

Hüzün Turizmi Bağlamında Sarıkamış: Ziyaretçi Motivasyonları ve Deneyimleri

Saliha Evşen Soğukbunar^{1**}  Ahmet Tayfun²  Ozan Çatır³ 

¹ Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara, Türkiye, evsen.sogukbunar@hbv.edu.tr, ORCID: 0009-0000-9518-7709

² Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara, Türkiye, ahmet.tayfun@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7485-0663

³ Uşak Üniversitesi, Ulubey Meslek Yüksekokulu, Uşak, Türkiye, ozan.catir@usak.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3168-7338

Öz

Kars Sarıkamış, I. Dünya Savaşı sırasında gerçekleşen ve Osmanlı Devleti açısından büyük kayıplarla sonuçlanan Sarıkamış Harekâtı nedeniyle Türkiye'de hüzün turizmi açısından önemli destinasyonlardan biridir. Bu çalışmada, Kars Sarıkamış'ın hüzün turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi; bölgenin tarihî ve kültürel öneminin, ziyaretçilerin seyahat motivasyonlarının ve deneyimlerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Çalışma grubu, 18-19 Mart 2024 tarihlerinde Kars Sarıkamış'ı ziyaret eden turistlerden oluşmaktadır. Katılımcılar amaçlı örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir. Veriler, yarı yapılandırılmış görüşmeler ve katılımcı gözlem yoluyla toplanmış; kodlama, tema oluşturma, tema analizi ve doğrulama aşamalarıyla analiz edilmiştir. Araştırma bulgularına göre, katılımcıların Sarıkamış'ı ziyaret etme nedenlerinde medya etkisi, kültürel kimlik ve millî duygular öne çıkmaktadır. Sonuç olarak, Kars Sarıkamış'ın hüzün turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olduğu görülmektedir. Bölgenin tarihsel hafıza, kültürel kimlik ve duygusal deneyim boyutlarıyla daha etkili biçimde değerlendirilmesi; altyapı, tanıtım ve ziyaretçi hizmetleri açısından geliştirilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Hüzün Turizmi, Savaş Turizmi, Sarıkamış Harekâtı

Sarıkamış in the Context of Dark Tourism: Visitor Motivations and Experiences

Abstract

Kars Sarıkamış is one of Turkey's key destinations for dark tourism due to the Sarıkamış Offensive, which took place during the First World War and resulted in heavy losses for the Ottoman Empire. This study aims to assess the potential for dark tourism in Kars Sarıkamış; to highlight the region's historical and cultural significance; and to examine visitors' travel motivations and experiences. A qualitative research method was employed. The study group consisted of tourists who visited Kars Sarıkamış on 18–19 March 2024. Participants were selected using purposive sampling. Data were collected through semi-structured interviews and participant observation; they were analysed through the stages of coding, theme generation, theme analysis and validation. According to the research findings, the media's influence, cultural identity and national sentiments stand out as the main reasons for participants' visits to Sarıkamış. Participants stated that they experienced intense emotional experiences during their visit and considered this experience to be unforgettable. In conclusion, it is evident that Kars Sarıkamış possesses significant potential in terms of dark tourism. It is recommended that the region be evaluated more effectively in terms of its historical memory, cultural identity and emotional experience dimensions, and that it be developed in terms of infrastructure, promotion and visitor services.

Keywords: Dark Tourism, War Tourism, Sarıkamış War

Atıf/Citation: Soğukbunar, S. E., Tayfun, A., & Çatır O. (2026). Hüzün Turizmi Bağlamında Sarıkamış: Ziyaretçi Motivasyonları ve Deneyimleri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 807-833. <https://doi.org/10.32572/guntad.1957858>

****Sorumlu yazar e-posta/ Corresponding author e-mail:** ornek.ornek@pau.edu.tr

Araştırma Makalesi

Gönderim: 23.05.2026

Düzeltilme: 11.07.2026

Düzeltilme: 18.08.2026

Kabul : 26.08.2026

Telif hakkı: © 2026

Yazar(lar). Bu, Creative Commons Atıf Lisansı koşulları altında dağıtılan açık erişimli bir makaledir.

Research Article

Received: 23.05.2026

Revision : 11.07.2026

Revision : 18.08.2026

Accepted: 26.08.2026

Copyright: © The author (s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License.

GİRİŞ

Turizm, eğlence, dinlenme ve gündelik yaşamdan uzaklaşma amacıyla yapılan bir etkinliktir. Ayrıca turizm, insanların tarihsel olayları yerinde anlama, geçmişi analiz etme ve ortak hafızayla yüzleşme ihtiyacını da karşılayan çok boyutlu bir alandır. Ölüm, vahşet, felaket ve acıyla ilişkilendirilen destinasyonlara yönelik bu tür ziyaretler, alan yazınında karanlık turizm veya hüzün turizmi olarak adlandırılmakta ve özel ilgi turizmi kapsamında değerlendirilmektedir (Foley & Lennon, 1996; Seaton, 1996; Stone & Sharpley, 2008). Bu çalışmada hüzün turizmi kavramının kullanılması tercih edilmiştir. Savaş alanları, toplama kampları, anıt müzeler ve doğal afet bölgeleri gibi destinasyonlara yönelik talepte artış meydana gelmiştir (Zhuo, Xu & Jiang, 2024; Kang, Scott, Lee & Ballantyne, 2012). Bu açıdan bakıldığında hüzün turizmi destinasyon yönetimi ve turizm yazını açısından önemli bir araştırma alanıdır (Light, 2017).

Türkiye'de hüzün turizmi yazını büyük ölçüde Çanakkale/Gelibolu Yarımadası'na yoğunlaşmıştır (Çakar, 2017; Kurnaz & Kılıç, 2020). Çanakkale destinasyonu, her yıl 18 Mart ve 24 Nisan törenleriyle devlet destekli, kurumsallaşmış bir anma altyapısına sahiptir. Her yıl anma törenlerinde milyonlarca ziyaretçi ağırlamaktadır. Kars Sarıkamış ise benzer bir tarihsel travmayı - I. Dünya Savaşı'nın Kafkas Cephesi'nde yaşanan ve Osmanlı Devleti açısından ağır kayıplarla sonuçlanan Sarıkamış Harekâtı'nı - taşımaktadır. Fakat Çanakkale destinasyonu kadar talep görmemektedir. Sarıkamış, Auschwitz gibi yılda milyonlarca ziyaretçi ağırlayan bir soykırım müzesinden ya da Gelibolu gibi uluslararası bir savaş turizmi rotasından farklı olarak henüz "keşfedilmekte olan" bir hüzün turizmi destinasyonudur. Kılıç (2021) çalışmasında Sarıkamış'ın daha çok kış turizmi ile anıldığını ve bu konuda çalışmalar yapıldığını belirtmiştir. Hüzün turizmi ile ilgili yapılan çalışmaların sınırlı olduğunu vurgulamıştır (Kılıç, 2021). Bu boşluk, ziyaretçilerin Sarıkamış'ı hangi motivasyonlarla ziyaret ettiğine ve bu süreçte ne tür bir deneyim yaşadıklarına ilişkin araştırmaların yapılması gerektiğini göstermektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, Kars-Sarıkamış destinasyonunu ziyaret eden turistlerin bu destinasyona yönelik seyahat motivasyonlarını ve ziyaret sürecinde yaşadıkları deneyimleri hüzün turizmi kapsamında ortaya koymaktır. Bu doğrultuda araştırma, ziyaretçilerin Sarıkamış'a hangi gerekçelerle geldiklerini, bu alanı nasıl deneyimlediklerini ve yaşadıkları deneyimlere hangi anlamları yüklediklerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Motivasyon ve deneyimin birlikte incelenmesi, yalnızca betimleyici bir tercih değil, kavramsal bir zorunluluktur. Ziyaretçiyi Sarıkamış'a yönelten nedenler, onun mekânda ne yaşayacağını da doğrudan şekillendirmektedir. Bu bakımdan çalışma, hüzün turizmi literatüründe büyük ölçüde ayrı ele alınan motivasyon ve deneyim boyutlarını Sarıkamış özelinde birlikte inceleyerek ve Türkiye'deki hüzün turizmi yazınının Çanakkale merkezli yoğunlaşmasının ötesine geçerek literatüre katkı sunmayı hedeflemektedir.

Kavramsal Çerçeve

Alan yazınında "karanlık turizm" (dark tourism) ve "hüzün turizmi" kavramları çoğu zaman birbirinin yerine kullanılmaktadır. Fakat bu iki kavram arasında farklılıklar bulunmaktadır. Foley ve Lennon (1996) tarafından önerilen karanlık turizm kavramı, ölüm ve felaketle ilişkili mekânların metalaştırılarak sunumu ve tüketimini merkeze alan bir kavramdır. Karanlık turizm ziyaretçilerinin motivasyonları merak ve eğlence unsurlarıdır. Hüzün turizm ise anma, kayıp ve kollektif hafızayla duygusal güçlü bir duygusal ve ahlaki bağ kurmayı tanımlar. Hüzün turizmi ziyaretçilerinin motivasyonu daha çok yas tutma, saygı gösterme ve tarihsel olarak bir topluma ait olma hissidir (Stone & Sharpley, 2008).

Literatürde savaş alanlarına yönelik yapılan ziyaretler seküler hac şeklinde de kavramsallaştırılmıştır. Yapılan bir çalışmada Gelibolu savaş alanlarını ziyaret edenlerin motivasyonlarının, ulusal kimlik, atalara saygı ve kollektif hafızayla bir bağ kurma etrafında şekillendiği gösterilmiştir (Hyde & Harman, 2011). Bir destinasyonun yönetim şekli ve nasıl yönetildiği hüzün turizmi açısından nasıl konumlandırıldığını da belirlemektedir (Richter, 1999). Gelibolu savaş alanları ve Sarıkamış savaş alanları karşılaştırıldığında; Sarıkamışla ilgili yapılan hüzün turizm çalışmalarının henüz başlangıç aşamasında olduğu söylenebilir. Bu çalışmada hüzün turizmi, ziyaretçinin mekânla kurduğu ilişkinin merak kadar anma, aidiyet ve kolektif hafızayla da şekillendiği bir deneyim biçimi olarak ele alınmaktadır (Stone & Sharpley, 2008; Zhuo, vd., 2024).

Hüzün Turizminde Ziyaretçi Motivasyonu

Çalışmada hüzün turizmi alanlarıyla ilgili ziyaretçi motivasyonları itici-çekici motivasyon çerçevesinde ele alınmıştır. Dann (1977), ziyaretçileri harekete geçiren itici unsurların bireyin kendi sosyal ortamından kaynaklandığını ifade etmiştir. Crompton (1979) ise çekici unsurların destinasyonun kendine özgü niteliklerinden beslendiğini öne sürmüştür. Hüzün turizmi yazınında da bu ayrım trajedi yoğunluğu ile açıklanmıştır.

Robinson (2015), daha az hüzün içeren alanları ziyaret etme motivasyonlarının aile eğlencesi, öğrenme ve boş zamanla ilişkili olduğunu ifade etmiştir. Toplama kampları ve toplu soykırım alanları gibi daha yoğun trajedi taşıyan yerleri ziyaret etme motivasyonlarının ise empati, entelektüel sorgulama ve eğitimle ilişkili olduğu gösterilmiştir (Robinson, 2015). Daha az hüzün içeren ziyaret alanları ziyaretçiler tarafından yakın çevrelerine önerilmektedir. Fakat daha yoğun hüzün içeren destinasyonları ziyaret edenler daha çok tarihsel, eğitsel ve akademik niteliklerini değerlendirmektedir. Raine (2013), bu motivasyonların anlaşılabilmesi için arz ve talep boyutlarının birlikte ele alınması gerektiğini vurgulamıştır. Min, Yang & Thapa-Magar (2021) ise; Nepal'deki deprem bölgelerini ziyaret eden turistler üzerinde yürüttükleri çalışmada merak, yükümlülük, anlama ve öğrenme, boş zaman, eğitimsel deneyim, öz-yansıtma, ahlaki deneyim, endişe duygusu, bilgi edinme faydası ve tatmin olma faydası gibi unsurları belirlemiştir. Bu unsurları orta düzeyde, ilgisiz,

çağdaş ve hevesli hüzün turizmi olmak üzere dört ziyaretçi kümesi altında toplayarak motivasyonun tekil değil, tipolojik bir yapı sergilediğini göstermiştir (Min vd., 2021).

Blom (2000), turistlerin hoş olmayan olaylarla yüzleşerek acıyı hissetmek ve medya aracılığıyla haberdar oldukları yerleri görmek amacıyla hüzün turizmi alanlarına yöneldiğini belirtmiştir. Dunkley (2007) ise bu alanları ziyaret etmenin nedenleri arasında anma ve empati, hac, tefekkür, hastalıklı merak, özel ilgi, heyecan ve risk arayışı, onaylanma, kendini keşfetme, kolaylık, ikonik yerler ve özgünlük gibi unsurları sıralamıştır. Ashworth (2004; 2008) ise bu geniş yelpazeyi korku, empati ve merak olmak üzere üç temel unsura indirmiştir. Seaton (2001) ise travmatik mirasın nasıl yönetildiğinin de ziyaretçi algısını şekillendirdiğini vurgulamıştır. Bu yaklaşımlar bir arada değerlendirildiğinde, hüzün turizmi motivasyonlarının kişisel miras, eğitim, anma ve medya etkisi gibi hem içsel hem dışsal unsurların etkileşimiyle şekillendiği ve tek bir itici ya da çekici faktörle açıklanamayacağı görülmektedir.

Hüzün Turizminde Ziyaretçi Deneyimi ve Duygu

Hüzün turizmi deneyiminin çoğu zaman tarihî olaylar üzerine derin düşünmeye yol açtığı ve ziyaretçilerin trajedilerin sembolik anlamlarını kavramalarına yardımcı olduğu belirtilmektedir (Foley & Lennon, 1996; Sun & Lv, 2021; Zheng, Zhang, Qian, Jurowski, Zhang & Yan, 2018; Kang vd., 2012; Yan, Zhang, Zhang, Lu & Guo, 2016; Zhang, Yang, Zheng & Zhang, 2016). Son yıllarda araştırmacılar bu deneyimin duygusal boyutuna daha fazla odaklanmakta (Collins-Kreiner, 2016; Kumar, Basu, Kumar & Ali, 2024) ve deneyimin yalnızca tarihî bilgi edinimiyle değil, duygusal atmosfer, sembolik anlam ve içsel değerlendirme süreçleriyle de şekillendiğini göstermektedir.

Hüzün turizmi yazınında bu deneyimin ölüm farkındalığı, davranışsal niyet ve öz-yansıtma gibi süreçlerle ilişkili olarak da ele alınması gerektiği vurgulanmaktadır (Lyu, Wang & Wei, 2023; MacCarthy, 2021; Zhang, Wang & Zhang, 2023). "Kişinin kendi ölümünün kaçınılmazlığının farkında olması" biçiminde tanımlanan ölüm farkındalığı (Gordillo, Mestas, Arana, Pérez & Escotto, 2017), mevcut araştırmalarda çoğunlukla hüzün turizminin bir sonucu olarak ele alınmış; turist davranışlarının öncülü olarak yeterince incelenmemiştir (Lyu vd., 2023). Ölüm ve trajediyle ilişkili yerleri ziyaret eden turistlerin kişisel düşünce ve değerlendirmelerinin duygusal tepkileri önemli ölçüde tahmin edilebilir. Fakat, bu duyguların mutluluk ya da genel değerlendirme üzerindeki etkileri konusunda sınırlı araştırma bulunmaktadır (Yan vd., 2016; Lundin, Soulard & Stewart, 2023).

Duygular bu deneyimde merkezi bir rol oynamaktadır. Ziyaretçiler yalnızca üzüntü, korku ve keder gibi "hüzün" duyguları değil; gurur, hayranlık, minnettarlık ve huzur gibi olumlu duygular da yaşayabilmektedir (Best, 2007; Kang vd., 2012; Nawijn, Isaac, van Liempt & Gridnevskiy, 2016; Nawijn & Fricke, 2015). Nawijn vd. (2016), hüzün turizminin yalnızca olumsuz duygularla açıklanamayacağını; üzüntü, sempati ve olumlu duyguların kümelenmesiyle oluşan karmaşık bir duygusal yapı içerdiğini göstermiştir. Olumsuz duyguların yazında hâlâ daha görünür olduğu ve bu karmaşık yapının yeterince incelenmediği belirtilmektedir (Nawijn & Biran, 2019; Oren, Poria &

Reichel, 2022). Bu olumsuz duyguların kimlik inşasını güçlendirebildiği ve tekrar ziyaret niyetini etkileyebildiği de gösterilmiştir (Oren, Shani & Poria, 2021; Lundin vd., 2023). Hüzün turizmi mekânlarının duygusal atmosferiyle ziyaretçilerin derin biçimde etkileşime girdiği tespit edilmiştir (Miles, 2002; Sharples, 2012). Bu etkileşimin ziyaretçilerin mutluluğu ile genel değerlendirmeleri üzerinde belirleyici olduğu vurgulanmaktadır (Magano, Fraiz-Brea & Leite, 2023; Iliev, 2021). Ziyaretçilerin bu mekânları çoğu zaman ahlaki bir bakış açısıyla değerlendirdiği (Chen & Xu, 2021) ve bu değerlendirmelerin çevrimiçi şikâyet ve yorum platformlarına da yansıdığı gösterilmiştir (Sann, Lai, Liaw & Chen, 2024).

Motivasyon ve deneyim, hüzün turizmi çalışmalarında birbirinden bağımsız değil; birbirini besleyen ve dönüştüren kavramsal bileşenler olarak ele alınmalıdır. Ziyaretçiyi alana getiren nedenler, onun ne tür duygular yaşayacağını ve hangi tarihsel-sembolik anlamları öne çıkaracağını doğrudan etkilemektedir (Yan vd., 2016). Bu nedenle mevcut araştırmada motivasyon ve deneyim, birbirini tamamlayan ancak ayrı analitik düzlemlerde ele alınan iki kavramsal eksen olarak konumlandırılmaktadır.

Sarıkamış'a İlişkin İlgili Çalışmalar

Türkiye'deki hüzün turizmi yazınında Sarıkamış'a doğrudan odaklanan görgül çalışmalar sınırlı sayıdadır. Alan (2018), Sarıkamış Harekâtı'nı tarihten ders çıkarılması gereken önemli yenilgilerden biri olarak değerlendirmiş ve yenilgilerin de zaferler kadar millî kimliğin güçlenmesinde etkili olduğunu vurgulamıştır. Kılıç (2021), Sarıkamış Harekâtı Şehitliği'ni hüzün turizmi destinasyonu olarak değerlendirdiği çalışmasında, bölgeye yönelik akademik yazının ağırlıklı olarak kış turizmi eksenli kaldığını ve şehitliğin hüzün turizmi potansiyelinin sistematik biçimde araştırılmadığını tespit etmiştir. Kurnaz & Kılıç (2020) ise Sarıkamış'ı Türkiye'deki hüzün turizmi destinasyonları arasında değerlendirerek bölgenin milli hafızadaki yerine dikkat çekmiştir. Sadıgov (2019) ve Nikolski (2010), sırasıyla Türk ve Rus kaynaklarına dayanarak harekâtın tarihsel arka planını ve kayıp boyutunu ortaya koymuş; bu çalışmalar Sarıkamış'ın yalnızca Türkler için değil Ruslar için de bir anma değeri taşıdığını göstermiştir.

Bu sınırlı yazın, Sarıkamış'ın Çanakkale/Gelibolu Yarımadası'yla (Çakar, 2017) karşılaştırıldığında görgül araştırma açısından geride kaldığını; özellikle ziyaretçi motivasyonu ve deneyimini birlikte ele alan sistematik bir çalışmanın eksikliğini ortaya koymaktadır. Mevcut araştırma, hüzün turizmi/karanlık turizm ayrımı, motivasyon kuramları ve deneyim yaklaşımları- Sarıkamış özeline uygulayarak bu boşluğu kapatmayı amaçlamaktadır.

YÖNTEM

Bu çalışmanın temel amacı, Kars Sarıkamış destinasyonunu ziyaret eden turistlerin motivasyon ve deneyimlerini belirlemektir. Araştırmanın temel sorusu "Kars Sarıkamış'ı ziyaret eden turistlerin motivasyon ve deneyimleri nelerdir?" şeklinde belirlenmiştir. Sarıkamış Harekâtı, yalnızca askeri bir olay değil, toplumsal hafızada

derin izler bırakan ve ulusal kimliğin oluşumuna katkı sağlayan tarihsel bir kırılma noktasıdır. Alan (2018), bu harekâtı tarihten ders çıkarılması gereken önemli yenilgilerden biri olarak değerlendirmekte ve yenilgilerin de zaferler kadar millî kimliğin güçlenmesinde etkili olduğunu vurgulamaktadır. 1914 yılında ağır kış koşullarında Allahuekber Dağları'nda çok sayıda askerin donarak hayatını kaybetmesi, Sarıkamış'ın günümüzde hüzün turizmi kapsamında ele alınmasına zemin hazırlamıştır (Kılıç, 2021: 77).

Araştırma alanı, Kars ilinin Sarıkamış ilçesi olarak belirlenmiştir. Türkiye'nin Doğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan Sarıkamış, Sarıkamış Harekâtı'nın gerçekleştiği bir alan olması nedeniyle savaş alanları turizmi kapsamında değerlendirilen önemli bir hüzün turizmi destinasyonudur. Harekâtın ağır kış koşulları ve lojistik yetersizlikler nedeniyle büyük kayıplarla sonuçlanması, bölgenin tarihsel önemini artırmıştır (Kurnaz & Kılıç, 2020). Kayıp sayılarına ilişkin kaynaklarda farklı bilgiler bulunmakla birlikte, bazı çalışmalarda Osmanlı ordusunun yaklaşık 70.000-90.000 arasında kayıp verdiği belirtilmektedir (Sadıgov, 2019). Rus kaynaklarında da benzer şekilde yüksek kayıplardan söz edilmesi, Sarıkamış'ın yalnızca Türkler için değil, Ruslar için de anma değeri taşıyan bir mekân olduğunu göstermektedir (Nikolski, 2010). Günümüzde bölgede yer alan şehitlikler, anıtlar ve anma etkinlikleri, ziyaretçilere tarihsel olayları yerinde deneyimleme ve kolektif hafızayı canlı tutma imkânı sunmaktadır.

Araştırma Deseni

Araştırma, nitel araştırma yaklaşımı çerçevesinde ve fenomenolojik desenle tasarlanmıştır. Nitel araştırmalar, bireylerin yaşantılarını, algılarını ve bu algılara yükledikleri anlamları derinlemesine incelemeye olanak tanımaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2018). Fenomenolojik desenin tercih edilmesinin gerekçesi, çalışmanın odağının Sarıkamış'a ilişkin nesnel bir olgular kümesini değil, ziyaretçilerin bu destinasyonla kurdukları öznel deneyimi ve bu deneyime yükledikleri anlamı ortaya koymak olmasıdır. Fenomenoloji, belirli bir fenomeni deneyimleyen bireylerin bu deneyime dair öznel anlamlarını keşfetmeyi amaçlar (Creswell, 2013; Moustakas, 1994); bu yönüyle, katılımcıların Sarıkamış ziyaretine yükledikleri kişisel ve duygusal anlamı keşfetmeyi hedefleyen mevcut araştırmanın amacıyla doğrudan örtüşmektedir. Nitel araştırma desenleri arasında örneğin gömülü teori yeni bir kuram üretmeyi, durum çalışması ise sınırlı bir vakayı derinlemesine incelemeyi hedeflerken, fenomenoloji doğrudan deneyimin kendisini merkeze almaktadır; bu nedenle söz konusu yaklaşım, Sarıkamış'ı ziyaret eden turistlerin hüzün turizmi kapsamında yaşadıkları deneyimleri anlamak açısından uygun görülmüştür.

Örnekleme

Araştırmanın örneklem grubunu, 18-19 Mart 2024 tarihleri arasında Kars Sarıkamış'ı ziyaret eden turistler oluşturmaktadır. Katılımcıların belirlenmesinde amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu doğrultuda örneklem grubu, Sarıkamış Şehitliklerini ziyaret eden ve Sarıkamış Harekâtı'nın tarihsel ve duygusal önemine ilişkin farkındalığa sahip bireyler arasından seçilmiştir. Araştırma kapsamında toplam 15 yerli turist ile görüşme gerçekleştirilmiştir; katılımcılardan biriyle telefon

aracılığıyla, diğerleriyle yüz yüze görüşülmüştür. Katılımcıların 11'i kadın, 4'ü erkektir. Bu dağılım, önceden planlanmış bir cinsiyet kotasından değil, 18–19 Mart tarihlerinde Sarıkamış Şehitlerini Anma Programı'na katılan ve görüşmeyi kabul eden bireylerin doğal dağılımından kaynaklanmaktadır; dolayısıyla amaçlı örneklemenin doğasında var olan bir sınırlılık olarak değerlendirilmelidir ve bulgular bu doğrultuda temkinli yorumlanmalıdır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşmeler ve katılımcı gözlem kullanılmıştır. Görüşmeler, nitel araştırmalarda bireylerin deneyimlerini, algılarını ve bu deneyimlere yükledikleri anlamları ortaya koymada sıklıkla tercih edilen veri toplama yöntemlerinden biridir (Denzin, 2001; Kvale, 2006). Görüşme formu, katılımcıların demografik bilgilerini (yaş, cinsiyet, meslek, uyruk, yaşadığı ülke, ziyaret sıklığı) belirlemeye yönelik bir bölüm ile iki ana açık uçlu soru ve bunlara bağlı alt sorulardan oluşmaktadır: (1) "Bu yöreyi ziyaret etme motivasyonunuz ne ya da nelerdi?" sorusuna bağlı olarak katılımcılara; Sarıkamış Şehitliği'ne ilişkin bilgilenmelerinde medyanın (film, belgesel, kitap, sosyal medya vb.) ve referans gruplarının (akraba, arkadaş, aile bireyleri vb.) etkili olup olmadığı ve düzeyi, ziyaret sırasında bölgede bulunan anıt, yazıt ve yapıların bıraktığı etki ve izlenimler, izledikleri film veya belgesellerin zihinlerinde uyandırdığı izlenimler ve Sarıkamış'ı ziyaret etmenin seyahatlerindeki ilk öncelik olup olmadığı sorulmuştur; (2) "Sarıkamış'ı ziyaret ettikten sonra, ziyaret sürecine ilişkin sizi en çok etkileyen faktör(ler) ne ya da neler oldu?" sorusuna bağlı olarak katılımcılara ziyaretlerini unutulmaz kılan unsurlar sorulmuştur. Görüşmelerin büyük çoğunluğu yüz yüze yapılmış, bir görüşme ise telefon aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler ses kaydına alınmış ve daha sonra yazılı hale getirilmiştir.

Veri toplama sürecini desteklemek amacıyla katılımcı gözlem tekniğinden de yararlanılmıştır. Katılımcı gözlem, bireylerin doğal ortamlarındaki davranışlarını, sosyal etkileşimlerini ve kültürel örüntülerini anlamaya olanak tanıyan önemli bir nitel veri toplama yöntemidir (Hennink, Hutter & Bailey, 2011). Gözlem, iki gün boyunca iki aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir. Birinci aşama 18.03.2024 tarihinde Sarıkamış Çarşı ve Allahuekber Dağı Şehitliği'nde yaklaşık 4 saat; ikinci aşama ise 19.03.2024 tarihinde Sarıkamış Şehitliği'nde yaklaşık 2 saat sürmüştür. Araştırmacı, bu süre boyunca ziyaretçilerin anıt ziyaretlerine eşlik etmiş ve gözlemlerini alanda notlar aracılığıyla kayıt altına almıştır. Sarıkamış Çarşı'da bölgenin genel yapısı, turistik ürün ve dükkân çeşitliliği, ulaşım olanakları ve ziyaretçi-yerel halk etkileşimi; Allahuekber Dağı Şehitliği'nde iklim koşulları, anıtın fiziksel özellikleri ve ziyaretçilerin anıt karşısındaki davranışları (fotoğraf çekme, aile gruplarıyla ziyaret vb.); Sarıkamış Şehitliği'nde ise alanın fiziksel donanımı (kabartma, yazıt, anıt) ve ziyaretçilerin birbirleriyle etkileşimleri sistematik biçimde gözlemlenmiştir. Araştırmacının sahadaki varlığı, ziyaretçilerle aynı zaman diliminde aynı kamusal alanlarda (şehitlik, anıt, çarşı) bulunma ve bu alanlardaki etkinliklere eşlik etme biçiminde gerçekleşmiştir.

Verilerin Analizi

Elde edilen veriler tematik analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Bu süreçte Braun & Clarke (2006) tarafından önerilen analiz adımları izlenmiş; görüşmeler yazıya dökülmüş, veriler sistematik biçimde kodlanmış ve benzer kodlar bir araya getirilerek temalar oluşturulmuştur. Temalar, araştırma soruları doğrultusunda yorumlanmış ve katılımcı deneyimlerinin daha geniş bir bağlamda anlaşılabilmesi amacıyla ayrıntılı biçimde incelenmiştir (Creswell, 2013).

Geçerlik ve Güvenirlik

Görüşmeler sırasında katılımcı ifadelerinin belirli bir noktadan sonra tekrar etmeye başlaması ve yeni bilgi akışının sona ermesi, veri doygunluğuna ulaşıldığını göstermiştir; bu doğrultuda görüşme sayısı 15 katılımcıyla sınırlı tutulmuştur.

Nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenirlik, nicel araştırmalardaki sayısal ölçütlerden farklı olarak iç geçerlik (araştırma sonuçlarının araştırma sorularıyla uyumu ve doğruluğu) ve dış geçerlik (bulguların genellenebilirliği/aktarılabilirliği) kavramlarıyla değerlendirilmektedir. Bu çalışmada iç geçerliği sağlamak amacıyla üç strateji kullanılmıştır: (1) triangülasyon — katılımcı gözlem ile yarı yapılandırılmış görüşmelerin birlikte kullanılması, farklı veri kaynaklarından elde edilen bulguların birbirini doğrulamasını sağlamıştır; (2) katılımcı kontrolü - görüşmelerden elde edilen bulgular katılımcılarla paylaşarak ifadelerinin doğru anlaşıldığı teyit edilmiştir (Yıldırım & Şimşek, 2018); (3) sistematik kodlama - veriler yukarıda belirtilen adımlarla kodlanmış, temalar bu kodlar üzerinden dikkatlice belirlenmiştir. Dış geçerliği sağlamak amacıyla ise (1) katılımcı çeşitliliği - yaş, cinsiyet, meslek ve eğitim düzeyi bakımından farklılık gösteren 15 katılımcının seçilmesi ve (2) ayrıntılı betimleme - bulguların doğrudan alıntılarla ve bağlamı korunarak sunulması stratejileri benimsenmiştir.

BULGULAR

Katılımcı Gözleme İlişkin Bulgular

Bölgeyi ziyaret eden turistlerin demografik özellikleri incelendiğinde, ziyaretçilerin büyük ölçüde yerli turistlerden oluştuğu ve farklı meslek gruplarına sahip bireyleri içerdiği gözlemlenmiştir. Özellikle Sarıkamış Çarşı'da 18 Mart tarihinde gerçekleştirilen gözlemler, çarşı alanında turist yoğunluğundan ziyade yerel halkın daha baskın olduğunu göstermektedir.

Sarıkamış'ın coğrafi yapısı incelendiğinde, destinasyonun geniş bir alana yayıldığı ve yalnızca şehitliklerden ibaret olmadığı; Ani Harabeleri, Katerina Av Köşkü ve kayak merkezi gibi farklı turistik çekicilikleri de bünyesinde barındırdığı görülmektedir. Bu durum, ziyaret sürelerinin mekâna göre değişkenlik göstermesine neden olmaktadır. Gözlemler, turistlerin anıt ziyaretlerini ortalama yaklaşık 30 dakika içerisinde tamamladıklarını ortaya koymaktadır. Katılımcı gözlem sonucunda elde edilen bulgular Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1. Katılımcı Gözlem Bulguları

Gözlemin Yapıldığı Alan	Bulgular
Sarıkamış Çarşısı (18.03.2024)	Ziyaretçilerin büyük ölçüde yerel halktan oluştuğu; turistik ürün ve mekân çeşitliliğinin sınırlı olduğu; ulaşım yolları açık olmasına rağmen toplu taşıma ve taksi yetersizliği nedeniyle özellikle yoğun sezonda ulaşımın sorunlu olabileceği
Allahuekber Dağı Şehitliği	Alanda mezar, anıt ve yapıların bulunduğu; hava koşullarının bahar aylarında dahi kar ve sisli olduğu; hava koşulları nedeniyle bazı alanlara erişimin kısıtlı olduğu; ziyaretçilerin çoğunlukla yerli turistlerden oluştuğu; ziyaret davranışlarının fotoğraf çekme etrafında yoğunlaştığı; ziyaretlerin çoğunlukla aileler tarafından gerçekleştirildiği
Sarıkamış Şehitliği (19.03.2024)	Altyapı unsurlarının (hediyelik eşya dükkânı, tuvalet, otopark) yetersiz olduğu; ziyaretçilerin çoğunlukla yerli turist ve ailelerden oluştuğu; Allahuekber Şehitliği'ne kıyasla daha az yoğun olduğu; ziyaretçilerin anı fotoğrafı çekme davranışlarının yaygın olduğu

Tablo 1 incelendiğinde, Sarıkamış destinasyonunda gerçekleştirilen gözlemler, ziyaretçi profilinin büyük ölçüde yerli turistlerden oluştuğunu ve ziyaretlerin çoğunlukla aile temelli gerçekleştiğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, ziyaret davranışlarının büyük ölçüde kısa süreli anıt ziyaretleri ve fotoğraf çekme etkinlikleri etrafında şekillendiği görülmektedir. Ayrıca bulgular, destinasyonda turistik altyapı ve hizmet olanaklarının sınırlı olduğunu ve özellikle ulaşım ile fiziksel donanım açısından bazı yetersizliklerin bulunduğunu göstermektedir. Bu durum, ziyaret deneyiminin niteliğini etkileyebilecek önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

Çalışma Grubuna İlişkin Bulgular

Hüzün turizmi kapsamında değerlendirilen Kars Sarıkamış, Sarıkamış Harekâtı'nın gerçekleştiği bir destinasyon olması nedeniyle hem ulusal hem de uluslararası düzeyde dikkat çeken bir turizm potansiyeline sahiptir. Özellikle kış turizminin etkisiyle bölgenin yoğun ziyaretçi aldığı dönemlerin 30 Kasım ile 15 Nisan tarihleri arasında yoğunlaştığı görülmektedir.

Araştırma kapsamında yer alan katılımcıların tamamı yerli turistlerden oluşmaktadır. Katılımcıların 11'i kadın, 4'ü erkek olup cinsiyet dağılımında kadın katılımcıların daha yüksek oranda temsil edildiği dikkat çekmektedir. Ziyaret sıklığı incelendiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğunun (13 kişi) Sarıkamış'ı ilk kez ziyaret ettiği, yalnızca sınırlı sayıda katılımcının (2 kişi) destinasyonu daha önce ziyaret etmiş olduğu görülmektedir. Bu durum, Sarıkamış'ın ziyaretçiler üzerinde güçlü bir deneyim oluşturmakla birlikte tekrar ziyaret davranışı açısından sınırlı bir eğilim gösterebileceğine işaret etmektedir.

Aşağıda sunulan bulgulara kullanılan doğrudan alıntıların katılımcılar arasındaki dağılımı eşit değildir; bazı katılımcılar (Katılımcı 3, 10, 13, 14, 15) birden fazla temada zengin ve ayrıntılı ifadeler sunarken, bazı katılımcılar (Katılımcı 8, 9) görece kısa yanıtlar vermiştir. Bu durum veri doygunluğuna ulaşılmasını etkilememekle birlikte, alıntı yoğunluğundaki farkın kaynağı olarak belirtilmelidir.

Görüşmelere İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında elde edilen görüşme verilerinin analizi sonucunda, katılımcıların Kars Sarıkamış'ı ziyaret etme motivasyonlarının farklı ancak birbiriyle ilişkili unsurlardan oluştuğu belirlenmiştir. Katılımcıların motivasyonları bireysel farklılıklar göstermekle birlikte, belirli temalar etrafında benzerlikler de sergilemektedir. Elde edilen bulgular doğrultusunda, Sarıkamış'ı ziyaret eden turistlerin motivasyonlarının, Dann (1977) ve Crompton'un (1979) turizm motivasyonu yazınında önerdiği itici-çekici (push-pull) çerçevesiyle uyumlu biçimde, çekici (pull) ve itici (push) motivasyon faktörleri olmak üzere iki ana kategori altında toplandığı görülmektedir. Bu iki ana kategori altında toplam on altı temanın yer aldığı belirlenmiştir. Çekici motivasyon faktörleri kapsamında öne çıkan temalar; eğitim-öğrenme, tarih bilgisi, kültürel kimlik ve milli duygular ile anma olarak belirlenmiştir. İtici motivasyon faktörleri kapsamında ise merak, vatanseverlik, aile bağları, farklı kültürleri keşfetme isteği, referans grupları ve medya ön plana çıkmaktadır. Bu çerçevede katılımcı motivasyonlarının hem içsel hem de dışsal unsurların etkileşimiyle oluştuğu anlaşılmaktadır.

Elde edilen bulgular, turist deneyimlerinin de psikolojik deneyimler ve sosyo-kültürel deneyimler olmak üzere iki temel boyutta şekillendiğini göstermektedir. Psikolojik deneyimler kapsamında katılımcıların hüznün, empati, duygusal yoğunluk ve unutulmazlık gibi güçlü duygusal tepkiler geliştirdikleri görülmektedir. Sosyo-kültürel deneyimler ise tarihi öğrenme arzusu, kültürel kimlik ve ulus bilinci temaları etrafında şekillenmektedir (Çakar, 2017). Bu bulgular, Sarıkamış'ın ziyaretçiler açısından yalnızca fiziksel bir turizm deneyimi değil, aynı zamanda duygusal ve anlam yüklü bir deneyim alanı olduğunu ortaya koymaktadır.

Turistlerin Kars Sarıkamış Şehitliğini Ziyaret Etme Motivasyonları

Hüzün turizmi kapsamında turistlerin ziyaret motivasyonları, hem bireysel nedenlere hem de destinasyonun sahip olduğu tarihsel ve duygusal özelliklere bağlı olarak şekillenmektedir. Bu bağlamda elde edilen bulgular, Kars Sarıkamış'ı ziyaret eden turistlerin motivasyonlarının heterojen bir yapı sergilediğini, ancak belirli temalar etrafında benzerlikler gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bu iki kategori altında yer alan temalar Tablo 2'de sunulmaktadır.

Tablo 2. Sarıkamış Şehitliklerini Ziyaret Eden Turistlerin Motivasyon Faktörleri

Tema	Kod
Çekici Motivasyon Faktörleri	Eğitim-öğrenme
	Tarih bilgisi
	Kültürel kimlik ve milli duygular
	Anma
İtici Motivasyon Faktörleri	Merak
	Vatanseverlik
	Aile bağları
	Farklı kültürleri keşfetme
	Referans grupları
	Medya

Tablo 2 incelendiğinde, çekici motivasyon faktörlerinin daha çok destinasyonun sahip olduğu tarihsel ve duygusal özelliklerle ilişkili olduğu; itici motivasyon faktörlerinin ise bireysel eğilimler ve sosyal çevre etkisiyle şekillendiği görülmektedir. Bu bulgular, katılımcıların Sarıkamış'ı ziyaret etme kararlarının yalnızca tek bir nedene dayanmadığını, aksine içsel ve dışsal motivasyon unsurlarının birlikte etkili olduğu çok boyutlu bir yapı sergilediğini göstermektedir.

Çekici ve İtici Motivasyon Faktörleri

Kars Sarıkamış'ı ziyaret eden katılımcıların motivasyonları incelendiğinde, bu motivasyonların hem destinasyonun sahip olduğu tarihî, kültürel ve sembolik özelliklerden kaynaklanan çekici faktörler hem de bireylerin içsel yönelimleri, kişisel ilgileri ve duygusal beklentileriyle ilişkili itici faktörler çerçevesinde şekillendiği görülmektedir.

Çekici Motivasyon Faktörleri

Sarıkamış'ın hüznün turizmi bağlamında taşıdığı tarihsel, kültürel ve manevi değerler, ziyaretçilerin destinasyona yönelmesinde etkili olan temel çekici unsurlar arasında yer almaktadır.

Eğitim-Öğrenme

Eğitim ve öğrenme unsuru, hüznün turizmi kapsamında geçmişte gerçekleşmiş ve ölümle sonuçlanmış olayların yaşandığı mekânların ziyaret edilmesinde önemli bir motivasyon kaynağı olarak öne çıkmaktadır. Katılımcı ifadeleri, bu öğrenme isteğinin iki farklı kaynaktan beslendiğini göstermektedir: Bir grup katılımcı için öğrenme isteği, aile anlatıları yoluyla miras alınmış bir merak iken, diğer grup için okul eğitimi

ve bireysel araştırmaya dayanan daha bağımsız bir ilgidir. Katılımcı 10'un "*Anneannem Karşılı, o rahmetli olduktan sonra anlattığı hikâyeleri bir de yerinde görmek istedim*" ifadesi ilk türe, Katılımcı 4'ün "*Bilgilenmemde okulda öğrendiğim tarihî bilgiler ve devamında kendi araştırmalarım etkili oldu*" ifadesi ise ikinci türe örnek oluşturmaktadır. Katılımcı 14 ve Katılımcı 15'in ifadeleri de bu ikinci, bağımsız ilgi eksenini desteklemektedir ("*Tarih ve bilime son derece ilgim var, çok okurum ve çok izlerim*"; "*...o yörenin değerlerini öğrenmek bu motivasyon sayesinde buradayım*"). Bu ayrım, eğitim-öğrenme motivasyonunun tek bir kaynaktan değil, kuşaklararası aktarım ile bireysel merakın kesişiminden beslendiğini göstermektedir.

Tarih Bilgisi

Kars Sarıkamış'ın sahip olduğu tarihsel değer, hem Türkler hem de Ruslar açısından önemli bir anlam taşımaktadır. Bölgede yaşanan trajik olaylar kolektif hafızada derin izler bırakmış ve bu durum Sarıkamış'ı tarihsel bilinç ve öğrenme açısından güçlü bir ziyaret noktası hâline getirmiştir. Katılımcı ifadeleri, tarih bilgisi motivasyonunun üç kaynaktan beslendiğini ortaya koymaktadır: doğrudan tarihsel meraktan (Katılımcı 4: "*...tarihte yaşandığını bildiğim harekâta ilgim ve onu yerinde deneyimlemek istemem oldu*"), aile anlatılarından (Katılımcı 10 ve Katılımcı 14, eşlerinin veya büyükannelerinin aktardığı hikâyelere atıfla) ve medya temsillerinden (Katılımcı 11: "*Tarihi anımsadım, kokladım, yaşadım... Medyanın etkisi de bunda çok oldu*"). Katılımcı 15'in "*Sarıkamış bence tarihimize zafer bölgeleri kadar görmemiz ve benimsememiz gereken bir yer; bazen yenilgiler de zaferlere açılan kapılardır*" değerlendirmesi ise bu motivasyonun yalnızca bilgi edinmekle sınırlı kalmadığını, yenilgiyi de millî tarihin meşru bir parçası olarak sahiplenme çabasını yansıttığını göstermektedir.

Kültürel Kimlik ve Milli Duygular

Kültürel kimlik ve milli duygular, Sarıkamış ziyaretinin en belirgin motivasyon bileşenlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Milliyetçilik ve vatanseverlikle paralel gelişen kültürel bilinç ve ulusal kimlik algısı, Sarıkamış Harekâtı'nın hem Türkler hem de Ruslar açısından taşıdığı tarihsel anlamla birlikte değerlendirildiğinde, bu destinasyonu güçlü bir sembolik mekân hâline getirmektedir. Katılımcı ifadelerinde tekrarlayan ortak nokta, şehitliklerin ziyaret edilmesinin güçlü bir duygusal etki yarattığı ve bireylerde aidiyet, minnet ve empati duygularını tetiklediğidir; bu tekrarlayan yapı Tablo 3'te özetlenmiştir.

Bu ifadeler, Sarıkamış deneyiminin yalnızca bilişsel bir öğrenme süreciyle sınırlı kalmadığını, aynı zamanda güçlü bir duygusal ve kimliksel deneyim alanı sunduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, katılımcıların bir kısmı bu genel duygulanımın ötesinde, ziyaret motivasyonlarını daha somut biçimde kültürel kimlik arayışı ve farkındalık geliştirme isteğiyle ilişkilendirmiştir. Katılımcı 11'in "*Farklı bir bakış açısı ve farklı kültürel görüşlerim oldu. Tarihi anımsadım, kokladım, yaşadım*" ifadesi, bu arayışın yalnızca millî değil, aynı zamanda keşfedici bir boyut da taşıdığını göstermektedir.

Tablo 3. Kültürel Kimlik ve Milli Duygulara İlişkin Katılımcı İfadeleri

Katılımcı	Temsili İfade
Katılımcı 1	"...empati kurma fırsatı buldum ve o acıyı çok hissettim"
Katılımcı 3	"...milli duygular uyandırdığını söyleyebilirim"
Katılımcı 5	"Sarıkamış Şehitliği tüyler ürpertici, insanın içerisinde milli duygular uyandırıyor"
Katılımcı 6	"Şehitliklerde milli duygular iç ürpertiyor tabii"
Katılımcı 7	"Milli duygularımı iliklerime kadar hissetme fırsatı buldum"
Katılımcı 13	"Milli duygularımı oldukça yoğun hissetmemin yanı sıra içimizi anlatılmaz bir hüznü kapladı"

Anma

Her yıl ocak ayında Kars Sarıkamış'ta düzenlenen "Sarıkamış Şehitlerini Anma Etkinliği", savaşın gerçekleştiği coğrafyada yaşamını yitiren askerlerin hatırasını yaşatmaya yönelik kolektif bir anma pratiği olarak öne çıkmaktadır. Bu törenler yalnızca geçmişe dönük bir hatırlama biçimi değil, aynı zamanda ulus-devlet kimliğini pekiştiren sembolik bir ritüel niteliği de taşımaktadır. Katılımcı ifadeleri bu çift işlevi doğrulamaktadır: Katılımcı 15'in "*...öncelikle yüce gönüllü askerlerimizi andım ve bizler için yaptıkları fedakârlıklara yerinde tanıklık etmiş oldum*" ifadesi anma pratiğinin bireysel-duygusal boyutunu, Katılımcı 4'ün "*...bu dönemde bu şartlar varken askerlerimizin yaşadıklarını düşünmemek elde değil*" değerlendirmesi ise anmanın güncel koşullarla kurulan empatik bir köprü işlevi gördüğünü göstermektedir.

İtici Motivasyon Faktörleri

Sarıkamış ziyaretine ilişkin katılımcı anlatıları, seyahat kararının yalnızca destinasyonun tarihsel ve kültürel değerlerinden değil; bireylerin içsel yönelimleri, kişisel geçmişleri ve sosyal çevrelerinden gelen etkilerle de biçimlendiğini göstermektedir. Bu doğrultuda itici motivasyon faktörleri; merak, vatanseverlik, aile bağları, farklı kültürleri keşfetme, referans grupları ve medya temaları altında ele alınmıştır.

Merak

Katılımcı ifadeleri, merak motivasyonunun üç farklı biçimde ortaya çıktığını göstermektedir: güzergâh merakı, tekrar ziyaret merakı ve tarihsel olaya duyulan bağımsız merak. Katılımcı 2, Doğu Ekspresi güzergâhına duyduğu meraktan hareketle Sarıkamış'a ulaştığını belirtmiştir. Katılımcı 6, "*İkinci kez gelmem için motivasyonum merak oldu, daha önce gezmediğim yerleri görmek istedim*" diyerek tekrar ziyaretini yeni yer görme isteğiyle açıklamıştır. Katılımcı 12'nin "*Sarıkamış Destanı'nı merakım etkili oldu, o yüzden medya ya da referans gruplarının etkisinde kalmadım*" ifadesi ise özellikle

dikkat çekicidir: katılımcı, merakını bilinçli biçimde dışsal etkilere (medya, referans grupları) ayırarak konumlandırmakta; bu da merakı itici faktörler içinde en "içsel" ve bağımsız motivasyon biçimi olarak öne çıkarmaktadır.

Vatanseverlik

Kars Sarıkamış, savaşın sonucunda kaybeden taraf Türkler olmasına rağmen her yıl düzenlenen anma etkinliklerine binlerce kişinin katılım göstermesiyle dikkat çeken bir destinasyondur. Katılımcı 10'un "*Sarıkamış'a dair her şey unutulmaz bence her Türk vatandaşı buraya gelip yerinde görmeli*" ifadesi, bu motivasyonun bireysel bir tercihten çok, neredeyse bir yurttaşlık ödevi olarak çerçevelendiğini göstermektedir; Sarıkamış burada yalnızca tarihsel bir mekân değil, ulusal aidiyetin ve ortak hafızanın sınırları bir yer olarak algılanmaktadır.

Aile Bağları

Aile bağları temasında katılımcı ifadeleri iki farklı bağ türünü ortaya koymaktadır: bölgesel/soy kökenli bağ ve doğrudan kayıp bağ. Katılımcı 13'ün "*...annemin ailesi Ardahan'a mübadele döneminde Tiflis'ten göçmüş, buralı sayılırız*" ifadesi ilk türe; Katılımcı 15'in "*...dedem burada savaşırken şehit olmuş, onun bir mezarı olamadı, bu yüzden de geldim*" ifadesi ise ikinci, daha doğrudan türe örnektir. Bu ayrım önemlidir: birinci grupta bölgeyle kurulan bağ dolaylı ve coğrafi kökenlidir, ikinci grupta ise ziyaret, kayıp bir aile ferдинin yerini alan sembolik bir mezar ziyareti işlevi görmektedir — bu da aile bağları motivasyonunun tek tip olmadığını, farklı yoğunluk düzeylerinde yaşandığını göstermektedir.

Farklı Kültür Keşfetmek

Bu tema, katılımcı ifadelerinde iki farklı biçimde ortaya çıkmaktadır: keşfin tek başına belirleyici motivasyon olduğu durumlar ve keşfin başka bir birincil amaçla (çoğunlukla kış turizmi) birlikte ikincil bir motivasyon olarak yer aldığı durumlar. Birinci grupta Katılımcı 11 ("*...motivasyonum keşfetmeyi sevmem oldu*"), Katılımcı 12 ("*Motivasyonum bölge keşfi oldu*") ve Katılımcı 15 ("*Hayatta en değer verdiğim şey yeni yerler gezmek, yeni kültürlerle tanışmak...*") keşfi doğrudan ve tek başına bir motivasyon olarak tanımlamaktadır. İkinci grupta ise keşif, kayak/kış turizmiyle iç içe geçmiş bir motivasyon olarak ortaya çıkmaktadır; bu örtüşme Tablo 4'te özetlenmiştir.

Bu tablo, "farklı kültür keşfetme" motivasyonunun çoğu durumda tek başına belirleyici olmadığını, katılımcıların önemli bir kısmının Sarıkamış'a rekreatif (kayak) ya da ulaşım (Doğu Ekspresi) bir birincil amaçla geldiğini, hüzün turizmi motivasyonunun ise bu birincil amaca eklenen ikincil bir unsur olarak devreye girdiğini göstermektedir. Bu bulgu, Sarıkamış'ın turistik ürün geliştirme açısından önemli bir çıkarım taşımaktadır: destinasyon, salt bir hüzün turizmi rotası olarak değil, kış turizmiyle kesişen hibrit bir ürün olarak konumlandığında daha geniş bir ziyaretçi kitlesine ulaşabilmektedir.

Tablo 4. Keşif ve Kış Turizmi Motivasyonlarına İlişkin Katılımcı İfadeleri

Katılımcı	Temsili İfade
Katılımcı 9	"Kış tatili için Sarıkamış'ı ziyaret etme kararı aldım, motivasyonum da hem kayak yapmak hem de Sarıkamış Şehitliklerini ziyaret etmek oldu"
Katılımcı 5	"Buraya kış turizmi bu aylarda da sürdüğü için kayak yapmak ve gezmek için geldik"
Katılımcı 3	"Kayak turizmi için geldik, ama bölgenin tarihi geçmişi sebebiyle Sarıkamış Şehitliği'ni ve Allahuekber Şehitliği'ni görmek istedik"
Katılımcı 2	"Doğu Ekspresi seyahatlerini hep merak ediyordum ve buranın da son rotası burası olduğu için buraya kadar gittim"

Referans Grupları

Referans gruplarının etkisi, katılımcı ifadelerinde iki farklı işlevde ortaya çıkmaktadır: bilgi/öneri kaynağı olarak referans grupları ve duygusal-tarihsel bellek aktarıcısı olarak referans grupları. Tablo 5 bu iki işlevi ve ilgili katılımcı ifadelerini özetlemektedir.

Tablo 5. Referans Gruplarına İlişkin Katılımcı İfadeleri

Katılımcı	Temsili İfade
Katılımcı 4	"Kuzenlerimin önerisine göre... gidip görmek istedim"
Katılımcı 7	"Kuzenlerim gelip çok etkilenmişti, onların önerisiyle... getirmek istedim"
Katılımcı 3	"Daha önce giden arkadaşlarımın yanı sıra..."
Katılımcı 13	"Ailemin bu konuda bende yarattığı etkinin düzeyi son derece yüksektir"
Katılımcı 14	"Eşim de rahmetli anneannesinden yöreye dair hikâyeler anlattı"
Katılımcı 10	"Anneannem Sarıkamış hakkında bizi bilgilendiren en büyük etken oldu"

Bu ayrım önemlidir: ilk grupta referans grupları ziyaret kararını dışarıdan bir öneri olarak tetiklerken, ikinci grupta referans grubu -özellikle büyükanne/aile- aynı zamanda tarihsel bilginin ve duygusal bağın kuşaklar arası taşıyıcısı işlevi görmektedir.

Medya

Medya unsurları, bir destinasyonun bireylerin zihnindeki imajının oluşmasında kritik bir rol oynamaktadır. Belgeseller, haberler, filmler ve sosyal medya içerikleri, bir bölge hakkında aynı anda çok sayıda kişinin algısını şekillendirebilmektedir. Katılımcı anlatımları, medyanın Sarıkamış ziyaretindeki etkisini üç farklı biçimde ortaya koymaktadır: Doğrudan tetikleyici, tamamlayıcı (referans gruplarıyla birlikte işleyen) ve tekil bir yapının (özellikle "Eve Dönüş" filmi) doğrudan motivasyona dönüştüğü durumlar. Tablo 6 bu üç kategoriye özetlemektedir.

Tablo 6. Medyanın Ziyaret Motivasyonuna İlişkin Katılımcı İfadeleri

Katılımcı	Temsili İfade
Katılımcı 8	"İzlediğim belgeseller... beni motive etti"
Katılımcı 14	"Evet medya etkili oldu, oldukça yüksek düzeyde etkiledi"
Katılımcı 15	"En etkili sosyal medyada takip ettiğim gezi sayfalarındaki paylaşımlar oldu"
Katılımcı 11	"İnternette... Kars çok ilgimi çekti"
Katılımcı 2	"Hem arkadaş hem de izlediğim belgeseller diyebiliriz"
Katılımcı 3	"Daha önce giden arkadaşlarımın yanı sıra televizyonda gördüğüm... belgeseller en etkili faktörlerdi"
Katılımcı 1	"Eşimle televizyonda 'Eve Dönüş' filmi izlemiştik... buraya gelme fikri oluştu"
Katılımcı 10	"Televizyonda da 'Eve Dönüş' filmi izlemiştim, o da son derece beni üzmüştü"

Kars Sarıkamış Şehitliği'ni Ziyaret Eden Turistlerin Turizm Deneyimleri

Bu çalışmanın temel inceleme alanlarından biri olan hüzün turizmi kapsamında, ziyaretçilerin yaşadıkları deneyimlerin de tıpkı ziyaret motivasyonlarında olduğu gibi milliyet, kişisel geçmiş ve toplumsal aidiyet gibi unsurlara bağlı olarak farklılaşabildiği ya da benzerlik gösterebildiği anlaşılmaktadır. Araştırmadan elde edilen bulgular, turist deneyimlerinin psikolojik deneyim ve sosyo-kültürel deneyim olmak üzere iki ana kategori altında toplandığını göstermektedir; bu iki kategori altında yer alan toplam altı alt tema Tablo 7'de sunulmaktadır.

Tablo 7. Kars Sarıkamış Şehitliklerini Ziyaret Eden Turistlerin Deneyimini Etkileyen Faktörlerin Kodları

Tema	Kod
Psikolojik Deneyim	Hüzün
	Empati
	Unutulmaz Deneyim
Sosyo/Kültürel Deneyim	Duygusal Deneyim
	Tarihi Öğrenme Arzusu
	Kültürel Kimlik ve Ulus Bilinci

Bu yapı, Kars Sarıkamış Şehitliği'ni ziyaret eden turistlerin deneyimlerinin yalnızca bireysel duygusal tepkilerle sınırlı kalmadığını; aynı zamanda tarihsel farkındalık, kültürel aidiyet ve ulusal bilinç gibi daha geniş bir sosyo-kültürel çerçevede şekillendiğini göstermektedir.

Psikolojik Deneyimler

Sarıkamış'ın savaş, kayıp, fedakârlık ve kolektif hafıza ile ilişkilenen tarihsel kimliği, ziyaretçilerin deneyimlerinde güçlü psikolojik yansımalar üretmektedir.

Hüzün

Hüzün, çoğu zaman olumsuz bir duygu durumu olarak değerlendirilmekle birlikte, bireylere kayıp ve hayal kırıklıklarıyla yüzleşme imkânı sunan, derin bir psikolojik işlev taşıyan bir duygusal tepkidir (Bonanno & Kaltman, 1999). Katılımcı ifadeleri, bu duygunun Sarıkamış'ta iki biçimde ortaya çıktığını göstermektedir: mekânın doğrudan tetiklediği anlık bir tepki (Katılımcı 12: *"Anıtlar insanı hüzünlendiriyor"*) ve tarihsel olayın zihinde yeniden canlandırılmasıyla derinleşen, daha kalıcı bir duygu durumu (Katılımcı 10: *"Çekilen acılar, yaşanan zorluklar, atalarımızın mücadelesi, bunları hissetmemde çok büyük etken oldu"*). Katılımcı 13'ün *"İçimizi anlatılmaz bir hüzün kapladı, bunun tarifi yok"* ifadesi ise bu duygunun hem kişisel hem kolektif bir nitelik taşıdığını işaret etmektedir. Katılımcı 14 ve Katılımcı 15'in ifadeleri de bu duygunun kalıcılığını doğrulamaktadır (*"tattığım hüzün unutulmazdı"; "en unutulmaz unsur... hissettiğim acı"*).

Empati

Empati, katılımcıların savaş döneminde yaşanan zorlukları zihinsel ve duygusal düzeyde yeniden canlandırmalarına imkân veren bir deneyim bileşenidir. Katılımcı ifadeleri, empatinin üç farklı kaynaktan beslendiğini göstermektedir: fiziksel/iklimsel koşullardan (Katılımcı 3: *"...soğuk havada orada bulunduğum için empati şansım oldu"*; Katılımcı 2: *"...hava çok soğuktu, hepsini rahmetle anarım"*), ziyaret öncesi izlenen medya içeriklerinden (Katılımcı 1: *"Eve Dönüş filmi bu anlamda çok etkili oldu"*; Katılımcı 14: *"İzlediğim belgeseller sayesinde kendimi olayın içerisinde hissettim"*) ve askerlerle bilinçli bir özdeşleşmeden (Katılımcı 7: *"Kendimi ölen askerlerin yerine koyduğumda yaşadığım"*

histi"; Katılımcı 8: "...o dönem yaşananları ruhumda hissettim"). Bu üçlü ayrım, empatinin Sarıkamış'ta yalnızca mekânda bulunmakla değil; iklim, medya ve bilinçli özdeşleşme olmak üzere üç farklı mekanizma aracılığıyla inşa edildiğini göstermektedir.

Unutulmaz Deneyim

Katılımcılara doğrudan "*Ziyaretinizi unutulmaz kılan unsur(lar) ne ya da nelerdir?*" sorusu yöneltilmiştir. Yanıtlar dört farklı unutulmazlık kaynağına işaret etmektedir: hüzün turizmi ile rekreatif deneyimin birleşimi (Katılımcı 3: "*Şehitlik ve kayak turizmi yönünden unutulmazdı*"), empati temelli duygusal yoğunluk, mekânın kolektif hüzün atmosferi ve somut mekânsal/çevresel unsurlar. Bu dördüncü kategori Tablo 8'de özetlenmiştir.

Tablo 8. Unutulmazlığı Şekillendiren Mekânsal/Çevresel Unsurlara İlişkin Katılımcı İfadeleri

Katılımcı	Temsili İfade
Katılımcı 2	"Birincisi soğuk, ikincisi uzun bir yol ama keyifli bir yol... gerçekten çok etkilendim"
Katılımcı 4	"Unutmayacaklarımdan en önemlisi Sarıkamış-Kars yolunda bulunan tek başına duran şehit mezarımız oldu"
Katılımcı 6	"Beni en çok Allahuekber Şehitliği'nde bulunan ölen askerlerimizin adının yazdığı duvar etkiledi"
Katılımcı 10	"Sarıkamış'a dair her şey unutulmaz"

Bu dördüncü kategori, önceki kategorilerden farklı olarak unutulmazlığın yalnızca duygusal yoğunluktan değil, somut ve tekil mekânsal simgelerden de (bir mezar, bir duvar) beslenebildiğini göstermektedir.

Duygusal Deneyim

Katılımcıların Kars Sarıkamış'taki savaş alanları ve şehitliklere yönelik ziyaretleri sonrasında dile getirdikleri ifadeler, bu ziyaretlerin yoğun bir duygusal etki bıraktığını göstermektedir. Bu duygusal yansımalar, büyük ölçüde geçmişte yaşanan Sarıkamış Harekâtı'nın anlamı, askerlerin yaşadığı zorluklar, fedakârlıklar ve kolektif hafızada taşıdığı yerle ilişkilidir. Milli duygu temelli tepkilerin (empati, ürperti, aidiyet) yanı sıra, bu temada duygusal deneyimin milli duygunun ötesine geçen iki yeni boyutu öne çıkmaktadır: tarihsel-sembolik derinleşme ve kolektiflik. Katılımcı 11'in "...derinlerde yatan büyük bir destan olduğunu düşünüyorum, anıtların ikisinde de çok uygulandım" ifadesi ilkinde; Katılımcı 13'ün "...insanların din, dil, ırk, memleket, görüş fark etmeksizin burada ortak duygu dilini paylaşmalarından etkilendim" ifadesi ise duygusal deneyimin bireysel değil kolektif bir boyut taşıdığına işaret etmektedir. Katılımcı 15'in "...öncelikle yüce gönüllü askerlerimizi andım... bence bu çok özel bir duygu" sözleri ise duygusal deneyimi minnet, saygı ve anma bileşenleriyle taçlandırmaktadır.

Sosyo/Kültürel Deneyimler

Sarıkamış'ın tarihsel hafıza, kolektif kayıp ve ulusal kimlikle ilişkilenen sembolik yapısı, ziyaretçilerin deneyimlerini sosyo-kültürel düzeyde de şekillendirmektedir.

Tarihi Öğrenme Arzusu

Tarihi öğrenme arzusu, katılımcıların geçmişi keşfetme, anlama ve geçmişle anlamlı bir bağ kurma isteklerini ifade etmektedir. Araştırma bulguları, bu isteğin yalnızca bilgi edinmeye yönelik bilişsel bir yönelimden ibaret olmadığını, aynı zamanda bireylerin kendilerini ait oldukları toplumsal ve kültürel yapı içinde konumlandırmalarına katkı sağladığını göstermektedir. Katılımcı 3'ün *"...bölgenin tarihi geçmişi sebebiyle Sarıkamış Şehitliği'ni ve Allahuekber Şehitliği'ni görmek istedik"* ifadesi ziyaretin temelinde tarihsel ilginin bulunduğunu; Katılımcı 11'in *"Tarihi anımsadım, kokladım, yaşadım"* ifadesi ise tarihsel öğrenmenin ziyaret sırasında yalnızca bilişsel değil, çok duyulu (duyusal) bir nitelik kazandığını göstermektedir. Katılımcı 13'ün *"Kültürümüzü ve tarihimizi yerinde görmek istedim"* sözü, bu arzunun kültürel aidiyetle iç içe geçtiğini; Katılımcı 15'in *"Sarıkamış bence tarihimizde zafer bölgeleri kadar görmemiz ve benimsememiz gereken bir yer"* değerlendirmesi ise Sarıkamış'ın tarihsel hafızadaki yerine dikkat çekmektedir.

Kültürel Kimlik ve Ulus Bilinci

Bu tema, ziyaretçilerin deneyimlerini şekillendiren bir unsur olmakla kalmamakta, aynı zamanda bölgeye yönelik seyahat motivasyonlarından biri olarak da öne çıkmaktadır. Kars Sarıkamış, hem Türkler hem de Ruslar açısından derin kayıpların yaşandığı tarihsel bir mekân olması nedeniyle, her iki toplum için de güçlü bir sembolik anlam taşımaktadır. Katılımcı 10'un *"...bence her Türk vatandaşı buraya gelip yerinde görmeli"* ifadesi, Sarıkamış'ın yalnızca bir ziyaret alanı olarak değil, aynı zamanda ulusal hafızanın ve ortak tarih bilincinin deneyimlendiği bir mekân olarak algılandığını göstermektedir. Katılımcı 11'in *"Herkes için farklıdır tabii ki de, bakış açısı burada çok önemli; sonuçta bizim bir tarihimiz var"* sözleri ise kültürel kimliğin Sarıkamış deneyiminde sabit değil, ziyaretçinin kendi bakış açısına göre yeniden inşa edilen bir süreç olduğunu göstermektedir.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Sarıkamış'ı ziyaret eden turistlerin motivasyonlarının çekici ve itici faktörler etrafında ikiye ayrılması, Dann (1977) ve Crompton'a (1979) dayandırılan klasik itici-çekici ayrımıyla doğrudan örtüşmektedir: Çekici motivasyonlar (eğitim-öğrenme, tarih bilgisi, kültürel kimlik ve millî duygular, anma) destinasyonun kendine özgü tarihsel ve sembolik niteliklerinden kaynaklanırken, itici motivasyonlar (merak, vatanseverlik, aile bağları, referans grupları, medya) ziyaretçinin kendi sosyal çevresinden ve bireysel eğilimlerinden beslenmektedir. Bu örtüşme, hüznün turizmi motivasyonlarının tek bir kaynaktan değil, destinasyon ile ziyaretçi arasındaki karşılıklı etkileşimden doğduğunu göstermesi bakımından alanın genel kuramsal çerçevesiyle uyumludur.

Eğitim-öğrenme, tarih bilgisi ve anma unsurlarının öne çıkması, Robinson'ın (2015) yoğun trajedi taşıyan alanları ziyaret etme motivasyonlarının empati, entelektüel sorgulama ve eğitimle ilişkili olduğu yönündeki bulgusunu desteklemektedir; nitekim Sarıkamış'ın da Robinson (2015)'in sınıflamasındaki "daha az hüznü içeren" alanlardan çok, toplama kampı ve toplu kayıp alanlarına yakın bir konumda algılandığı söylenebilir. Min vd. (2021) Nepal'deki deprem bölgelerinde belirlediği anlama ve öğrenme, eğitimsel deneyim, ahlaki deneyim ve öz-yansıtma gibi motivasyonların Sarıkamış bağlamında da karşılık bulduğu görülmektedir. Bu durum, farklı coğrafyalarda ve farklı trajedi türlerinde (deprem/savaş) benzer motivasyon örüntülerinin ortaya çıkabileceğine işaret etmektedir.

Kültürel kimlik ve millî duyguların güçlü bir motivasyon bileşeni olarak belirlenmesi de literatürle uyumludur. Katılımcıların Sarıkamış ziyaretini aidiyet, minnet ve empati ile ilişkilendirmeleri, hüznü turizmi alanlarının kolektif hafıza ve ulusal kimlik üretimiyle bağlantılı olduğunu göstermektedir. Oren vd. (2021) olumsuz duyguların kimlik inşasını güçlendirdiğine ilişkin değerlendirmesi, Sarıkamış bağlamındaki bulguları desteklemektedir; benzer şekilde Kang vd. (2012), hüznü içeren alan ziyaretlerinde duygusal yoğunluğun tarihsel ve sembolik anlam üretimiyle birleştiğini göstermiştir.

İtici motivasyonlar kapsamında merak, vatanseverlik, aile bağları, referans grupları ve medya etkisinin öne çıkması da literatürdeki yaklaşımlarla paralellik göstermektedir. Blom'un (2000) turistlerin gündelik yaşamlarından farklı deneyimler aradıkları ve medya aracılığıyla haberdar oldukları yerlere ilgi geliştirdikleri yönündeki yaklaşımı, Sarıkamış ziyaret kararlarının yalnızca bireysel tarih ilgisiyle sınırlı olmadığını açıklamaktadır. Ashworth'un (2004) korku, empati ve merak eksenli sınıflaması ile Dunkley'nin (2007) anma, empati, tefekkür, merak ve özgünlük vurgusu da Sarıkamış örneğinde gözlenen ziyaret gerekçeleriyle örtüşmektedir. Bununla birlikte, aile bağları temasının -katılımcıların soydan gelen kayıplarla kurdukları doğrudan kişisel bağ- literatürdeki genel itici motivasyon sınıflamalarında yeterince ayrıntılandırılmamış bir boyut olduğu; bu bulgunun Sarıkamış'a özgü, aile hafızasının kuşaklar arası aktarımıyla ilişkili bir motivasyon biçimi olarak öne çıktığı söylenebilir.

Turist deneyimlerinin psikolojik ve sosyo-kültürel olmak üzere iki temel boyutta yoğunlaşması, motivasyon ve deneyimin ayrı ancak birbirini besleyen analitik düzlemler olarak konumlandırılmasıyla tutarlıdır. Psikolojik boyutta hüznü, empati, duygusal yoğunluk ve unutulmazlık unsurlarının öne çıkması, hüznü turizmi mekânlarının ziyaretçilerde yoğun duygular uyandırdığını belirten çalışmalarla örtüşmektedir (Best, 2007; Kang vd., 2012; Nawijn & Fricke, 2015). Unutulmazlık temasının belirginleşmesi ise Sarıkamış'ın yalnızca görülen değil, bellekte yer eden bir deneyim alanı olduğunu ortaya koymaktadır (Kang vd., 2012; Zhang vd., 2016; Sun & Lv, 2021).

Sosyo-kültürel deneyimler kapsamında tarihî öğrenme arzusu, kültürel kimlik ve ulus bilinci temalarının öne çıkması, Sarıkamış deneyiminin kolektif hafıza, aidiyet ve tarihsel sorumluluk duygusuyla bütünleştiğini göstermektedir. Bu bulgu, hüznü

turizminin anma, eğitim veya eğlence amacıyla ölüm, felaket ve trajediyle ilişkili yerleri ziyaret etmeyi içerdiği ve seküler hac yolculuklarının bir biçimi olarak kavramsallaştırıldığı yönündeki değerlendirmelerle uyumludur (Foley & Lennon, 1996). Nitekim Hyde & Harman'ın (2011) Gelibolu savaş alanlarını "seküler hac" olarak kavramsallaştırdığı çalışması, katılımcıların "her Türk vatandaşının burayı görmesi gerektiği" yönündeki ifadelerinde de yankısını bulmaktadır; bu ifadeler, Sarıkamış ziyaretinin dinî bir pratik olmaktan çok, ulusal kimlik ve kolektif hafızaya duyulan saygıyla şekillenen seküler bir hac deneyimine dönüştüğünü düşündürmektedir.

Bulgular, motivasyon ile deneyim arasında güçlü bir ilişki bulunduğunu göstermektedir. Ziyaretçileri Sarıkamış'a yönelten öğrenme, anma, tarih bilgisi, millî duygular ve merak gibi motivasyonların, ziyaret sırasında psikolojik ve sosyo-kültürel deneyimlere dönüştüğü anlaşılmaktadır; bu durum, Yan vd.'nin (2016) ortaya koyduğu motivasyon-deneyim ilişkisini desteklemektedir. Bununla birlikte, hüznün turizminin duygusal yapısının karmaşık olduğu; olumsuz duyguların belirgin olmakla birlikte deneyimin yalnızca kederle açıklanamayacağı vurgulanmaktadır (Nawijn & Biran, 2019; Oren vd., 2022). Sarıkamış bulguları da hüznün ve empatinin yanında tarihî farkındalık, aidiyet ve anlam üretiminin geliştiğini göstermektedir.

Bu araştırma, Kars Sarıkamış destinasyonunu ziyaret eden turistlerin motivasyon ve deneyimlerini hüznün turizmi bağlamında incelemeyi amaçlamış ve bu doğrultuda üç ana bulgu ortaya koymuştur.

İlk olarak, Sarıkamış'ı ziyaret etme motivasyonlarının çekici ve itici olmak üzere iki ana kategori altında toplam on altı temada şekillendiği görülmüştür. Çekici motivasyonlar -eğitim-öğrenme, tarih bilgisi, kültürel kimlik ve millî duygular, anma-destinasyonun kendine özgü tarihsel ve sembolik niteliklerinden beslenirken; itici motivasyonlar -merak, vatanseverlik, aile bağları, farklı kültür keşfetme isteği, referans grupları, medya- ziyaretçinin bireysel eğilimlerinden ve sosyal çevresinden kaynaklanmıştır. Bu iki kategorinin bir arada bulunması, Sarıkamış ziyaretinin ne yalnızca içsel bir tarih merakına ne de yalnızca dışsal bir yönlendirmeye indirgenebileceğini; ziyaret kararının bireysel ilgi, aile hafızası ve toplumsal etkileşimin kesişiminde oluştuğunu göstermektedir.

İkinci olarak, ziyaretçilerin destinasyonda yaşadığı deneyimin psikolojik ve sosyo-kültürel olmak üzere iki kategori altında toplam altı temada belirginleştiği tespit edilmiştir. Psikolojik deneyim -hüznün, empati, unutulmaz deneyim, duygusal deneyim- ziyaretçinin savaş alanı ve şehitlik mekânıyla karşılaşması sonucunda yaşadığı içsel ve bireysel etkilenme sürecini yansıtırken; sosyo-kültürel deneyim -tarihi öğrenme arzusu, kültürel kimlik ve ulus bilinci- ziyaretçinin tarihsel bilgi edinme, toplumsal aidiyet geliştirme ve kolektif hafızayla bağ kurma sürecini ifade etmektedir. Bu ikili yapı, Sarıkamış deneyiminin bireysel duygulanımla sınırlı kalmadığını, aynı zamanda ulusal kimliğin ve kolektif hafızanın yeniden üretildiği toplumsal bir düzlemde de gerçekleştiğini ortaya koymaktadır.

Üçüncü olarak, motivasyon ve deneyim kategorileri arasında tutarlı bir örtüşme bulunmuştur: ziyaretçileri Sarıkamış'a yönelten öğrenme, anma, tarih bilgisi ve millî

duygu temelli motivasyonlar, ziyaret sürecinde büyük ölçüde aynı eksenlerdeki psikolojik ve sosyo-kültürel deneyimlere dönüşmüştür.

Bu bulgular bir arada değerlendirildiğinde, Sarıkamış'ın Çanakkale/Gelibolu Yarımadası'nın gerisinde kalan turistik altyapısına karşın, ziyaretçi zihninde son derece güçlü ve çok katmanlı bir anlam dünyası ürettiği söylenebilir. Bu durum, çalışmanın başında işaret edilen boşluğu -Sarıkamış'a yönelik motivasyon ve deneyimi birlikte ele alan sistematik bir görgül çalışma eksikliğini- doğrudan karşılamakta ve Sarıkamış'ın, kurumsal altyapısı henüz olgunlaşmamış olsa da, ziyaretçi deneyimi bakımından Türkiye'nin önde gelen hüzün turizmi destinasyonlarıyla kıyaslanabilir bir potansiyel taşıdığını göstermektedir. Sonuç olarak Sarıkamış, yalnızca geçmişin trajik izlerini taşıyan bir savaş alanı değil; öğrenme, anma, duygusal etkilenme, tarihsel bilinç, kültürel aidiyet ve kimlik üretimi süreçlerini bir arada barındıran çok katmanlı bir hüzün turizmi destinasyonu olarak değerlendirilmelidir.

Kuramsal Çıkarımlar

Bu çalışma, hüzün turizmi yazınına üç düzeyde kuramsal katkı sunmaktadır. İlk olarak, motivasyon ve deneyimi ayrı analitik düzlemler olarak ele alıp bu iki boyut arasındaki ilişkiyi görgül biçimde ortaya koyarak, alanda genellikle birbirinden bağımsız incelenen bu iki kavramın birlikte kuramsallaştırılmasına katkı sunmaktadır. İkinci olarak, hüzün turizmi/karanlık turizm ayrımını -ziyaretçinin mekânla kurduğu ilişkinin merak değil anma ve aidiyet temelli olması- Sarıkamış örneğinde görgül olarak desteklemektedir; bu yönüyle Sarıkamış, Stone'nın (2006) karanlık turizm spektrumu içinde, kurumsallaşmış -karanlık eğlence fabrikalarından- çok, anma ve kolektif hafıza ağırlıklı bir uca yakın konumlanmaktadır. Üçüncü olarak, aile bağlarının -soydan gelen kayıplarla kurulan doğrudan kişisel bağın- Sarıkamış'a özgü, literatürde yeterince ayrıntılandırılmamış bir motivasyon boyutu olarak öne çıkması, hüzün turizmi motivasyon tipolojilerine, özellikle kuşaklararası aile hafızasının aktarıldığı destinasyonlar için yeni bir bileşen eklenmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Uygulamaya Yönelik Çıkarımlar ve Öneriler

İlgili yerel yönetimler, Sarıkamış'ın tanıtımında yalnızca trajik tarih anlatısına dayalı bir yaklaşım yerine öğrenme, anma, kültürel kimlik ve anlamlı deneyim üretme kapasitesini görünür kılan bütüncül bir tanıtım stratejisi benimsemelidir. Rehberli anlatımlar, çok dilli bilgilendirme materyalleri ve tematik ziyaretçi merkezleri geliştirilmeli; katılımcı gözlem bulgularında tespit edilen hediyelik eşya dükkânı, tuvalet ve otopark gibi temel altyapı eksiklikleri öncelikli olarak giderilmelidir.

Bölgedeki konaklama ve ulaşım işletmeleri, kış turizmiyle (kayak, Doğu Ekspresi) hüzün turizmini birleştiren paket turlar geliştirebilir; bulgulara katılımcıların önemli bir kısmının Sarıkamış'ı hem kayak hem şehitlik ziyareti amacıyla tercih ettiği görülmüştür. Rehberler, anıt ziyaretleri sırasında ziyaretçiyi duygusal ve tarihsel olarak etkileşime sokan yorumlayıcı sunum teknikleri konusunda eğitilmelidir.

Sınırlılıklar ve Gelecek Araştırmalar için Öneriler

Bu araştırmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Veri toplama sürecinin 18-19 Mart 2024 tarihleriyle sınırlı olması, yalnızca Sarıkamış Şehitlerini Anma Programı'na katılan turistlerle görüşülmesi ve saha koşulları nedeniyle odak grup görüşmelerinin gerçekleştirilememesi araştırmanın temel sınırlılıklarıdır. Örneklemin cinsiyet dağılımının dengesiz olması (11 kadın, 4 erkek) de önceden planlanmış bir kotadan değil saha koşullarından kaynaklanan bir sınırlılık olarak değerlendirilmelidir. Bu nedenle bulgular, belirli bir zaman, mekân ve katılımcı grubu bağlamında değerlendirilmelidir.

Gelecek araştırmalarda farklı zaman dilimlerinde (anma programı dışındaki dönemler), farklı ziyaretçi gruplarıyla (yabancı turistler, tekrar ziyaretçiler) ve cinsiyet dağılımı bakımından daha dengeli, geniş örneklemelerle yapılacak nicel ya da karma yöntemli çalışmalar, Sarıkamış'ın hüznün turizmi içindeki konumunun daha sistematik biçimde değerlendirilmesine katkı sağlayabilir. Ayrıca Sarıkamış'ın Çanakkale/Gelibolu Yarımadası ile karşılaştırmalı olarak ele alındığı çalışmalar, Türkiye'deki hüznün turizmi destinasyonları arasındaki farklılaşma dinamiklerini ortaya koyabilir. Sarıkamış'ın Çanakkale-merkezli yazın karşısındaki konumuna dair boşluğun kapatılmasına katkı sunacaktır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Teşekkür: Katkılarından dolayı hakemlere teşekkür ederiz.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonundan 29.07.2026 tarih ve 08 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: 1. yazar katkı oranı : % 40; 2. yazar katkı oranı : % 30; 3. yazar katkı oranı: % 30.

Yapay Zekâ Kullanımı: Yazar(lar) bu makalede yapay zekâ programlardan yararlanmadıklarını beyan etmiştir.

Veri Kullanılabilirlik Beyanı: Araştırma verileri paylaşılmamıştır.

KAYNAKÇA

- Alan, S. (2018). Sarıkamış/beyaz hüznün romanında savaş ortamının duygular üzerinden aktarımı. *Söylem Filoloji Dergisi*, 3(2), 197-208. <https://doi.org/10.29110/soylemdergi.442235>
- Ashworth, G. J. (2008). The memorialisation of violence and tragedy: human trauma as heritage. In B. Graham, & P. Howard (Eds.), *The ashgate companion to heritage and identity* (pp. 231–244). (First Edition) Ashgate. <https://doi.org/10.4324/9781315613031>
- Ashworth, G. J. (2004). *Tourism and the heritage of atrocity: managing the heritage of South African apartheid for entertainment*. CABI Books. <https://doi.org/10.1079/9780851998633.0095>

- Best, M. (2007). Norfolk Island: thanatourism, history and visitor emotions. *Shima: The International Journal of Research into Island Cultures*, 1(2), 30–48. <https://www.shimajournal.org/issues/v1n2/e.-Best-Shima-v1n2.pdf>
- Blom, T. (2000). Morbid tourism- a postmodern market niche with an example from Althorp. *Norwegian Journal of Geography*, 54(1), 29–36. <https://doi.org/10.1080/002919500423564>
- Bonanno, G. A., & Kaltman, S. (1999). Toward an integrative perspective on bereavement. *Psychological Bulletin*, 125(6), 760–776. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.6.760>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Chen, S., & Xu, H. (2021). The moral gaze in commercialized dark tourism. *Current Issues in Tourism*, 24(15), 2167–2186. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1828309>
- Collins-Kreiner, N. (2016). Dark tourism as/is pilgrimage. *Current Issues in Tourism*, 19(12), 1185–1189. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1078299>
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: choosing among five approaches*. (3. Edition). Sage Publications.
- Crompton, J. L. (1979). Motivation 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)
- Çakar, K. (2017). Bir hüzün turizmi destinasyonu olan Gelibolu yarımadasını ziyaret eden turistlerin motivasyon ve deneyimlerinin incelenmesi. [Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi]. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=7lOJX8w_8PRQU1mSHU6-jpCKRhBugwuchBd04yHv-SAVry9_OPPOIIOVGPtIxrQq
- Dann, G. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184–194. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(77\)90037-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(77)90037-8)
- Denzin, N. K. (2001). The reflexive interview and a performative social science. *Qualitative Research*, 1(1), 23–46. <https://doi.org/10.1177/146879410100100102>
- Dunkley, R. A. (2007). *Re-Peopling tourism: a 'hot approach' to studying thanatourist experiences. In the critical turn in tourism studies* (pp. 393–408). (First Edition) Routledge. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-045098-8.50027-1>
- Foley, M., & Lennon, J. J. (1996). JFK and dark tourism: a fascination with assassination. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 198–211. <https://doi.org/10.1080/13527259608722175>
- Gordillo, F., Mestas, L., Arana, J. M., Pérez, M. Á., & Escotto, E. A. (2017). The effect of mortality salience and type of life on personality evaluation. *Europe's Journal of Psychology*, 13(2), 286–299. <https://doi.org/10.5964/ejop.v13i2.1149>
- Hennink, M., Hutter, I., & Bailey, A. (2011). *Qualitative Research Methods*. (First Edition) Sage.
- Hyde, K. F., & Harman, S. (2011). Motives for a secular pilgrimage to the Gallipoli battlefields. *Tourism Management*, 32(6), 1343–1351. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.01.008>
- Iliev, D. (2021). Consumption, motivation and experience in dark tourism: A conceptual and critical analysis. *Tourism Geographies*, 23(5–6), 963–984. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1722215>

- Kang, E. J., Scott, N., Lee, T. J., & Ballantyne, R. (2012). Benefits of visiting a 'dark tourism' site: the case of the Jeju April 3rd Peace Park, Korea. *Tourism Management*, 33(2), 257–265. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.03.004>
- Kılıç, B. (2021). Sarıkamış Harekâtı Şehitliğinin hüzün turizmi destinasyonu yönünden değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 73–82. <https://izlik.org/JA68LF84UU>
- Kumar, A., Basu, R., Kumar, S., & Ali, F. (2024). Dark tourism research: a bibliometric analysis and future research directions. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 29(8), 901–921. <https://doi.org/10.1080/10941665.2024.2350412>
- Kurnaz, H. A., & Kılıç, B. (2020). *Hüzün turizmi: alt disiplinler ve türkiye destinasyonlarından seçmeler*. (1. Baskı) Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kvale, S. (2006). Dominance through interviews and dialogues. *Qualitative Inquiry*, 12(3), 480–500. <https://doi.org/10.1177/1077800406286235>
- Light, D. (2017). Progress in dark tourism and thanatourism research: an uneasy relationship with heritage tourism. *Tourism Management*, 61, 275–301. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.01.011>
- Lundin, E., Soulard, J., & Stewart, W. (2023). A broaden-and-build theoretical perspective on dark tourism visitors' transformative emotional journeys. *Leisure Sciences*, 47(6), 1153–1178. <https://doi.org/10.1080/01490400.2023.2196272>
- Lyu, J., Wang, L., & Wei, W. (2023). Mitigating mortality anxiety: identifying heritage tourism's role in terror management. *Journal of Travel Research*, 62(6), 1221–1236. <https://doi.org/10.1177/00472875221126428>
- MacCarthy, M. (2021). Using dialectic thematic analysis in dark tourism: combining deductive and inductive reasoning in a modular method. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 468–478. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.08.001>
- Magano, J., Fraiz-Brea, J. A., & Leite, A. (2023). Dark tourism, the holocaust, and well-being: a systematic review. *Heliyon*, 9(1), e13064. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13064>
- Miles, W. F. (2002). Auschwitz: museum interpretation and darker tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 1175–1178. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00054-3](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00054-3)
- Min, J., Yang, K., & Thapa-Magar, A. (2021). Dark tourism segmentation by tourists' motivations for visiting earthquake sites in Nepal: implications for dark tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(8), 866–878. <https://doi.org/10.1080/10941665.2021.1925315>
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. Sage Publications Inc. <https://doi.org/10.4135/9781412995658>
- Nawijn, J., & Biran, A. (2019). Negative emotions in tourism: a meaningful analysis. *Current Issues in Tourism*, 22(19), 2386–2398. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1451495>
- Nawijn, J., & Fricke, M. C. (2015). Visitor emotions and behavioral intentions: the case of concentration camp memorial Neuengamme. *International Journal of Tourism Research*, 17(3), 221–228. <https://doi.org/10.1002/jtr.1977>

- Nawijn, J., Isaac, R. K., van Liempt, A., & Gridnevskiy, K. (2016). Emotion clusters for concentration camp memorials. *Annals of Tourism Research*, 61, 244–247. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.09.005>
- Nikolski, G. (2010). *Bir Rus Generalinin Anlatımıyla Sarıkamış Harekâtı* (ed. Ersan Güngör). (1. Baskı). Kariyer Yayıncılık.
- Oren, G., Poria, Y., & Reichel, A. (2022). The positive role of negative emotions in heritage-site visits: the case of Auschwitz Death Camp. *Journal of Heritage Tourism*, 17(2), 158–173. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2021.1937186>
- Oren, G., Shani, A., & Poria, Y. (2021). Dialectical emotions in a dark heritage site: a study at the Auschwitz death camp. *Tourism Management*, 82, 104194. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104194>
- Raine, R. (2013). A dark tourist spectrum. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(3), 242–256. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-05-2012-0037>
- Richter, L. K. (1999). The politics of heritage tourism development: emerging issues for the new millennium. In D. G. Pearce & R. W. Butler (Eds.), *Contemporary issues in tourism development* (pp. 108–126). Routledge.
- Robinson, N. (2015). Dark tourism motivations: An investigation into the motivations of visitors to sites associated with dark tourism [Doctoral dissertation, University of Salford]. <https://salford-repository.worktribe.com/OutputFile/1495319>
- Sadıgov, R. (2019). Rus kaynaklarına göre Sarıkamış harekâtı. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 46, 279–302. <https://doi.org/10.21563/sutad.636866>
- Sann, R., Lai, P. C., Liaw, S. Y., & Chen, C. T. (2024). The nature of electronic complaints about dark tourism destinations: A machine learning approach. *Journal of Heritage Tourism*, 20(1), 107–129. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2024.2399208>
- Seaton, A. (2001). Sources of slavery - destinations of slavery: the silences and disclosures of slavery heritage in the UK and US. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 2(3/4), 107–129. https://doi.org/10.1300/J149v02n03_05
- Seaton, A. V. (1996). Guided by the dark: From thanatopsis to thanatourism. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 234–244. <https://doi.org/10.1080/13527259608722178>
- Sharpley, R. (2012). Towards an understanding of 'genocide tourism': an analysis of visitors accounts of their experience of recent genocide sites. In R. Sharpley, & P. R. Stone (Eds.), *Contemporary tourist experience: concepts and consequences* (pp. 95–109). 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. <https://hrcak.srce.hr/file/237990>
- Stone, P., & Sharpley, R. (2008). Consuming dark tourism: A thanatological perspective. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 574–595. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.02.003>
- Sun, J., & Lv, X. (2021). Feeling dark, seeing dark: mind–body in dark tourism. *Annals of Tourism Research*, 86, 103087. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103087>

- Yan, B. J., Zhang, J., Zhang, H. L., Lu, S. J., & Guo, Y. R. (2016). Investigating the motivation–experience relationship in a dark tourism space: a case study of the beichuan earthquake relics, China. *Tourism Management*, 53, 108–121. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.09.014>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayınevi.
- Zhang, H., Yang, Y., Zheng, C., & Zhang, J. (2016). Too dark to revisit? The role of past experiences and intrapersonal constraints. *Tourism Management*, 54, 452–464. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.01.002>
- Zhang, Y., Wang, J., & Zhang, L. (2023). Tourists' national identity at heritage sites of natural disasters. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 55, 282–291. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.04.007>
- Zheng, C., Zhang, J., Qian, L., Jurowski, C., Zhang, H., & Yan, B. (2018). The inner struggle of visiting 'dark tourism' sites: examining the relationship between perceived constraints and motivations. *Current Issues in Tourism*, 21(15), 1710–1727. <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1220512>
- Zhuo, S., Xu, Y., & Jiang, T. (2024). Can negative dark tourism transformative experiences promote tourists' well-being? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 60, 94–104. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.06.012>