

**DÜNYA MİRASI ALANINDA KÜLTÜREL DENEYİMLER:
"ANİ" ZİYARETÇİLERİNİN ANLATILARINA DAYALI BİR ARAŞTIRMA**
**An Analysis of Cultural Experiences at a World Heritage Site:
A Study Based on the Narratives of Visitors to "Ani"**

Dr. Öğr. Üyesi Burak ATASOY

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi

E-posta: burakatasoy@subu.edu.tr

Orcid ID: 0000-0002-9742-8112

Dr. Vildan TÜYSÜZ

E-posta: vildantuysuz@outlook.com

Orcid ID: 0000-0002-4674-5628

Öz

Günümüzde insanlar, turizm deneyimlerini kullanıcı tabanlı dijital ağlarda paylaşarak yoğun bir etkileşim oluşturmaktadır. Bu turistik anlatılar hem turizm bölgelerinin üstünlük ve zayıflıklarının tespitine hem de turistik deneyimlerin daha iyi anlaşılmasına katkıda bulunmaktadır. UNESCO Dünya Miras Listesi'nde yer alan Ani, önemli bir kültürel miras destinasyonu olmasına rağmen ziyaretçilerinin görüşleri hakkındaki bilgi sınırlıdır. Dahası, literatürde kültürel miras deneyimleri bir bütün olarak ele alınmaktadır ve hangi aşamada hangi unsurların öne çıktığı yeterince bilinmemektedir. Bu boşluklar doğrultusunda araştırmanın amacı, kültürel turistlerin deneyimleri üzerinde etkili olan unsurları aşamalarına göre incelemektir. Veriler, doküman analizi tekniğinden yararlanılarak TripAdvisor platformunda Ani deneyimlerini paylaşan 225 yabancı turistten elde edilmiştir. MAXQDA üzerinden içerik analizi ve kodlama işlemleri gerçekleştirilerek nihai bulgular elde edilmiştir. Sonuçlar, kültürel miras deneyimlerinin farklı aşamalarında farklı etmenlerin belirleyici olduğunu ve bu aşamalar arasında karşılıklı etkileşimin söz konusu olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla turizm yöneticilerinin, destinasyonların etki üreten faktörlerini belirlemeleri ve buna bağlı olarak etkileşim odaklı deneyim tasarımında bulunmaları daha rekabetçi bir strateji olabilir.

Anahtar kelimeler: Kültürel Miras, Kültürel Turizm, Miras Turizmi, Turistik Anlatı, Turistik Deneyim

Abstract

Today, people share their tourism experiences on user-based digital networks, generating intense interaction. These tourism narratives contribute both to the identification of the strengths and weaknesses of tourism regions and to a deeper understanding of tourist experiences. Although Ani, a UNESCO World Heritage Site, is

an important cultural heritage destination, information on the views of its visitors is limited. Moreover, in the literature, cultural heritage experiences are considered as a whole and it is not sufficiently known which elements stand out at which stage. In line with these gaps, the aim of this study is to examine the elements that influence the experiences of cultural tourists according to their stages. Data were collected from 225 foreign tourists who shared their Ani experiences on TripAdvisor. Content analysis and coding processes were performed through MAXQDA and the final findings were obtained. The results show that different factors are decisive at different stages of cultural heritage experiences, and that there is an interaction between these stages. Therefore, it may be a more competitive strategy for tourism managers to identify the impact-generating factors of their destinations and design interaction-oriented experiences accordingly.

Key words: Cultural Heritage, Cultural Tourism, Heritage Tourism, Tourist Narrative, Tourist Experience

Giriş

Turizm, sahip olduğu farklı çekicilik unsurlarıyla birçok sektörü bünyesinde barındıran dinamik bir endüstridir (Türkey ve Atasoy, 2021). Turistleri destinasyonlara yönlendiren bu çekiciliklerden biri de kültürel mirastır. Her gün çok sayıda insan kültürel miras unsurlarını görmek, deneyimlemek veya tüketmek amacıyla seyahat etmektedir (Campos vd., 2025). Kültürel miras, bir topluluğun müzik, dans, el sanatları, yeme-içme alışkanlıkları, mimari yapısı, gelenek-göreneklere gibi özgün değerleridir (Çetin, 2010). Bu değerleri görme ve deneyimleme arzusuyla gerçekleştirilen turistik seyahatler ise kültürel miras turizmi olarak değerlendirilmektedir (Gürsoy vd., 2022). Bu bağlamda kültürel mirasın korunması ve yaşatılması, destinasyonların turizmden uzun vadeli fayda sağlaması açısından kritiktir (Halaç ve Bademci, 2021).

Ani, Kars ili sınırlarında yer alan bir arkeolojik alandır. İsmi İran tanrısı "Anahita"dan alan Ani, Selçuklu Sultanı Alparslan tarafından fethedilerek (16 Ağustos 1064) Türklerin himayesine girmiştir (Belli, 2019). Yerleşime ve savunmaya elverişli coğrafi yapısından dolayı geçmişte birçok topluluğa ev sahipliği yapmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, T.Y.). Bölgede Saka Türkleri, Sasaniler, Bagratlı Krallığı, Bizanslılar, Şeddat Oğulları Beyliği, Anı Gürcü Atabeyleri, Harzemşah Devleti, İlhanlılar, Selçuklular, Karakoyunlular, Akkoyunlular ve Osmanlı İmparatorluğu gibi medeniyetler yaşamıştır (Belli, 2019; Yıldırım, 2010). Bu zengin tarihi geçmişinden dolayı Ani, 2016 yılında UNESCO Dünya Kültür Mirası Listesi'ne alınmıştır (Açııcı vd., 2017). Yapılan arkeolojik kazılar, geliştirilen turistik alanlar ve sahip olunan kültürel zenginlikler, bölgeye yönelik yerli ve yabancı turistlerin ilgisinin giderek artmasına katkı sağlamaktadır (Diken, 2020). Bu bağlamda ziyaretçilerin deneyim algısını anlama ve açıklama ihtiyacı doğmaktadır.

Kültürel miras alanlarında turist anlatılarını incelemek hem literatüre hem de turizm yöneticilerine bazı katkılar sağlayabilir. Turist anlatıları; turizm bölgelerinin ilgi çekici yanları, fiziksel yapısı ve atmosferine dair derin bilgiler sağlar. Dolayısıyla turistlerin ziyaret sırasında yaşadığı etkileşimi gayri resmi bir ortamda tespit etmek destinasyonun üstün-zayıf yönlerinin daha iyi anlaşılmasına imkân verebilir (Moreira vd., 2025). Ayrıca

bu strateji, turistlerin deneyimlerinin arkasında yatan etmenleri ortaya koyarak destinasyonların kültür, inanç ve tarih gibi alanlardaki özgünlüklerinin yorumlanması ve geliştirilmesi sürecini hızlandırabilir (Wang vd., 2021). Ayrıca anlatı çalışmaları, pazarlama ve planlamacıların destinasyonların kültürel özelliklerinden yararlanarak potansiyel turistleri çekmeleri için bir rehber görevi üstlenebilir (Can vd., 2025). Bu noktada ziyaretçilerin kendi duygu ve düşüncelerini içermesinden dolayı turistik anlatılar, deneyim araştırmalarında sık başvurulan bir kaynak olarak öne çıkmaktadır (Candrea vd., 2025).

Alanyazında turist anlatıları çerçevesinden duyguların gelişimi (Servidio ve Ruffolo, 2016), turistik deneyimin gerçekleştirilmesi (Haddouche ve Salomone 2018), deneyimin anlamlandırılması (Chronis, 2012) ve hikâye oluşumu gibi (Moscardo, 2020) farklı konuların ele alındığı görülmektedir. Ancak kültürel miras alanlarında turistik deneyim algısının aşamalarına göre nasıl şekillendiği turist anlatıları perspektifinden yeterince incelenmemiştir. Ayrıca Anı özelinde ziyaretçi görüşlerini ve kültürel deneyimlerini etkileyen unsurlar üzerine gerçekleştirilen herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Literatürdeki bu boşlukları gidermek amacıyla Anı'yi ziyaret eden yabancı turistlerin anlatılarına dayalı bir nitel araştırma tasarımı yapılmıştır. Bu yaklaşım aynı zamanda potansiyel turistlere sunulacak deneyimlerin üretimi ve sunumu sürecinin daha verimli gerçekleşmesine katkı sağlayabilir. Bu noktada yanıt aranan araştırma sorusu şu şekilde özetlenebilir.

- Kültürel miras alanlarında turistik deneyimi geliştiren aşamalar nelerdir?
- Bu aşamalarda deneyim algısını etkileyen unsurlar nasıl bir rol üstlenmektedir?

Kavramsal Çerçeve

Turist Deneyimi

Deneyim kavramı günümüzde akademik araştırmaların temel konularından biridir (Vittersø vd., 2000). Alandaki çalışmalar, 1960'lı yıllarda ortaya çıkmış (Uriely, 2005) ve 1970'li yıllarda sosyal bilimlerin önde gelen araştırma konularından biri haline gelmiştir (Quan ve Wang, 2004). Literatürde ise deneyim, sosyoloji (Crompton, 1979), sosyal antropoloji, etnoloji (MacCannell, 2013), pazarlama (Mossberg, 2007), psikoloji (Larsen, 2007) gibi farklı disiplinlerin bakış açılarıyla incelenmiştir.

Deneyim, bireyin zihinsel, duygusal veya diğer kişisel faktörlerinden etkilenen bir süreçtir (Aho, 2001). Turizm deneyimi ise bireyin geçmiş yaşantıları, kültürel kimliği ve çevresel faktörlerin etkisiyle şekillenen çok boyutlu bir olgudur (Cutler ve Carmichael, 2010). Buna göre turist deneyimi, bireyin kişisel özellikleri, diğer bireylerle etkileşimleri ve çevresel faktörlerden etkilenerek öznel bir nitelik kazanmaktadır (Gouthro, 2011). Başka bir tanımda turist deneyimi bireyin günlük rutinden farklı olarak gerçekleşen ziyaret sürecinde, hislerine göre şekillenen ve sunulan hizmetlerle hedonik tüketimle pekişen bir olgudur (Ritchie ve Hudson, 2009; Kim, 2010).

Turist deneyimine yönelik bilimsel çalışmalarda iki temel yaklaşım öne çıkmaktadır. Bunlar sosyal bilimler yaklaşımı ve pazarlama/yönetim yaklaşımı şeklindedir. Sosyal bilimler perspektifi turist deneyimini gündelik yaşamdan farklı "saf, öz, doruk" noktalar içeren özel bir yaşantı olarak değerlendirmektedir (Quan ve Wang, 2004). Bu yaklaşımda

gündelik yaşamın boş zaman faaliyetleri belirli sınırlar içinde gerçekleşirken, turist deneyimi bireyin yaşadığı yerden geçici olarak ayrılarak yeni deneyimler edinmesini ve bu süreçte yenilenmesini içeren bir olgudur (Uriely vd., 2002). Diğer yandan pazarlama/yönetim yaklaşımı, turist deneyimini gündelik yaşamın bir uzantısı olarak görmektedir. Turistleri destinasyonlarda çeşitli ticari etkileşimlerde bulunan tüketiciler olarak tanımlamaktadır. Bu çerçevede turistler yalnızca destinasyonun sunduğu üst düzey deneyimlerle değil, destekleyici hizmetlerle de etkileşim hâindedir (Mossberg, 2007).

Kültürel Miras Turizmi

Kültürel miras, geçmişten günümüze aktarılan fiziksel sanat eserlerinin yanı sıra bir topluluğun maddi ve manevi değerlerinin bütünüdür (Nijkamp, 2012). Kültürel miras; tarihi yapılar, anıtlar, makineler, sanat eserleri, belgeler gibi somut unsurlardır. Ayrıca peyzaj düzeni, bitki örtüsü, yaban hayatı ve jeolojik, paleontolojik, morfolojik öğeler de kültürel miras unsurları arasında yer almaktadır (Katelieva ve Muhar, 2022). Bu zengin çeşitlilik sayesinde kültürel miras, turizm sektörünün en önemli kaynaklarından biri olarak kabul edilmektedir (Timothy, 2014).

Kültürel miras, mevsimsel dalgalanmaların azalmasına ve yeni pazarların keşfedilmesine katkıda bulunan bir turistik çekiciliktir. Milletlerin sürdürülebilir kalkınmasına verdiği katkıdan dolayı kültürel miras, turizm sektöründe önemli bir turistik arz olarak değerlendirilir (Álvarez-García vd., 2019; Ellwood ve Greenwood, 2016). Aynı zamanda sosyo-politik ve ekonomik kalkınmanın bir aracıdır (Di Giovine, 2008). Dolayısıyla kültürel mirasın korunması ve yaşatılması destinasyonlar için kritik bir husustur. Aksi halde yerel toplumların ekonomik kalkınması ve yaşam standartlarının yükselmesi gibi meselelerde arzu edilen başarı sağlanamayabilir (Tuan ve Navrud, 2008).

Ani Arkeolojik Alanı ve Kültürel Mirası

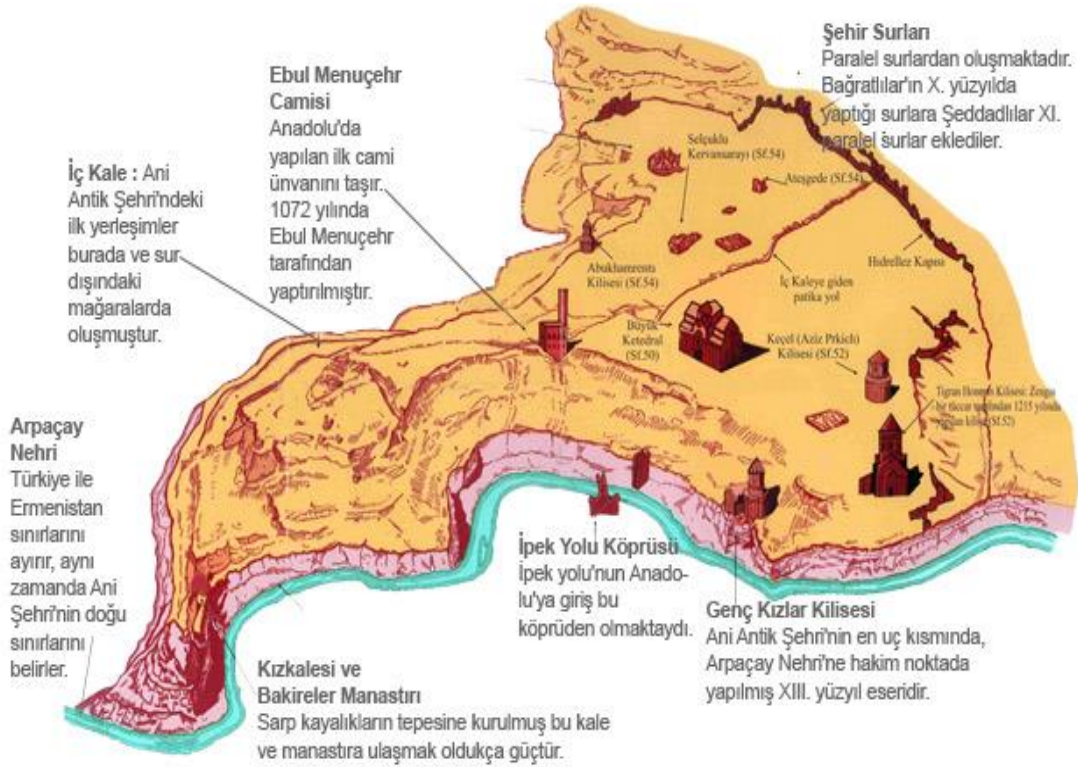
Stratejik konumu, jeo-kültürel önemi ve sanatsal-mimari yaratıcılığıyla öne çıkan Ani, dikkat çekici anıtsal yapılarıyla benzersizdir (UNESCO, 2025). 3. yüzyılda güçlü bir kale olarak bilinen Ani, 9. yüzyılda Bagratuni Krallığı'nın başkenti olmuş ve tahminen 100.000 kişilik nüfusuyla önemli bir ticaret merkezi haline gelmiştir. Kent, 13. yüzyılda Moğollar tarafından istila edilerek büyük ölçüde tahrip edilmiştir (Harootunian, 2018). 14. yüzyılda Celayirliler ve Karakoyunluların ardından Safevîler'in egemenliğine giren Ani, 1579'da Osmanlı topraklarına katılmış ve 18. yüzyıl ortalarına kadar tamamen terk edilmiştir. Sasani, Arap, Ermeni ve Selçuklu mimari unsurlarını barındıran kentte 1072 yılında inşa edilen Anadolu'daki ilk Türk camisi Ebu'l Manuçehr Camii de yer almaktadır. Ani'deki ilk arkeolojik kazılar 1892'de başlamış ve farklı dönemlerde çeşitli çalışmalar yürütülmüştür (Hoskan vd., 2010).

Ani, uzun yıllar boyunca tehdit altındaki kültürel miras alanlarından biri olarak bilinmiş, doğal afetler, savaş, ihmal ve tahribat nedeniyle anıtsal yapıları zarar görmüştür (Watenpaugh, 2015). Dünya Anıtlar Fonu tarafından 1996-2002 yılları arasında tehlike altındaki anıtlar listesine alınan Ani, 2010'da Küresel Miras Fonu

tarafından yok olma riski en yüksek on iki kültürel miras alanından biri olarak değerlendirilmiştir. Ani Arkeolojik Alanı, 2016'da UNESCO Dünya Kültür Mirası Listesi'ne dahil edilmiştir (Maranci, 2018). Tarihi ve kültürel miras unsurları, geçmişi keşfetmek isteyen bireyler için önemli bir çekim noktası oluştururken Ani'deki kilise, türbe ve kitabeler İslam ve Hristiyan sanatlarının etkileşimini yansıtmaktadır (Konçak Doğruer, 2023). Türkiye'nin UNESCO listesinde yer alan 18 Dünya Kültür Mirası alanından biri olan Ani, tarihi ve mimari değerleriyle önemli bir turizm potansiyeline sahiptir (Atiş, 2020).

Ani Arkeolojik Alanı ve Coğrafi Konumu

Ani Arkeolojik Alanı, Anadolu ve Kafkasya'nın önemli yerleşim merkezlerinden biri olan Kars ilindedir. Kars, Doğu Anadolu Bölgesi'nde 39°22'-41°37' kuzey enlemleri ve 42°10'-44°49' doğu boylamları arasında yer almaktadır. Kars şehir merkezinden 42 km uzaklıkta bulunan Antik Kent (Şekil 1), Türkiye ve Ermenistan sınırını ayıran Arpaçay nehrinin batısındadır (Özlü ve Kaleli, 2019). Yaklaşık 100 hektarlık bir üçgen alana kurulan Ani, deniz seviyesinden 1460 metre yüksekliktedir (Arslan, 2022). Ani'nin kara tarafı iki vadi çevresi ise tek katlı surlarla örtülüdür (Gündoğdu, 2006). Orta Çağ döneminde bölge nüfusunun 100.000 civarında olduğu düşünülmektedir. Ani'ye en yakın yerleşim merkezi, sınırları içerisinde bulunduğu Ocaklı Köyü'dür. Bu yüzden bölgeye ulaşım Ocaklı Köyü üzerinden sağlanır. Temel güzergâh, Kars'tan doğuya doğru Yalınkaya (12,3 km), Subatan (27,1 km), Soylu (33,8 km) Esenkent (37,7 km) ve Ocaklı Köyleri'nden (42 km) oluşmaktadır (Sevindi, 2015).



Şekil 1. Ani Arkeolojik Alanı

Kaynak: Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı (2024)

Yöntem

Araştırma Yöntemi ve Deseni

Bu araştırmada; nitel araştırma desenlerinden olgubilim (fenomenoloji) tekniğinden yararlanılmıştır. Nitel araştırma, insanların olay ve olgular karşısındaki tutum, davranış ve deneyimlerinin arkasında yer alan unsurları tespit etmeye imkân veren bir bilimsel tekniktir. (Baltacı, 2019). Olgubilim ise olay ve olgulara dair bilgi edinmek için bizatihi bu süreçleri deneyimleyen kişilerin görüşlerine başvuran bir araştırma desendir (Ceylan Çapar ve Ceylan, 2022). Bu bağlamda araştırma soruları dikkate alınarak nitel araştırma yaklaşımının benimsenmesinin daha uygun olacağı varsayılmıştır. Ayrıca çalışmada turistik deneyime odaklanıldığı için olgubilim deseni tercih edilmiş ve araştırma süreci bu doğrultuda şekillendirilmiştir.

Veri Toplama Tekniği

Bu araştırmanın verileri, dünyanın önde gelen seyahat platformlarından biri olan Tripadvisor üzerinden edinilmiştir. Bilimsel verilerin, bir seyahat platformundan elde edilmesinin temel nedeni doğrudan turist anlatılarından yararlanmaktır. Çünkü anlatı araştırmaları, turistlerin destinasyonlardaki sadece fiziki değil diğer yandan duygu, düşünce ve içsel dünyalarına yönelik izlenimleri hakkında bilgi edinmeye ve kişisel deneyimlerden yola çıkarak seyahat deneyimlerinin anlamsal bütünü kavramaya olanak sağlamaktadır (Mura ve Sharif, 2017). Bu bakımdan turizm bölgelerinin kültür ve tarihine dair etkileşimin kalitesi ve şiddetinin açıklanması noktasında turistik anlatılar önemli bir kaynak olarak değerlendirilmiştir.

Netice itibariyle Tripadvisor üzerinden Ani Arkeolojik Alanı'na yönelik bir tarama işlemi gerçekleştirilmiştir. Araştırma sırasında gezgin puanı, dönem veya ziyaret türü hakkında herhangi bir kısıtlamaya gidilmemiştir. Ancak ziyaretçi anlatılarının dili bakımından yalnızca İngilizce dilinde yapılan değerlendirmeler tercih edilmiştir. Bu seçimin iki ana nedeni bulunmaktadır. İlk olarak Ani Arkeolojik Alanı, geçmişte çok farklı kültürlerle ev sahipliği yapmış bir bölgedir. Bölgenin geçmişteki medeniyet çeşitliliği ziyaretçi profilinin de çeşitlilik göstermesine neden olmaktadır. Turistlerin bu kültürel farklılıkları, destinasyondaki algı ve deneyimlerin farklı bakış açılarından değerlendirilmesini gerektirmektedir. İkinci olarak bugün birçok insan, turistik seyahatlerin paylaşımında İngilizceyi tercih etmektedir. İngilizce anlatılar, daha çeşitli bir turist kitlesinin deneyimlerini yansıtarak farklı kültürlerden gelen bireylerin düşüncelerini ortaya koymaktadır. Ayrıca kullanıcılar, İngilizce paylaşımlarla daha fazla kitle ile etkileşime girmektedir. Bu bağlamda 23.06.2008-14.12.2024 arasında Ani Arkeolojik Alanı'na yönelik İngilizce dilinde yazılan 225 turistik anlatı, doküman incelemesi metoduyla elde edilmiştir. Doküman incelemesi, araştırılan olguya yönelik detaylı bilgi edinmek istendiğinde başvurulan bir tekniktir. Esas olarak basılı veya elektronik materyallerin sistematik olarak yorumlanmasını içermektedir. Araştırmacının herhangi bir etkisi olmadan kaydedilmiş görsel ve metinleri içermektedir. Doküman incelemesinde reklamlar, haberler, toplantı tutanakları, raporlar, kitaplar, dergiler, mektuplar, haritalar, günlükler ve kullanıcı değerlendirmeleri gibi belgeler incelenir (Bowen, 2009). MAXQDA yazılımının Web

Collector uzantısı kullanılarak erişilen dokümanlar, "Belge 1, 2, 3 23" şeklinde sıralanmak suretiyle bilgisayar ortamına kaydedilmiştir. Her bir dokümanda Ani Arkeoloji Alanı'nı deneyimleyen 10 ziyaretçinin görüşü yer almaktadır.

Veri Analizi Süreci

Araştırmanın önceden belirlenen sorularını yanıtlamak ve genellenebilir yorumlar türetmek amacıyla içerik analizine başvurulmuştur. İçerik analizi, birbiriyle benzeşen görsel veya yazılı mesajların okuyucunun anlayabileceği kapsamda belirli kavram ve temalar etrafında toplanması ve yorumlanmasını içeren nitel bir analiz tekniğidir. İçerik analizi, sosyal gerçekliğin açıklığa kazandırılması için mesajların belirli özelliklerinin sistematik olarak tanımlanmasını belirtmektedir (Metin ve Ünal, 2022).

Çevrimiçi yorumların içerik analizi kapsamında gerçekleştirilen kodlama süreci şu şekilde düzenlenmiştir. Araştırmacı, temel tema ve kodlama kriterlerini belirlemek üzere literatürdeki bazı çalışmalarını incelemiştir (Çolak ve Karakan, 2024; Whalen, 2018). Ardından ham veriler, bir karma analiz programına aktararak (MAXQDA 24) eksenel kodlama işlemine tabi tutulmuştur. Eksenel kodlama; belirlenen temaların birbirleriyle ve temsil ettikleri kavramlarla olan ilişkilerini açıklamaya imkân veren bir kodlama tekniğidir (Neuman, 2014).

Kodlama sürecinin ilk aşamasında ziyaretçi görüşlerinden anlamlı ifadeler çıkarılarak alt temalar belirlenmiştir. İkinci aşamada elde edilen ilk kodlar arasında örüntüler kurularak birleştirme, düzenleme veya çıkarma işlemi yapılmış ve böylece ikincil kodlar türetilmiştir. İkincil kodlar, temel kodlar ile aynı özellikleri taşımakla birlikte daha kapsayıcıdır. Kodlama sürecinin son aşamasında ise tüm alt ve üst temalar listelenmiş, genel kategoriler belirlenmiştir. Bu genel kategorilerden hareketle benzerlik ve farklılıkları göz önünde bulundurularak kavram haritası geliştirilmiştir. Kavram haritası tasarımından hemen önce ikinci aşamadaki temalar daha kapsamlı bir şekilde analiz edilmiş ve turistik seyahatin üç aşamasına göre yeniden kategorilendirme işlemi yapılmıştır (Neuman, 2014).

Geçerlik ve Güvenirlik

Bir araştırmanın geçerliği, elde edilen bulgu ve sonuçların araştırmanın mesele edindiği sosyal gerçekliği ne derece doğru yansıttığını gösteren bir kriterdir. Hiçbir araştırma mutlak anlamda tam bir geçerliliğe sahip olmasa da izlenen bazı bilimsel prosedürler araştırmanın geçerliliğini destekleyebilir ve güvenirliliğini artırabilir. Bu çalışmada Daymon ve Holloway (2010) tarafından ileri sürülen geçerlik ve güvenirlilik stratejilerine başvurulmuş ve bu adımlar, araştırmanın her sürecinde titizlikle takip edilerek okuyucunun bilgisine sunulmuştur. İlk olarak katılımcı teyidini sağlamak amacıyla Tripadvisor seyahat platformunda Ani Arkeolojik Alanı'na dair çevrimiçi deneyimini paylaşan üç ziyaretçiyle e-posta üzerinden temasa geçilmiş ve edinilen bulguların geçerliliği konusunda geri bildirim alınmıştır. Bu uygulama, bulguların güvenilirliğini artırmak adına önemli bir doğrulama süreci olarak da değerlendirilebilir. Ardından akran incelemesi doğrultusunda çeşitli nitel araştırmaları bulunan bir turizm akademisyeniyle bağlantı kurulmuş ve araştırmanın genel yapısı, izlenen metodolojik

Kültürel Miras Turizmi Deneyimi Aşamalarına Dair Bulgular

Bu çalışmanın temel meselelerinden biri turistik deneyimin aşamalarına göre kültürel miras alanlarında etkili olan faktörleri belirlemektir. Bu bağlamda turist anlatılarına yapılan içerik analiziyle kültür turistlerinin deneyim algılarını etkileyen unsurlar üç farklı aşamada değerlendirilmiştir. Bunlar; ziyaret öncesi, ziyaret esnası ve ziyaret sonrası biçimindedir (Tablo 1). Aşağıda bu faktörleri ortaya çıkaran hususlar, detaylı bir biçimde ele alınmakta ve literatürdeki bilgiler ışığında değerlendirilmektedir.

Tablo 1. Kültürel miras deneyimi aşamalarına ilişkin temalar ve sıklıkları

Kategori	Ana Tema	Alt Tema	Frekans	İfadeler	
Ziyaret Öncesi	Özgünlük		83	<i>"You ll have an ancient armeninan town all for yourself."</i>	
	UNESCO		77	<i>"Listed on the UNESCO World Heritage List, the great city of Ani..."</i>	
	Turistik Yerler		43	<i>"I toured Kars, Ani, Şavoşat, Karagol, Laset, Şeytan Castle, Çıldır Lake, Tuzluca Salt Caves, İshak Paşa palace and views of Mt Ararat."</i>	
	Doğal Özellikler		21	<i>"It is incredible with its geography and nature spreading over a large area."</i>	
	Tesisler		Tarihi kalıntılar	193	<i>"If you like religious architecture, solitude, and ruins set in a beautiful and dramatic location..."</i>
			Kilise	79	<i>"What was once one of the greatest cities in the world, so called The City of 1001 Churches..."</i>
			Konaklama	54	<i>"You can stay at any hotel in Kars and easily reach there with tours organized from there."</i>
			Cami	42	<i>"Mahuçehr Mosque is the first mosque built in the Anatolian soils."</i>
			Restoran ve kafe	30	<i>"We then had a wonderful lunch at a local restaurant..."</i>
			Otopark	25	<i>"There is a large parking lot and some sort of a snack/gift shop..."</i>
Hediyelik eşya dükkanları			11	<i>"...there is e small shop selling handicraft..."</i>	
		Müze	9	<i>"Museum with open history on a very large area. Both walking and history outdoors."</i>	
Ziyaret Sırası	Mimari Yapı		119	<i>"The church's architectural style and location impress."</i>	
	Atmosfer		107	<i>"The place and the atmosphere are incredible..."</i>	
	Zaman Yolculuğu		73	<i>"It felt a lot like walking back in time..."</i>	
	İşaretler		72	<i>"There are good signs and explanations in English on each building..."</i>	
	Duyarlılık		39	<i>"It was very clean, a big site..."</i>	
	Kişisel Güvenlik		28	<i>"...for trips and we felt very safe with him on the road..."</i>	
	Beklenmedik İhtiyaçlar		19	<i>"Wear walking shoes as it is a large area to walk..."</i>	
	Duygular		Şaşırma	101	<i>"We explored Ani ruins (amazing) which we had to ourselves in the snow." "I did not know about Ani and it was a complete surprise."</i>
Hayranlık			58	<i>"You must walk a little towards the river and go down to make a wonderful view."</i>	

Ziyaret Sonrası	Bilgi Paylaşımı	Nostalji	47	<i>"Walking through THIS ancient place and feeling all the beauty and past events that this place have seen..."</i>
		Heyecan	36	<i>"Being a major city in the past created many masterpieces which are breathtaking."</i>
		Ait olma	23	<i>I've been in many historical places before but this one gave me some different feelings...</i>
		Huzur	27	<i>"It is very common you might be the only visitor in the ruin, the quietness makes you feel so peaceful..."</i>
		Keyif	16	<i>"! go early, wear walking shoes; carry water, expect to see grazing cows (just like it might have been hundreds of years ago) and enjoy a walk back in history!"</i>
		Hayal kırıklığı	8	<i>"Wonderful architecture examples which are unfortunately ruined by ignorant visitors."</i>
		Tarihi geçmiş	103	<i>"The area has a lot of history from many different..."</i>
	Tavsiye Etme	Konum	87	<i>"The location is remote (probably 30 miles east of Kars),..."</i>
		Seyahat	51	<i>"You must read before coming to Ani."</i>
		Hava koşulları	34	<i>"We visited this interesting site in October- almost no other visitors, and decent caff very nearby to warm up from the icy weather."</i>
		Ulaşım hizmetleri	26	<i>"The bus is 14 lira return and leaves Ani at 11:50 so you have about 2 hours to wander around."</i>
		Giriş ve Çıkış Saatleri	22	<i>"Monday it can be closed, please check..."</i>
		Ödemeler	18	<i>"You pay at the end, upon your return to Kars. Entrance to Ani is 100 lira and you can get an audio guide for 40 lira more."</i>
		Yerel rehber	165	<i>"We visited with a group and an excellent guide."</i>
Ziyaret etmeye değer	139	<i>"You have to walk a lot to find many of the buildings on this huge site and it's worth the effort."</i>		
Manzara	76	<i>"The views of the gorges nearby are beautiful, a camera is a must."</i>		

Ziyaret Öncesi

Turist anlatıları incelendiğinde destinasyonun tarihi ve kültürel geçmişinin ziyaretçilerin turistik deneyim beklentilerini şekillendirdiği tespit edilmiştir. Bulgular, Ani'nin Rus, Ermeni ve Selçuklu dönemlerinden günümüze ulaşan kalıntılarının turistlerin seyahat öncesi beklentilerini inşa eden ve artıran faktörler olduğunu açıkça göstermektedir. Kiliseler, camiler, saraylar, hamamlar ve diğer tarihi kalıntılar, bunlar arasında yer almaktadır. Bu aynı zamanda Wijayanti ve Damanik'in (2019) miras alanlarının tarihsel arka planının turistleri bölgeye yönelten en önemli faktörlerden biri olduğu savını doğrulamaktadır. Benzer şekilde mimari yapı ve fresklerin, turistlerin tatil kararı üzerinde etkili olduğu gözlemlenmiştir.

Ani'nin UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alması da bölgeye olan ziyaret akışını destekleyen bir çekim faktörüdür. Turist değerlendirmelerinde UNESCO etiketine sahip olmanın seyahat öncesi planlamaları etkileyen bir değişken olduğu dile getirilmektedir. Bu bulgu, Qiu ve Zuo'nun (2023) UNESCO etiketlerinin, turistlerin destinasyonda neler yapabileceklerini ve görebileceklerini hayal etmelerini sağladığı ve yönlendirdiği görüşünü desteklemektedir.

Analizlere göre Ani'nin tarihsel geçmişinin yanı sıra doğal güzellikleri de turistlerin ilgisini çekmektedir. Bölgenin bozulmamış doğal atmosferi ve yayla manzarası, ziyaretçileri Ani'ye yönelik seyahat planlamalarını üzerinde rol oynamaktadır. Destinasyonun yakın konumda bulunan İshak Paşa Sarayı, Çıldır Gölü, Şeytan Kalesi ve Tuzluca Tuz Mağaraları gibi çekiciliklerin turistlerin deneyim beklentilerini zenginleştirdiği bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda, kültürel turistlerin seyahat öncesi davranışlarında yalnızca tarihi ve kültürel miras unsurlarına odaklanmanın ötesinde, destinasyonların sunduğu diğer çekicilikleri de dikkate alan bir deneyim arayışı içinde oldukları söylenebilir. Bu noktada bulgular Zhang vd., (2018) tarafından dünya kültür miras alanlarında turistlerin tarihi yapılar gibi çevre olan ilgilerinin de turistik deneyim kalitesini belirlediği savını desteklemektedir.

Ziyaret Esnası

Bulgular, turistik deneyimin gerçekleştiği aşamanın diğer evrelere kıyasla kültür turistlerinin memnuniyetleri üzerinde daha belirleyici olduğunu göstermektedir. Deneyim sürecinin ikinci aşamasında en dikkat çeken unsur turistlerin geliştirdikleri duygusal algıdır. Kültürel miras deneyimi sırasında turistlerin, Ani destinasyonunun kültür ve tarihiyle derinden bir bağ kurdukları gözlemlenmiştir. Etkileşimin kalitesine bağlı olarak gezginlerin, aidiyet, heyecan, nostalji ve huzur gibi pozitif duygular yaşadığı tespit edilmiştir. Günümüze kadar erişen tarihi ve dini yapıların yabancı turistlerde güçlü bir aidiyet duygusu geliştirdiği belirlenmiştir. Bu kültürel turistlerin, ziyaret edilen bölgelerdeki fiziki deneyimlerin ötesinde turistik çekiciliklerin geçmişiyle bir bağ kurarak içsel bir bağlantı inşa ettiğini göstermektedir. Bu çıkarımlar, kültürel miras deneyimine dalışın (Rasoolimanesh vd., 2021), turistler üzerinde duygusal tepkimeler (Steriopoulos vd., 2024) ve kültürel bağlantılar ürettiğini (Yu Park, 2010) beyan eden önceki araştırmalarla tutarlıdır.

Kültürel miras alanlarında sunulan atmosfer, turistik deneyimin algısını en çok geliştiren etmenlerden biri olarak tespit edilmiştir. Turist anlatılarında destinasyonun tarih, kültür ve doğa üçgeninde sunduğu atmosferin, ziyaretçilere bir zaman yolculuğu hissi yaşattığı dile getirilmiştir. Bu durum miras çekiciliklerine ilişkin atmosferin, bireylerin duyuşsal, duygusal ve bilişsel algılarını geliştirdiğini düşündürmektedir. Ziyaretçilerin Ani hakkında yapmış olduğu, kültür, tarih ve konukseverliğe ilişkin değerlendirmeler, kendi duygu ve bilişlerinin bir yansımasıdır. Dolayısıyla bir destinasyona yönelik ilgi, sadece mekânın fiziksel özellikleriyle değil, aynı zamanda orada hissedilen atmosferle de doğrudan ilişkilidir. Bu yüzden turizm deneyimleri sırasında katılım ve yönetim, üzerinde düşünülmesi gereken kritik meseleler olarak dikkat çekmektedir. Bu, başarılı bir turistik deneyim süreci sunularak destinasyonun rakipler karşısında öne çıkmasına katkı sağlayabilir (Paiva, 2023).

Turistik deneyimin gerçekleştiği sırada ortaya çıkan beklenmedik ihtiyaçlar, turistlerin ziyaret ettikleri bölgelerde gereksinim duyduğu temel ihtiyaçlardır. Bu ihtiyaçlar, kültürel miras destinasyonları söz konusu olduğunda gezginlerin deneyim kalitesini etkileyen etmenlerden biri olarak değerlendirilebilir. Ani Arkeolojik Alanı'nda turistlerin gerek altyapı gerekse üstyapı hizmetlerine dair gereksinmelerinin, deneyim kaliteleri üzerinde belirleyici olduğu görülmüştür.

Turist anlatılarında kültürel turistlerin yalnızca tarihi mirasa değil, çevresel faktörlere de duyarlı oldukları tespit edilmiştir. Bölgenin mimari, tarihi ve doğal yapısına dair aşınma veya bakımsızlıkların ziyaretçilerin beklentisini düşürdüğü ifade edilmiştir. Kültürel miras destinasyonları tarihi değerleriyle birlikte doğal güzellikleri de barındıran yerlerdir. Bu çekicilikler, ziyaretçilerin hem kültürel hem de doğa temelli bir deneyim yaşamalarına katkı sağlar (Svensson, 1998). Bu bağlamda kültür turistlerinin çevre duyarlılığı dikkate alınarak miras destinasyonlarının öz ürünlerinin yanı sıra doğal çekiciliklerinin de korunması önemlidir. Turizm yöneticilerinin politika ve planlama süreçlerinde sadece destinasyonların kültürünü değil aynı zamanda doğal çekiciliklerini de gözeten yaklaşımları daha başarılı bir strateji ortaya koyabilir.

Ziyaret Sonrası

Turistik anlatılara göre seyahat sonrası deneyim algısını şekillendiren en önemli etmenlerden biri bilgi paylaşımıdır. Yabancı turistler, Ani antik kentinin coğrafi konumu, tarihi geçmişi, ulaşım imkânları, ücret ödemeleri, iklim koşulları, açık ve kapalı saatleri gibi çeşitli konularda yoğun bilgi paylaşımında bulunduğu gözlemlenmiştir. Aslında bu Tripadvisor'un tasarım ve işlevselliğiyle de ilgilidir. Önde gelen seyahat platformunda birçok dilde turizm bölge ve ürünlerine yönelik değerlendirmeler kolay ve hızlı bir şekilde yapılmaktadır. Bu durum ziyaretçilerin diğer turist gruplarıyla olan etkileşimini yaygınlaştırmaktadır. Benzer şekilde Lin ve Rasoolimanesh (2024), bireylerin yeterli zaman, kaynak ve deneyime sahip olmaları durumunda miras turizmi deneyimlerini sosyal medya üzerinden paylaşma niyetlerinin yüksek olduğunu belirtmektedir. Bu bilgiler, turistik deneyimlerin potansiyel ziyaretçilerle paylaşılması durumunda bir etkileşim geliştirdiğini ve sonraki ziyaretçilerin kararlarının da bu iletişimden etkilenebileceğini düşündürmektedir. Örneğin ulaşım olanakları, ücretler, seyahat kolaylıkları ve gereksinimleri gibi pratik bilgilerin paylaşılması, kültürel miras

destinasyonlarının potansiyel ziyaretçilerinin seyahat planlamalarında belirleyici olabilir. Bu durum, ziyaretçilerin genel memnuniyet düzeyi hakkında fikir vererek destinasyonun gelişimi ve iyileştirilmesi için bir geri bildirim sağlamaktadır. Bu çıkarımlar, olumlu çevrimiçi paylaşımların potansiyel turistlerin seyahat öncesi kararlarını etkilediğini belirten araştırmalarla örtüşmektedir (Bae vd., 2017). Benzer şekilde çevrimiçi değerlendirmelerin ve kullanıcı içeriklerinin, ziyaretçilerin turizm davranışlarını şekillendirdiği dile getirilmektedir (Li vd., 2024).

Turist anlatılarında yerel rehberlik hizmetlerine dair vurgular, turistlerin miras alanlarında gerçekleşen hizmet kalitesini önemseydiğini göstermektedir. Ayrıca turizm rehberlerinin, turistik seyahate dair genel deneyim algısı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Rehberlerin yabancı dil bilgisi, yardımseverlikleri, tanınırlıkları ve dil anlatım becerilerinin, ziyaretçilerin seyahat sonrası genel deneyim algısında belirleyici olduğu vurgulanmaktadır. Yerel rehberlerin turist deneyimi zenginleştirdiği ve turist algısını şekillendirdiğini ortaya koyan bu çıkarım, kültürel miras alanlarında turizm deneyiminin daha kaliteli kılınması açısından oldukça önemlidir. Bu bulgular, deneyim kalitesinde yerel rehberlerin rolünü vurgulayan önceki araştırmalarla örtüşmektedir (Poria vd., 2006).

Sonuçlara göre kültürel miras deneyimi yaşayan turistlerin bilgi paylaşımı ve tavsiye davranışlarının arkasında duygusal algıları da yer almaktadır. Turistlerin, deneyimlerini diğer gruplarla paylaşırken bilişsel ve duygusal süreçlerin gerçekleştiği ve böylece deneyimlerin daha anlamlı hale geldiği anlaşılmıştır. Bu çıkarım kültürel miras turizminin dinamiklerini anlamak açısından oldukça önemlidir. Atasoy'un (2025) kültürel turistlerin seyahat sonrası davranışları, deneyim aşamasında kurulan duygusal ve bilişsel bağlarla ilişkilidir savı bu noktada desteklenmektedir. Bu bağlamda kültürel miras turizmüne yönelik algı, deneyim sürecinin her aşamasında gerçekleşen bilişsel ve duygusal izlenimlerin bir uzantısı olarak düşünülebilir. Bu bulgu, kültürel miras alanlarında sunulan turistik deneyimin geniş bir perspektifle ele alınmasını ve bileşenlerin her destinasyon için farklılık gösterse de bazı temel hususlarda benzeştiğini göstermektedir.

Sonuç ve Öneriler

Kültürel miras, turistlere bir topluluk veya destinasyona ait gelenek, görenek ve değerleri doğrudan deneyimleme olanağı sunan önemli bir kaynaktır. Bu tür deneyimlerin turistlerin genel memnuniyeti, yeniden ziyaret niyetleri ve bireysel gelişimleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu bilinmektedir (Zhou vd., 2023). Bu öneminden dolayı birçok bilim insanı kültür turistlerinin miras alanlarındaki deneyim algılarını incelemiştir (Alabau-Montoya ve Ruiz-Molina, 2020; Bec vd., 2019; Luekveerawattana, 2024). Ancak literatür incelendiğinde kültürel miras deneyimini aşamalı olarak ele alan ve her aşamada etkili olan faktörleri kendi içerisinde analiz eden herhangi bir bilimsel çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu bağlamda bir kültürel miras destinasyonuna yönelik çevrimiçi ziyaretçi yorumları, turistik deneyimin üç temel evresinde incelenmiştir. Bu yaklaşım, kültürel miras deneyiminin aşamalarına göre turist algılarını şekillendiren etkenleri ortaya koyarak kırsal, macera, gastronomi gibi diğer turizm deneyimlerinden farklılaşan yönlerinin tespitine imkân verebilir. Üstelik

kültürel miras alanlarında ziyaret öncesi ve sonrası turistik deneyim algısının farklılaştığı görüşü dikkate alındığında bu çabalar anlamlı görünmektedir (Buonincontri vd., 2017). Ayrıca bu çalışmanın hem literatürdeki boşluğun giderilmesine hem de turizm yazınının birikimsel ilerleyişine katkı sağlaması beklenmektedir.

Teorik Çıkarımlar

Araştırmanın teorik katkıları bakımından ilk olarak kültürel miras deneyimini geliştiren ve etkileyen faktörlerin çeşitliliğinden söz edilmelidir. Ziyaretçi anlatıları incelendiğinde deneyiminin her bir aşamasında birden çok faktörün turistik algıyı etkilediği ve şekillendirdiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda kültürel miras deneyimlerinin diğer turistik deneyim süreçlerinden farklılaştığı yorumunda bulunulabilir. Örneğin aynı destinasyonu ziyaret etmesine rağmen bireylerin ırk ve inanç farklılıkları turistik deneyim algılarını değiştirebilmektedir. Ayrıca macera, kitle veya doğa turizmi yaklaşımlarından farklı olarak kültürel turistlerin daha yoğun duygusal ve bilişsel bir deneyim arayışı öne çıkmaktadır. Dolayısıyla bu çıkarımlar, kültürel miras turizminin kendine özgü deneyimsel bileşenlerinin olduğunu göstermekte ve Gürsoy vd., (2021)'in çalışmasıyla örtüşmektedir.

Araştırmanın literatüre ikinci bir katkısı, miras deneyiminin aşamalarında bazı faktörlerin diğerlerine göre daha etkin bir rol üstlendiğidir. Ziyaretçi anlatılarında özellikle destinasyonun otantikliğinin deneyim öncesi en sık dile getirilen husus olduğu görülmektedir. Bulgular destinasyonların benzersizliğinin, turistlerin ziyaret öncesi karar alım sürecinde etkili bir faktör olduğunu doğrulamaktadır (Lee vd., 2020). Bu sonuçlar daha önceki araştırmalarla büyük ölçüde örtüşmekte (Butler, 2017; Mantecón ve Huete, 2008) ve destinasyonların özgünlüğünün, tekrar ziyaret davranışını motive eden bir kaynak olduğunu doğrulamaktadır (Nguyen & Cheung, 2016).

Hosany vd., (2020) göre turistik seyahatler, bireyin hafızasında uzun süre yer edinen duygusal deneyimlerdir. Bu duygular, anlık ve içgüdüsel gelişerek turistin genel deneyimini etkilemektedir. Bulgular, kültürel miras deneyimi sırasında gelişen duygusal tepkimelerin, turistlerin seyahatlerine dair beklenti ve algılamalarını dönüştürdüğünü ortaya koymaktadır. Bu bağlamda kültürel miras alanlarında yaşanan duyguların hem turist memnuniyetini hem de davranışları etkilediği belirlenmiştir (Steriopoulos vd., 2024). Ayrıca duygusal deneyimlerin, bilişsel değerlendirmeleri tetikleyerek bireylerin kültürel kimlik oluşumu ve miras farkındalığı gelişimine katkı sağladığı da söylenebilir (Yang vd., 2023). Ek olarak kültürel destinasyonlardaki duygusal ve duygusal deneyimler, destinasyonun imajının daha hatırlanabilir bir evreye gelmesine destek olmaktadır (Rasoolimanesh ve Lu, 2023). Bulgular aynı zamanda kültürel alanlarda gelişen olumlu ve olumsuz duyguların geçmişle kurulan nostaljik bağlarla ilişkili olduğunu göstermektedir (Prayag ve Del Chiappa, 2023). Bu noktada kültürel miras turistlerini etkilemek ve uzun vadeli ilişkiler kurmak adına, duygusal deneyim bileşenlerinin iyi tespit edilmesi ve her destinasyonun hangi duygusal tepkileri tetiklediğinin bilinmesi önemlidir.

Deneyim sürecinin son evresi olarak ziyaret sonrası turist davranışlarını belirleyen en önemli etmenlerden biri bilgi paylaşımıdır. Sonuçlar, turistlerin destinasyonun tarihi, kültürü, mimarisi, doğal özellikleri, işletme ve imkânları gibi birçok konuda bilgi paylaşımında bulduklarını göstermektedir. Bu bilgi akışı iki yönlü fonksiyona sahiptir. İlk olarak turistler, genel tatil deneyimleri ve tecrübelerini aktararak psikolojik bir tatmin sağlamak ve diğer yandan bu paylaşımlar, potansiyel turistlerin seyahat kararlarını şekillendirebilecek bilgi kaynağına dönüşmektedir. Bu bulgular, literatürdeki bazı çalışmalarla paralellik göstermektedir. Örneğin Lin ve Rasoolimanesh (2023), miras deneyimlerinin paylaşımı sürecinde öznel norm ve algılanan davranışsal kontrol gibi psikolojik faktörlerin etkili olduğunu tespit etmiştir. Benzer şekilde Munar ve Jacobsen (2014), turistlerin sosyal ağlarda deneyimlerini paylaşımlarının arka planında sosyalleşme isteği ve bilgi edinme gereksiniminin yer aldığını belirtmektedir. Bu noktada deneyim sonrası diğer turist gruplarıyla kurulacak etkileşimden dolayı destinasyona yönelik olumlu bir atmosferin geliştirilmesi oldukça mühim bir meseledir.

Uygulamaya Yönelik Çıkarımlar

Araştırma sonuçlarına bağlı olarak turizm işletme ve destinasyon yöneticileri için bazı önerilerde bulunulabilir. Öncelikle turistik deneyimin aşamalarına bağlı olarak kültürel miras alanlarında hangi faktörlerin öne çıktığı dikkate alınarak etkileşim odaklı bir deneyim süreci tasarlanabilir. Örneğin turistik deneyimin kalitesine bağlı olarak gelişen duyguların turistlerin zihninde uzun vadeli bir hatırlanma ve genel algı oluşturduğu gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda kültürel miras alanlarında faaliyet gösteren turizm organizasyonlarının ve yöneticilerin, turistlerin deneyim kalitesini destekleyecek biçimde duygusal etkileşimleri ön plana çıkaran bir deneyim sunmaları anlamlı bir strateji olacaktır.

İkinci olarak araştırma sonuçları, turist rehberlerinin hatırlanabilir turizm deneyimlerinin inşasında önemli bir role sahip olduğunu göstermektedir. Turistlerin, farklı kültürel destinasyonlarda hem kültürel hem de bilişsel bir deneyim arayışında oldukları ve turist rehberlerinin bilgi düzeyleriyle iletişim becerilerinin bu süreçteki memnuniyet düzeylerini artırdığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda kültürel miras destinasyonlarında görev yapan turist rehberlerinin iletişim yetkinliklerinin geliştirilmesi, bilgi birikimlerinin artırılması ve anlatım tekniklerinin iyileştirilmesi, unutulmaz bir turistik deneyim sağlamak açısından kritik öneme sahiptir. Ayrıca kültürel miras destinasyonlarından ayrılmadan önce ziyaretçilerle görüşmeler yapılarak tekrar ziyaret oranı ve genel memnuniyet düzeyini artırabilecek çözüm önerilerinin geliştirilmesi de faydalı olacaktır.

Sınırlılıklar ve Gelecek Çalışmalar için Öneriler

Bu çalışma literatüre önemli katkılar sunmakla birlikte bazı sınırlılıkları da sahiptir. İlk olarak araştırmanın odaklandığı örneklem grubundan söz edilebilir. Bu çalışmada Ani Arkeolojik Alanı'nı ziyaret eden ve görüşlerini sadece İngilizce dilinde paylaşan turistlerin çevrimiçi anlatıları incelenmiştir. Dolayısıyla elde edilen çıkarımlar yalnızca yabancı ziyaretçilerin deneyimlerine dair görüşleri kapsamakta ve yerli turistlerin bakış

açısını yansıtılmaktadır. Üstelik destinasyona yönelik Trk dilinde yapılan değerlendirmeleri inceleyen bir araştırma henüz gerekletirilmemitir. Bu noktada yerli ziyaretçilerin anlatlarını analiz eden bilimsel çalışmaların gerçekleştirilmesi hem bu çalışmanın sonuçlarıyla karılatırlabilecek hem de literatürün gelişimine katkı sağlayacaktır. Gelecekteki araştırmalar, farklı ziyaretçi profilleri ve geniş örneklem gruplarıyla yürütülerek turistik deneyim yaznnın gelişimine hizmet edebilir. Araştırmanın bir diğer snırllığı metodolojiktir. Araştırma verileri, sadece ziyaretçi görüşleri ve değerlendirmelerine dayanmaktadır. Ancak farklı türden kullanıcı içeriklerinin incelendiği çalışmalar turistik deneyime yönelik daha kapsamlı bakış açıları üretebilir. Örneğin turistik seyahat vloglarına yönelik bir analiz, deneyimin her aşamasında etkili olan faktörlerin daha belirgin biçimde belirlenmesine ve turistlerin anlık tepkilerini yönlendiren unsurların daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayabilir.

Kaynakça

- Açııcı, F. K., Ertaş, Ş. ve Sönmez, E. (2017). Sürdürülebilir Turizm: Kültür Turizmi ve Kültürel Miras. *Akademia Disiplinlerarası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 52-66.
- Aho, S. K. (2001). Towards A General Theory of Touristic Experiences: Modelling Experience Process in Tourism. *Tourism Review*, 56(3/4), 33-37. <https://doi.org/10.1108/eb058368>
- Alabau-Montoya, J., & Ruiz-Molina, M. E. (2020). Enhancing Visitor Experience with War Heritage Tourism Through Information and Communication Technologies: Evidence from Spanish Civil War Museums and Sites. *Journal of Heritage Tourism*, 15(5), 500-510. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2019.1692853>
- Álvarez-García, J., Maldonado-Erazo, C. P., Del Río-Rama, M. D. L. C. & Castellano-Álvarez, F. J. (2019). Cultural Heritage and Tourism Basis for Regional Development: Mapping of Scientific Coverage. *Sustainability*, 11(21), 6034. <https://doi.org/10.3390/su11216034>
- Anadolu Ajansı (2019). *Ani Harabeleri*. <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/medeniyetler-besigi-aninin-ziyaretci-sayisi-artiyor/1569601> [Erişim Tarihi: 03.05.2025]
- Arslan, M. (2022). Ani Kazısında Bulunan Selçuklu Çarşı Mescidi. *Journal of Palmette*, (1), 1-13.
- Atasoy, B. (2025). Cultural Heritage Experience from the Perspective of Tourist Narratives on Tripadvisor: A Qualitative Study on "Olympos". *Alanya Akademik Bakış*, 9(1), 146-158. <https://doi.org/10.29023/alanyaakademik.1518045>
- Atiş, E. (2020). Elements of Molokan Culture in the Kars Region within the Context of Cultural Geography and Cultural Tourism. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 29(2), 597-613. <https://doi.org/10.30892/gtg.29217-492>
- Bae, S. J., Lee, H., Suh, E. K., & Suh, K. S. (2017). Shared Experience in Pretrip and Experience Sharing in Posttrip: A Survey of Airbnb Users. *Information & Management*, 54(6), 714-727. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.12.008>
- Baltacı, A. (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır?. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Bec, A., Moyle, B., Timms, K., Schaffer, V., Skavronskaya, L. & Little, C. (2019). Management of Immersive Heritage Tourism Experiences: A Conceptual Model. *Tourism Management*, 72, 117-120. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.10.033>
- Belli, O. (2019). *Her yönü ile Ani* (1. Baskı). Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu.
- Bowen, G. A. (2009). Document Analysis As A Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Buonincontri, P., Marasco, A., & Ramkissoon, H. (2017). Visitors' Experience, Place Attachment and Sustainable Behaviour at Cultural Heritage Sites: A Conceptual Framework. *Sustainability*, 9(7), <https://doi.org/10.3390/su9071112>
- Butler, R. (2017). The Tourist Experience: Can Destinations Maintain Authenticity?. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 9(6), 617-626. <https://doi.org/10.1108/WHATT-09-2017-0044>
- Campos, A. C., Guerreiro, M. M., & Beevor, M. C. (2025). Storytelling in Heritage Tourism: An Exploration of Co-Creative Experiences from A Tourist Perspective. *Museum Management and Curatorship*, 40(2), 225-250. <https://doi.org/10.1080/09647775.2023.2230194>
- Can, A. S., Ekinci, Y., & Dilek-Fidler, S. (2025). Fantasy or Reality? Unveiling the Power of Realistic Narratives in Tourism Social Media Advertising. *Tourism Management*, 106, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.104998>
- Candrea, A. N., Ciobanu, E., Nechita, F., Brătucu, G., Coman, E., Şchiopu, C., & Alexandrescu, M. B. (2025). How Do Visitors to Mountain Museums Think? A Cross-Country Perspective on the Sentiments Decoded from Tripadvisor Reviews. *Electronics*, 14(8), 1637. <https://doi.org/10.3390/electronics14081637>
- Ceylan Çapar, M. ve Ceylan, M. (2022). Durum Çalışması ve Olgubilim Desenlerinin Karşılaştırılması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 295-312.

- Chronis, A. (2012). Tourists As Story-Builders: Narrative Construction at A Heritage Museum. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(5), 444-459. <https://doi.org/10.1080/10548408.2012.691395>
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5)
- Cutler, S. Q., & Carmichael, B. (2010). *The Dimensions of the Tourist Experience. The Tourism and Leisure Experience: Consumer And Managerial Perspectives* (3-14) içinde. Channel View Publications.
- Çetin, T. (2010). Cumalıkızık Köyünde Kültürel Miras ve Turizm Algısı. *Milli Folklor*, 11(87), 181-190.
- Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı (2024). "İlk Fetih Türklerin Anadolu'ya İlk Giriş Kapısı Olan Ani'nin Selçuklu Sultanı Ebu'l Feth Alparslan Tarafından Fetedilşinin 960. Yılı Kutlu Olsun". <https://kars.csb.gov.tr/ilk-fetih-turklerin-anadoluya-ilk-giris-kapisi-olan-aninin-selcuklu-sultani-ebul-feth-alparslan-tarafindan-fetedilsinin960-yili-kutlu-olsun-haber-288209> [Erişim Tarihi: 27.12.2025]
- Çolak, O., & Karakan, H. I. (2024). Integrated Evaluation of Visitor Experience Factors in the Scope of Museum Management. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(4), 1720-1742. <https://doi.org/10.1108/JHTI-06-2022-0261>
- Daymon, C., & Holloway, I. (2010). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. (2nd.edition). Routledge.
- Di Giovine, M. A. (2008). *The Heritage-Scape: UNESCO, World Heritage, and Tourism*. (1st.edition). Lexington Books.
- Diken, H. A. (2020). Ani Ören Yeri'nin Kars'taki Kültür Turizmine Katkıları Bağlamında Bazı Tespitler. *Journal of Applied Tourism Research*, 1(2), 99-114.
- Ellwood, S. & Greenwood, M. (2016). Accounting for Heritage Assets: Does Measuring Economic Value 'Kill the Cat'?. *Critical Perspectives on Accounting*, 38, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2015.05.009>
- Gouthro, M. B. (2011). *Qualitative Method Research and the 'Tourism Experience': A Methodological Perspective Applied in A Heritage Setting*. In R. Sharpley & P. Stone (Ed.), *Tourist experiences: Contemporary perspectives* (pp. 201-214). Routledge.
- Gündoğdu, H. (2006). Kültürlerin Buluştuğu Bir Ortaçağ Şehri: Ani. *Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, (17), 51-84.
- Gürsoy, D., Akova, O., & Atsız, O. (2022). Understanding the Heritage Experience: A Content Analysis of Online Reviews of World Heritage Sites in Istanbul. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 20(3), 311-334. <https://doi.org/10.1080/14766825.2021.1937193>
- Haddouche, H., & Salomone, C. (2018). Generation Z and the Tourist Experience: Tourist Stories and Use of Social Networks. *Journal of Tourism Futures*, 4(1), 69-79.
- Halaç, H. H. ve Bademci, F. (2021). Kültürel Miras: Sistemik Literatür İncelemesi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 172-190.
- Harootunian, H. (2018). In the Ruins of Ani. *The Massachusetts Review*, 59(4), 620-636. <https://doi.org/10.1353/mar.2018.0094>
- Hosany, S., Hunter-Jones, P., & McCabe, S. (2020). Emotions in Tourist Experiences: Advancing Our Conceptual, Methodological and Empirical Understanding. *Journal of Destination Marketing & Management*, 16, 100444. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100444>
- Hoskan, N., Yuksel, A. F., Gorucu, Z., & Coruhlu, Y. (2010, May). *Archaeogeophysical studies in the ruins of Kars-Ani (Turkey) in the 2009 Excavation Season*. In EGU General Assembly Conference Abstracts (p. 10113).
- Kateliyeva, M., & Muhar, A. (2022). Heritage Tourism Products Based on Traditional Nature-Related Knowledge: Assessment of Cultural, Social, and Environmental Factors in Cases from

- Rural Austria. *Journal of Heritage Tourism*, 17(6), 631-647. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2022.2098040>
- Kim, J.H. (2010). Determining the Factors Affecting the Memorable Nature of Travel Experiences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(8), 780-796. <https://doi.org/10.1080/10548408.2010.526897>
- Konçak Doğruer, M. (2023). *Research in Humanities and Social Sciences*. Babacan, H., Bayram, E. (Ed.) in Turkey's historical assets and their use in tourism by Livre de Lyon. *Kültür ve Turizm Bakanlığı (t.y.) Ani Harabeleri*. <https://komgm.ktb.gov.tr/TR-45340/ani-tarihi-kentikars.html> [Erişim Tarihi: 03.05. 2025]
- Larsen, S. (2007). Aspects of A Psychology of the Tourist Experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 7-18. <https://doi.org/10.1080/15022250701226014>
- Lee, C. K., Ahmad, M. S., Petrick, J. F., Park, Y. N., Park, E., & Kang, C. W. (2020). The Roles of Cultural Worldview and Authenticity in Tourists' Decision-Making Process in A Heritage Tourism Destination Using A Model of Goal-Directed Behavior. *Journal of Destination Marketing & Management*, 18, 100500. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100500>
- Li, S., Li, Y., Liu, C., & Fan, N. (2024). How Do Different Types of User-Generated Content Attract Travelers? Taking Story and Review on Airbnb as the Example. *Journal of Travel Research*, 63(2), 371-387. <https://doi.org/10.1177/00472875231158588>
- Lin, Z., & Rasoolimanesh, S. M. (2023). Influencing Factors on the Intention of Sharing Heritage Tourism Experience in Social Media. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 14(4), 675-700. <https://doi.org/10.1108/JHTT-05-2021-0157>
- Lin, Z., & Rasoolimanesh, S. M. (2024). Sharing Tourism Experiences in Social Media: A Systematic Review. *Anatolia*, 35(1), 67-81. <https://doi.org/10.1080/13032917.2022.2120029>
- Luekveerawattana, R. (2024). Enhancing Innovation in Cultural Heritage Tourism: Navigating External Factors. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2301813. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2301813>
- MacCannell, D. (2013). *The Tourist: A New Theory of The Leisure Class*. (1st.edition). Univ of California Press.
- Mantecón, A. & Huete, R. (2008). The Value of Authenticity in Residential Tourism: The Decision-Maker's Point of View. *Tourist Studies*, 8(3), 359-376. <https://doi.org/10.1177/1468797608100656>
- Maranci, C. (2018). Krikor (Grigor) Balakian's Ruins of Ani. *Venezia Arti*, 27(27), 67-80.
- Metin, O. ve Ünal, Ş. (2022). İçerik Analizi Tekniği: İletişim Bilimlerinde ve Sosyolojide Doktora Tezlerinde Kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 273-294. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227356>
- Moreira, A. C., Costa, R. A. D., & de Sousa, M. J. N. (2025). Is a good story enough? A critical analysis of storyteller roles in tourism. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 49(4), 688-704. <https://doi.org/10.1177/10963480241251450>
- Moscardo, G. (2020). Stories and Design in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 83, 102950. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102950>
- Mossberg, L. (2007). A Marketing Approach to the Tourist Experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 59-74. <https://doi.org/10.1080/15022250701231915>
- Munar, A. M., & Jacobsen, J. K. S. (2014). Motivations for Sharing Tourism Experiences Through Social Media. *Tourism Management*, 43, 46-54. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.01.012>
- Mura, P., & Sharif, S. P. (2017). Narrative Analysis in Tourism: A Critical Review. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17(2), 194-207.
- Neuman, L. W. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7. Edition). Pearson Education Limited.

- Nguyen, T. H. H., & Cheung, C. (2016). Chinese Heritage Tourists to Heritage Sites: What Are the Effects of Heritage Motivation and Perceived Authenticity on Satisfaction? *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(11), 1155–1168. <https://doi.org/10.1080/10941665.2015.1125377>
- Nijkamp, P. (2012). Economic Valuation of Cultural Heritage. *The Economics of Uniqueness: Investing in Historic City Cores and Cultural Heritage Assets for Sustainable Development*, 75, 75-103.
- Özlu, T. ve Kaleli, C. (2019). Kültürel Miras Turizmi Açısından Bir Değerlendirme: Ani Ören Yeri. *Amisos*, 4(7), 195-218.
- Paiva, D. (2023). The Paradox of Atmosphere: Tourism, Heritage, and Urban Liveability. *Annals of Tourism Research*, 101, 103600.
- Poria, Y. Reichel, A. & Biran, A. (2006). Heritage Site Management: Motivations and Expectations. *Annals of Tourism Research*, 33(1), 162-178. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.08.001>
- Prayag, G., & Del Chiappa, G. (2023). Nostalgic Feelings: Motivation, Positive and Negative Emotions, and Authenticity at Heritage Sites. *Journal of Heritage Tourism*, 18(3), 349-364. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2021.1874000>
- Qiu, Q. & Zuo, Y. (2023). "Intangible Cultural Heritage" Label in Destination Marketing Toolkits: Does it Work and How?. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 56, 272-283. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.06.025>
- Quan, S. & Wang, N. (2004). Towards A Structural Model of the Tourist Experience: An Illustration from Food Experiences in Tourism. *Tourism Management*, 25(3), 297-305. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00130-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00130-4)
- Rasoolimanesh, S. M. & Lu, S. (2023). Enhancing Emotional Responses of Tourists in Cultural Heritage Tourism: The Case of Pingyao, China. *Journal of Heritage Tourism*, 19(1), 91–110. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2023.2254420>
- Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Hall, C. M., & Hatamifar, P. (2021). Understanding Memorable Tourism Experiences and Behavioural Intentions of Heritage Tourists. *Journal of Destination Marketing & Management*, 21, 100621. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100621>
- Ritchie, J. B., & Hudson, S. (2009). Understanding and Meeting the Challenges of Consumer/Tourist Experience Research. *International Journal of Tourism Research*, 11(2), 111-126. <https://doi.org/10.1002/jtr.721>
- Servidio, R., & Ruffolo, I. (2016). Exploring the Relationship Between Emotions and Memorable Tourism Experiences Through Narratives. *Tourism Management Perspectives*, 20, 151-160. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.07.010>
- Sevindi, C. (2015). *Tarihi Ani Şehri'nin (Kars) Kuruluş ve Gelişim Süreciyle İlgili Coğrafi Bir Analiz*. Zaman, S., & Coşkun, O. (Ed.), *Coğrafya'ya Adanmış Bir Ömür: Prof. Dr. Hayati Doğanay*, 571-597.
- Steriopoulos, E., Khoo, C., Wong, H. Y., Hall, J., & Steel, M. (2024). Heritage Tourism Brand Experiences: The Influence of Emotions and Emotional Engagement. *Journal of Vacation Marketing*, 30(3), 489-504. <https://doi.org/10.1177/13567667231152930>
- Svensson, B. (1998). The Nature of Cultural Heritage Sites. *Ethnologia Europaea*, 28(1), 5-16.
- Timothy, D. J. (2014). Contemporary Cultural Heritage and Tourism: Development Issues and Emerging Trends. *Public Archaeology*, 13(1-3), 30-47. <https://doi.org/10.1179/1465518714Z.00000000052>
- Tuan, T. H., & Navrud, S. (2008). Capturing the Benefits of Preserving Cultural Heritage. *Journal of Cultural Heritage*, 9(3), 326-337. <https://doi.org/10.1016/j.culher.2008.05.001>
- Türkay, O. ve Atasoy, B. (2021). İten ve Çeken Faktörlerin Destinasyon Memnuniyetine Etkileri: Yayla ve Şehir Turizmine Katılan Arap Turistler Üzerine Bir Araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(1), 61-76.

- UNESCO (2025). "Archaeological Site of Ani was inscribed on the UNESCO World Heritage List". <https://en.unesco.org/silkroad/content/archaeological-site-ani-was-inscribed-unesco-world-heritage-list> [Erişim Tarihi: 01.05.2025]
- Uriely, N. (2005). "The Tourist Experience". *Annals of Tourism Research*, 32(1),199-216. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.07.008>
- Uriely, N., Israeli, A. A., & Reichel, A. (2002). Heritage Proximity and Resident Attitudes Toward Tourism Development. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 859-861.
- Vittersø, J., Vorkinn, M., Vistad, O. I., & Vaagland, J. (2000). Tourist Experiences and Attractions. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 432-450. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00087-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00087-0)
- Wang J., Wang G., Zhang J., Wang X. (2021). Interpreting Disaster: How Interpretation Types Predict Tourist Satisfaction and Loyalty to Dark Tourism Sites. *Journal of Destination Marketing & Management*, 22, <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100656>
- Watenpaugh, H. Z. (2015). *The Cathedral of Ani, Turkey: From Church to Monument*. (460-473). Brill.
- Whalen, E. A. (2018). Understanding A Shifting Methodology: A Content Analysis of the Use of Netnography in Hospitality and Tourism Research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(11), 3423-3441. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2017-0536>
- Wijayanti, A., & Damanik, J. (2019). Analysis of the Tourist Experience of Management of A Heritage Tourism Product: Case Study of the Sultan Palace of Yogyakarta, Indonesia. *Journal of Heritage Tourism*, 14(2), 166-177. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2018.1494182>
- Yang, Y., Wang, Z., Shen, H., & Jiang, N. (2023). The Impact of Emotional Experience on Tourists' Cultural Identity and Behavior in the Cultural Heritage Tourism Context: An Empirical Study on Dunhuang Mogao Grottoes. *Sustainability*, 15(11), 8823. <https://doi.org/10.3390/su15118823>
- Yıldırım, A. (2010). Selçuklu devrinde Ani şehri (1064-1200), Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Yu Park, H. (2010). Heritage Tourism: Emotional Journeys into Nationhood. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 116-135. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.08.001>
- Zhang, H., Cho, T., Wang, H., & Ge, Q. (2018). The Influence of Cross-Cultural Awareness and Tourist Experience on Authenticity, Tourist Satisfaction and Acculturation in World Cultural Heritage Sites of Korea. *Sustainability*, 10(4), 927. <https://doi.org/10.3390/su10040927>
- Zhou, G., Liu, Y., Hu, J., & Cao, X. (2023). The Effect of Tourist-To-Tourist Interaction on Tourists' Behavior: The Mediating Effects of Positive Emotions and Memorable Tourism Experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 55, 161-168. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.03.005>.