun vadeli sürdürülebilirliğini tehdit etmektedir. Kutsal mekânın ruhuna ve önemine yakışır, saygılı ve sürdürülebilir bir ziyaretçi deneyimi sunulabilmesi için acil ve kapsamlı iyileştirmelere ihtiyaç duyulmaktadır. Araştırma bulguları ve yapılan tartışmalar ışığında, Nur Dağı'ndaki ziyaretçi deneyimini iyileştirmek, mekânın fiziksel ve manevi bütünlüğünü korumak ve sürdürülebilir bir yönetim modeli oluşturmak amacıyla ilgili paydaşlara yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Uygulayıcılar İçin Öneriler

Güzergâh İyileştirmesi: Tırmanış rotası, profesyonel dağ yolu mühendisliği prensipleriyle, çevreye minimum etkiyle yeniden tasarlanmalıdır. Bu kapsamda; basamak yükseklikleri ergonomik standartlara getirilmeli, genişlikleri artırılmalı ve yüzeyleri kaymaz, dayanıklı malzemelerle kaplanmalıdır. Özellikle dik ve dar bölümlerde sağlam korkuluklar veya tutunma halatları tesis edilmelidir. Güzergâh boyunca, özellikle gece tırmanışları için, güneş enerjisiyle çalışan, çevreye duyarlı ve yeterli aydınlatma sistemi kurulmalıdır. Patikanın düzenli olarak molozlardan, taşlardan temizlenmesi ve periyodik bakımı için bir program oluşturulmalıdır.

Dinlenme ve Temel İhtiyaç İstasyonları: Güzergâh üzerinde manzarayı kapatmayacak şekilde konumlandırılmış, gölgelikli, oturma bankları olan, küçük ilk yardım malzemeleri ve acil durum iletişim noktaları içeren güvenli dinlenme istasyonları kurulmalıdır. Bu istasyonlarda veya stratejik noktalarda yeterli sayıda ve sağlıklı kadın ve erkekler için ayrı tuvaletler mutlaka sağlanmalıdır.

Atık Yönetimi Sistemi: Güzergâh boyunca ve zirvede, hayvanların erişemeyeceği şekilde tasarlanmış, yeterli sayıda ve kapasitede çöp kutuları yerleştirilmelidir. Bu kutuların düzenli boşaltılması ve atıkların dağdan uygun şekilde uzaklaştırılması için özel ekipler ve lojistik bir plan oluşturulmalıdır. Geri dönüştürülebilir atıklar için ayrı kutular teşvik edilebilir.

Güvenlik Personeli ve İlk Yardım: Güzergâh üzerinde ve zirvede, özellikle yoğun saatlerde, görünürlüğü yüksek, iletişim kurabilen güvenlik ve yardımcı personel bulundurulmalıdır. Bu personel hem düzeni sağlama hem de acil durumlarda ilk müdahaleyi yapma veya yardım çağırma görevini üstlenmelidir. Stratejik noktalarda temel ilk yardım malzemelerinin bulunduğu noktalar ve/veya mobil ilk yardım ekipleri hazır bulundurulmalıdır.

Ziyaretçi Akışı ve Kalabalık Yönetimi

Kapasite Belirleme ve Kontrol: Özellikle Hira Mağarası gibi kritik noktaların anlık taşıma kapasitesi belirlenmeli ve bu kapasitenin aşılmaması için önlemler alınmalıdır. Bu, belirli zaman aralıklarında sınırlı sayıda ziyaretçinin kontrollü bir şekilde içeri alınması şeklinde uygulanabilir.

Sıra Yönetimi Sistemleri: Mağara girişinde veya yoğun noktalarda fiziksel bariyerlerle düzenli bir sıra oluşturulmalı ve bu sıranın işleyişi personel tarafından denetlenmelidir. Teknolojik çözümler fizibilite açısından değerlendirilmelidir.

Yönlendirme ve Bilgilendirme: Yoğun dönemlerde iniş ve çıkış için farklı güzergâhlar kullanılması veya tek yönlü akış sağlanması gibi düzenlemeler yapılabilir. Ziyaretçilere mevcut yoğunluk durumu ve tahmini bekleme süreleri hakkında başlangıç noktasında ve güzergâh üzerinde bilgi verilmelidir.

Yoğun Olmayan Zamanların Teşviki: Ziyaretlerin gün içine daha dengeli yayılmasını sağlamak amacıyla, yoğun olmayan saatlerde ziyaretin avantajları vurgulanmalı ve bu saatlerde ziyaret teşvik edilmelidir.

Çevre Koruma, Kutsallığa Saygı ve Bilinçlendirme

"Temiz Nur Dağı" Kampanyası: Düzenli temizlik operasyonlarının yanı sıra, güçlü bir iletişim stratejisiyle desteklenen sürekli bir bilinçlendirme kampanyası yürütülmelidir. Bu kampanya, farklı dillerde hazırlanmış görsel materyaller, kısa videolar, sosyal medya mesajları ve Hira Kültür Merkezi'ndeki sunumlar aracılığıyla ziyaretçilere ulaşmalıdır. Kampanyanın ana mesajları; çevreye çöp atmamanın dini ve ahlaki sorumluluğu, mekânın kutsallığına saygı, gürültü yapmama, duvarlara yazı yazmama gibi konuları kapsamalıdır.

Eğitim ve Farkındalık: Tur operatörleri ve rehberler, turlar öncesinde ziyaretçileri Nur Dağı'nın tarihi önemi, ziyaret adabı ve çevreye karşı sorumlulukları konusunda bilgilendirmelidir. Hira Kültür Merkezi, bu eğitim ve farkındalık çalışmalarında merkezi bir rol üstlenebilir. Gönüllülerin veya yerel halkın katılımıyla bilinçlendirme stantları kurulabilir.

Yaptırım ve Teşvik: Kurallara uymayan kişilere yönelik uyarı mekanizmaları ve gerektiğinde caydırıcı yaptırımlar uygulanabilirliği değerlendirilmelidir. Aynı zamanda, çevreye duyarlı davranışlar teşvik edilebilir.

Hizmet Kalitesi ve Ziyaretçi Konforu

Dilencilere ve Satıcılara Yönelik Düzenlemeler: Israrcı ve rahatsız edici dilencilik faaliyetlerinin önlenmesi için gerekli tedbirler alınmalıdır. Satıcılık faaliyetleri ise belirli alanlarla sınırlandırılmalı, ürün çeşitliliği ve fiyatlar denetlenmeli, fahiş fiyat uygulamalarının önüne geçilmelidir. Resmi satış noktaları oluşturularak kalite ve fiyat standardı sağlanabilir.

Hayvan Kontrolü: Maymun popülasyonunun kontrolü ve ziyaretçilerle olumsuz etkileşimlerinin en aza indirilmesi için uzmanlardan destek alınarak insancıl yöntemler geliştirilmelidir.

Çok Dilli İletişim: Tüm bilgilendirme materyalleri, tabelalar ve anonslar başta Arapça ve İngilizce olmak üzere, ziyaretçi yoğunluğuna göre Türkçe, Urduca, Malayca gibi diğer yaygın dillerde de hazırlanmalıdır. Görevli personelin temel düzeyde yabancı dil bilgisine sahip olması teşvik edilmelidir.

Geri Bildirim Mekanizması: Ziyaretçilerin deneyimlerini, şikâyetlerini ve önerilerini kolayca iletebilecekleri bir mekanizma oluşturulmalı ve bu geri bildirimler düzenli olarak değerlendirilerek iyileştirme süreçlerinde kullanılmalıdır.

Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler

Kapsamlı Ziyaretçi Profili ve Deneyim Analizi: Sadece Tripadvisor değil, diğer sosyal medya platformları, bloglar, forumlar ve daha da önemlisi alanda yapılacak kapsamlı anketler ve derinlemesine mülakatlar kullanılarak ziyaretçi profili, motivasyonları, beklentileri, deneyimleri ve memnuniyet ve memnuniyetsizlik düzeyleri çok boyutlu olarak incelenmelidir.

Kültürlerarası Karşılaştırmalar: Farklı kültürel arka planlardan gelen ziyaretçilerin Nur Dağı'nı algılama biçimleri, deneyimleri ve davranışları arasındaki olası farklılıklar ve benzerlikler araştırılmalıdır.

Hira Kültür Merkezi'nin Etkisinin Derinlemesine İncelenmesi: Merkezin ziyaretçi akışına, tırmanış kararlarına, bilgi düzeyine, genel memnuniyete ve mekân algısına olan etkileri, nicel ve nitel yöntemler kullanılarak detaylı olarak analiz edilmelidir.

Taşıma Kapasitesi ve Kalabalık Etkisi Çalışmaları: Nur Dağı güzergâhının ve Hira Mağarası'nın fiziksel, sosyal ve psikolojik taşıma kapasiteleri bilimsel yöntemlerle belirlenmeli ve kalabalığın ziyaretçi deneyimi (stres, manevi odaklanma kaybı vb.) üzerindeki etkileri ölçülmelidir.

Çevresel Etki Değerlendirmesi ve Davranışsal Müdahaleler: Ziyaretçi faaliyetlerinin dağın ekosistemi üzerindeki etkileri değerlendirilmeli, kirliliğe neden olan davranışların altında yatan nedenler araştırılmalı ve çevreye duyarlı davranışları teşvik etmeye yönelik farklı müdahale stratejilerinin etkinliği test edilmelidir.

Yönetim Modelleri ve Paydaş Analizi: Nur Dağı gibi kutsal ve yoğun ziyaretçi alan mekânlar için başarılı uluslararası yönetim modelleri incelenmeli ve Nur Dağı özelinde uygulanabilecek etkin, katılımcı ve sürdürülebilir bir yönetim modeli geliştirilmesi üzerine çalışmalar yapılmalıdır. Bu süreçte tüm paydaşların görüşleri ve rolleri analiz edilmelidir.

Ekonomik Etki Analizi: Nur Dağı ziyaretlerinin yerel ekonomi üzerindeki doğrudan ve dolaylı ekonomik etkileri araştırılmalı ve önerilen iyileştirmelerin bu etkileri nasıl değiştirebileceği değerlendirilmelidir.

Bu önerilerin dikkate alınmasının ve hayata geçirilmesinin hem Nur Dağı'nın tarihi ve manevi mirasının korunmasına hem de her yıl bu kutsal mekânı ziyaret eden milyonlarca Müslümana daha saygılı, güvenli ve anlamlı bir deneyim sunulmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Al-Kodmany, K. (2011). The logic of the Hajj: Ecological intelligence in managing crowds. *Journal of Architectural and Planning Research*, 28(4): 321-342.
- Amir, A.F., Osman, M.M. ve Bachok, S. (2014). Assessment of Hajj/Umrah tour operators service quality delivery and its influence on pilgrims' satisfaction: A structural equation modeling approach. *International Journal of Management Sciences*, 4(11): 466-480.
- Belhassen, Y., Caton, K. ve Stewart, W.P. (2008). The search for authenticity in the pilgrim experience. *Annals of Tourism Research*, 35(3): 668-689.
- Bianchi, R.R. (2004). *Guests of God: Pilgrimage and Politics in the Islamic world*. Oxford University Press.
- Braun, V. ve Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2): 77-101
- Butler, R.W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *The Canadian Geographer*, 24(1): 5-12.
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, 39(1): 164-182.
- Coleman, S. ve Eade, J. (2004). *Reframing pilgrimage: Cultures in motion*. Routledge.
- Collins-Kreiner, N. (2010). Researching pilgrimage: Continuity and transformations. *Annals of Tourism Research*, 37(2): 440-456.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. ve Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and Practice*. Pearson Education Limited.
- Crompton, J.L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4): 408-424.
- Dann, G.M.S. (1981). Tourist motivation: An appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2): 187-219.
- Digance, J. (2003). Pilgrimage at contested sites. *Annals of Tourism Research*, 30(1): 143-159.
- Dwyer, L., Forsyth, P. ve Spurr, R. (2004). Evaluating tourism's economic effects: New and old approaches. *Tourism Management*, 25(3): 307-317.
- Eliade, M. (1959). *The Sacred and the Profane: The Nature of Religion*. Harcourt, Brace & World.
- Fitzsimmons, J.A. ve Fitzsimmons, M.J. (2011). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology*. McGraw-Hill.
- Griffin, K. ve Raj, R. (2017). *Religious Tourism and Pilgrimage Management: An International Perspective*. CABI Digital Library.
- Guillaume, A. (1955). *The life of Muhammad: A translation of Ibn Ishaq's Sirat Rasul Allah*. Oxford University Press.
- Gammon, S. ve Robinson, T. (2003). Sport and tourism: A conceptual framework. *Journal of Sport & Tourism*, 8(1): 21-26.
- Graburn, N.H.H. (1977). *Tourism: The Sacred Journey*. V.L. Smith (Ed.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. University of Pennsylvania Press.
- Hall, C.M. ve Page, S.J. (2014). *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, place and space*. Routledge.
- Heidari, A., Yazdani, H.R., Saghaei, F. ve Gheythouli, A. (2018). Motivation, satisfaction and revisit intention of religious tourists in Mashhad, Iran. *Anatolia*, 29(4): 511-523.

- Henderson, J.C. (2011). Religious tourism and its management: The Hajj in Saudi Arabia. *International Journal of Tourism Research*, 13(6): 541-552.
- Hudson, S. (2003). *Sport and Adventure Tourism*. Haworth Press.
- Hunziker, W. ve Krapf, K. (1942). *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre*. Polygraphischer Verlag AG.
- Hyde, K.F. ve Harman, S. (2011). Motives for a secular pilgrimage to the Gallipoli battlefields. *Tourism Management*, 32(6): 1343-1351.
- Iso-Ahola, S.E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 9(2): 256-262.
- Jackowski, A. ve Smith, V.L. (2008). *Pilgrimage and Tourism: Convergence and Divergence*. A. Raj, ve D.J. Morpeth (Eds.). Religious Tourism and Pilgrimage Festivals Management: An International Perspective. CABI Digital Library.
- Jafari, J. (1977). Editor's Page. *Annals of Tourism Research*, 5(1): 6-11.
- Kim, B., Kim, S.S., ve King, B. (2020). Religious Tourism and Spiritual Experiences: A Study of Pilgrimages to the Vatican City and yhe Basilica Di San Francesco d'Assisi. *Tourism Management Perspectives*, 33: 100593.
- Kotler, P., Bowen, J.T., Makens, J.C. ve Baloglu, S. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson Education.
- Leiper, N. (1990). Tourist attraction systems. *Annals of Tourism Research*, 17(3): 367-384.
- Lings, M. (1983). *Muhammad: His life Based on the Earliest Sources*. Inner Traditions International.
- Long, D.E. (2011). *The Hajj Today: A Survey of the Contemporary Makkah Pilgrimage*. SUNY Press.
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Schocken Books.
- Mathieson, A. ve Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Longman.
- Metin, O. ve Ünal, Ş. (2022). İçerik Analizi Tekniği: İletişim Bilimlerinde ve Sosyolojide Doktora Tezlerinde Kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2): 273-294.
- Nash, D. (1996). *Anthropology of Tourism*. Pergamon.
- Nolan, M.L. ve Nolan, S. (1992). Religious Sites as Tourism Attractions in Europe. *Annals of Tourism Research*, 19(1): 68-78.
- Okumus, F., Wong, K.K.F. ve McIntosh, R. (2012). Impacts of the Hajj on Saudi Arabia's tourism industry. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(6): 675-698.
- Peters, F.E. (1994). *The Hajj: The Muslim Pilgrimage to Mecca And The Holy Places*. Princeton University Press.
- Plog, S. C. (1974). Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 14(4): 55-58.
- Poon, A. (1993). *Tourism, Technology, and Competitive Strategies*. CAB International.
- Raj, R. ve Morpeth, N.D. (2007). *Religious Tourism and Pilgrimage Festivals Management: An International Perspective*. CABI Digital Library.
- Reader, I. ve Walter, T. (2014). *Pilgrimage in Popular Culture*. Palgrave Macmillan.
- Richards, G. (1996). Production and Consumption Of European Cultural Tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2): 261-283.

- Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(1): 51-67.
- Seaton, A.V. (1996). Guided by the Dark: From Thanatopsis to Thanatourism. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4): 234-244.
- Smith, V.L. (1992). Introduction: The quest in guest. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 1-17.
- Smith, M.K. ve Puczko, L. (2009). *Health and Wellness Tourism*. Routledge.
- Stone, P.R. (2006). A Dark Tourism Spectrum: Towards A Typology of Death and Macabre Related Tourist Sites, Attractions And Exhibitions. *Tourism: An Interdisciplinary International Journal*, 54(2): 145-160.
- Shackley, M. (2001). *Managing Sacred Sites: Service Provision and Visitor Experience*. Continuum.
- Sharpley, R. ve Jepson, D. (2011). Rural Tourism: A Spiritual Experience? *Annals of Tourism Research*, 38(1), 52-71.
- Timothy, D.J. ve Olsen, D.H. (2006). *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. Routledge.
- Tribe, J. (1997). The Indiscipline of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(3): 638-657.
- Towner, J. C. (1995). What is Tourism's History? *Tourism Management*, 16(5): 339-343.
- Turner, V. ve Turner, E. (1978). *Image and Pilgrimage in Christian Culture: Anthropological Perspectives*. Columbia University Press
- Un Tourism (2025). <https://www.untourism.int/> (Erişim Tarihi: 15.02.2025).
- Vukonić, B. (1996). *Tourism and Religion*. Pergamon.
- Watt, W. M. (1953). *Muhammad at Mecca*. Clarendon Press.
- Weaver, D.B. (2001). *The encyclopedia of ecotourism*. CABI Digital Library.
- Weaver, D.B. ve Lawton, L. (2014). *Tourism Management*. John Wiley & Sons Australia.