



www.turkishstudies.net/religion

Turkish Studies - Comparative Religious Studies

eISSN: 2667-5544

Research Article / Araştırma Makalesi



ANKARA SCIENCE
UNIVERSITY

An Analysis of Visitor Experiences in Cultural Tourism: The Case of Akdamar Island and The Church of Akdamar

Kültür Turizminde Ziyaretçi Deneyimlerinin Analizi: Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi Örneği

İsmail Uzut*

Abstract: Cultural tourism is an important form of tourism that offers visitors authentic, meaningful, and memorable experiences through tangible and intangible cultural values. In recent years, changes in the expectations and perceptions of cultural tourists have made it necessary for destinations to examine visitor experiences in greater depth. In this context, the aim of this study is to analyze the experiences of tourists visiting Akdamar Island and Church of Akdamar, which constitute significant cultural attractions for tourism in Van, through online user-generated reviews. For this purpose, Turkish and English user reviews shared on the TripAdvisor and Google platforms regarding Akdamar Island and Church of Akdamar until 07.04.2025 were used as the data source. A total of 2,800 reviews were analyzed through content analysis, one of the qualitative research methods, using the MAXQDA 2020 software. In order to ensure the reliability of the coding process, a second coding procedure was conducted by an independent researcher, and inter-coder agreement was tested using the Kappa coefficient. The obtained Kappa value (0.94) indicates that the study has a high level of reliability. As a result of the analysis, six main themes shaping the visitor experience were identified. These themes were classified as “authenticity,” “awe,” “flora and fauna,” “environmental protection and restoration,” “landscape,” and “recommendation.” The findings indicate that Akdamar Island and Church of Akdamar are perceived by visitors as highly authentic destinations and that architectural features, the natural environment, flora and fauna diversity, and landscape significantly enrich the visitor experience. Furthermore, the feeling of awe experienced by visitors was found to be closely associated with satisfaction and recommendation behavior. The study contributes to both the literature and destination management and marketing practices by providing contemporary and practice-oriented insights into visitor experiences within the context of cultural tourism.

Keywords: Cultural Tourism, Tourist Experience, Authenticity, Awe, Akdamar Island and Church, Content Analysis.

* Lecturer Dr., İstanbul University-Cerrahpaşa, Vocational School of Social Sciences, Tourism and Hotel Management Programme

Öğr. Gör. Dr., İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-6227-7249>

ismail.uzut@iuc.edu.tr

Cite as/ Atıf: Uzut, İ. (2026). An analysis of visitor experiences in cultural tourism: The case of Akdamar Island and The Church of Akdamar / Kültür turizminde ziyaretçi deneyimlerinin analizi: Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi Örneği. *Turkish Studies-Comparative Religious Studies*, 21(Ö1), 2793-2842. [Special Issues Dedicated to Prof. Dr. Mahmut Özer]. Ankara Bilim University Publications. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.89047>

Received/Geliş: 24 December/Aralık 2025

Accepted/Kabul: 15 September/Eylül 2026

Published/Yayın: 20 September/Eylül 2026

Checked by plagiarism software



Öz: Kültür turizmi, ziyaretçilere somut ve somut olmayan kültürel değerler aracılığıyla özgün, anlamlı ve unutulmaz deneyimler sunan önemli bir turizm türüdür. Son yıllarda kültür turistlerinin beklenti ve deneyim algılarında yaşanan değişim, destinasyonların ziyaretçi deneyimlerini daha ayrıntılı biçimde incelemesini gerekli kılmıştır. Bu araştırmanın amacı, Van turizmi açısından önemli bir kültürel çekicilik olan Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi’ni ziyaret eden turistlerin deneyimlerini çevrimiçi kullanıcı yorumları aracılığıyla analiz etmektir. Bu kapsamda araştırmada, TripAdvisor ve Google platformlarında Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi hakkında 07.04.2025 tarihine kadar paylaşılmış Türkçe ve İngilizce kullanıcı yorumları veri kaynağı olarak kullanılmıştır. Toplam 2800 yorum, nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniğiyle MAXQDA 2020 programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Kodlama sürecinin güvenilirliğini sağlamak amacıyla bağımsız bir araştırmacı tarafından ikinci bir kodlama gerçekleştirilmiş ve kodlayıcılar arası uyum Kappa katsayısı ile test edilmiştir. Elde edilen Kappa değeri (0,94), araştırmanın yüksek güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir. Analiz sonucunda ziyaretçi deneyimini şekillendiren altı temel tema belirlenmiştir. Bu temalar; “otantiklik”, “hayranlık (derin etkilenme)”, “flora ve fauna”, “çevre koruma ve restorasyon”, “manzara” ve “tavsiye” olarak adlandırılmıştır. Bulgular, Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi’nin ziyaretçiler tarafından yüksek düzeyde otantik algılandığını ve mimari özellikler, doğal çevre, flora-fauna çeşitliliği ile manzaranın ziyaretçi deneyimini önemli ölçüde zenginleştirdiğini göstermektedir. Ayrıca ziyaretçilerin yaşadığı hayranlık duygusunun memnuniyet ve tavsiye davranışıyla yakından ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Çalışma, kültür turizmi bağlamında ziyaretçi deneyimlerine ilişkin güncel çıkarımlar sunarak hem literatüre hem de destinasyon yönetimi ve pazarlama uygulamalarına katkı sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kültür Turizmi, Turist Deneyimi, Otantiklik, Hayranlık / Derin Etkilenme, Akdamar Adası ve Kilisesi, İçerik Analizi.

Structured Abstract:

The concept of experience occupies a central position in tourism literature as a key element in explaining tourist behaviour, satisfaction levels, and destination performance. Previous studies on tourist experience have addressed the concept from various perspectives, including destination-wide analyses (Manning, 1982; Baker, 1986), specific tourism types such as rural tourism and responsible tourism (Chon & Evans, 1989; Cooper & Özdil, 1992), and micro-level contexts such as hotels and restaurants (Trigano, 1984; Sun et al., 2017). In recent years, however, the tourist experience has gained particular importance in tourism types that have shown a significant increase in demand. One of these tourism types is cultural tourism, which has become increasingly prominent at both national and international levels. The growing interest in cultural tourism has been accompanied by noticeable changes in the travel behaviours, expectations, and demands of cultural tourists (Richards, 2018; Konstantakis et al., 2020). These changes have necessitated a more detailed examination of tourist experiences within the context of cultural tourism. Türkiye, with its multi-layered historical and cultural heritage, represents a significant destination for cultural tourism. Within this context, Akdamar Island and Church of Akdamar, located in Lake Van, stand out as important attractions for cultural and faith tourism. Despite their importance, studies examining tourist experiences at Akdamar Island and Church of Akdamar through online user-generated content remain limited. Therefore, the aim of this study is to analyse the experiences of tourists visiting Akdamar Island and the Church of Akdamar based on user reviews shared on TripAdvisor and Google. The study also identified the main themes shaping the experiences of tourists visiting Akdamar Island and the Church of Akdamar. By identifying tourist experiences and the themes affecting these experiences, the study aims to contribute to both the cultural tourism literature and destination management practices.

Cultural tourism is generally defined as travel motivated by the desire to experience cultural resources, acquire new knowledge, and satisfy cultural needs (Richards, 1996, p. 24). These resources may consist of tangible cultural heritage, such as historical buildings and monuments, as well as intangible heritage, including beliefs, traditions, rituals, and local lifestyles. Recent studies emphasise that a cultural resource does not necessarily have to be ancient to be considered valuable for cultural tourism; relatively recent cultural elements may also function as significant cultural tourism assets (Timothy, 2014, p. 31). The tourist experience in cultural tourism extends beyond mere visitation and involves a multidimensional structure encompassing emotional, cognitive, sensory, and behavioural components (Schmitt, 1999, p. 53; Demirel, 2020, p. 67). Among these components, authenticity is widely recognised as a core element shaping cultural tourism experiences. Authenticity is associated with originality, historical texture, and the perceived genuineness of cultural environments, and it plays a crucial role in enhancing tourist satisfaction and memorable experiences (Chhabra et al., 2003, p. 703; Seyfi et al., 2020, p. 9). Another important emotional dimension of tourist experience is awe, which refers to intense feelings of admiration and wonder triggered by encounters with impressive cultural, architectural, or natural elements (Coghlan et al., 2012, p. 1711). In addition to emotional dimensions, environmental elements such as authenticity, flora and fauna, landscape, and conservation practices contribute significantly to cultural tourism experiences. These elements are closely linked to sustainability discussions in tourism, as the protection and restoration of cultural and natural assets are essential for maintaining destination attractiveness (Hall et al., 2011, p. 319; Csapo, 2012, p. 224). Within this framework, the present study focuses on Akdamar Island and the Church of Akdamar as a cultural tourism destination that integrates architectural heritage, natural environment, and emotional experience. By examining authenticity, awe, environmental features, and conservation-related perceptions together, the study addresses a relatively underexplored destination in cultural tourism literature and provides a holistic perspective on visitor experience.

This study adopts a qualitative research approach. The data were collected from user-generated content shared on TripAdvisor and Google platforms related to Akdamar Island and Church of Akdamar up to April 7, 2025. From an initial dataset of 4,935 online reviews and ratings, comments containing only ratings, emojis or languages other than Turkish and English were excluded. As a result, 2,800 reviews were deemed suitable for analysis. Content analysis was employed as the primary analytical technique, as it enables the systematic interpretation of visitor narratives and experiential meanings embedded in online reviews (Krippendorff, 2013, p. 24). The analysis process was conducted using MAXQDA 2020 qualitative data analysis software. A coding scheme was developed based on the research context and relevant literature, and all reviews were coded accordingly. To ensure reliability, an independent academic expert conducted a second round of coding. Inter-coder reliability was tested using Cohen's kappa coefficient. The resulting Kappa value

of 0.94 indicates a nearly perfect level of agreement, demonstrating high reliability in the coding process (Landis & Koch, 1977, p. 16; McHugh, 2012, p. 279). Since the study used publicly available online data without personal identifiers, it was considered within the scope of research not requiring ethical committee approval.

The content analysis revealed six main themes shaping visitor experiences: authenticity, awe, flora and fauna, environmental protection and restoration, landscape, and recommendation. The authenticity theme was predominantly associated with the architectural features, stone craftsmanship, historical texture, and overall atmosphere of the Church of Akdamar. These findings are consistent with previous studies emphasising authenticity as a fundamental component of cultural tourism experiences (Seyfi et al., 2020, p. 9; Gürsoy et al., 2022, pp. 10-11). The awe theme reflected strong emotional responses expressed by visitors, indicating that Akdamar Island and the church evoke intense admiration and emotional engagement. This aligns with earlier research suggesting that awe contributes to memorable experiences and enhances recommendation intentions (Coghlan et al., 2012, p. 1711; Wang & Lyu, 2019, p. 106). The flora and fauna theme highlighted the role of natural elements such as endemic plants, birds, and wildlife in enriching visitor experiences, supporting the notion that environmental features contribute to emotional well-being and experiential depth (Curtin, 2009, p. 451). The landscape theme was closely linked to aesthetic appreciation and satisfaction, reinforcing the importance of scenic beauty in tourist motivation (Kaltenborn et al., 2019, p. 5). Environmental protection and restoration emerged as a significant theme, reflecting visitors' awareness of conservation practices related to both the island and the church. This finding supports sustainability-orientated cultural tourism perspectives. Finally, the recommendation theme demonstrated that positive experiences often translated into strong intentions to recommend the destination to others. Co-occurrence analysis further demonstrated that authenticity and awe were strongly associated with recommendation behaviour, suggesting that emotionally enriched and authentic experiences increase visitors' intentions to recommend the destination.

The findings indicate that Akdamar Island and Church of Akdamar offer a rich and multidimensional cultural tourism experience shaped primarily by authenticity, emotional impact, and environmental attributes. The study contributes to cultural tourism literature by demonstrating how authenticity, awe, environmental features and recommendation behaviour interact within visitor experiences in a relatively underexplored heritage destination. From a practical perspective, destination managers and tourism stakeholders may benefit from integrating authenticity-based storytelling, architectural heritage, scenic landscape imagery, and nature-based attributes into destination marketing and visitor experience strategies. For future research, similar studies could involve conducting similar studies in various destinations, targeting specific visitor segments, or employing quantitative methods to further enrich the literature. in different destinations, with specific visitor segments or by employing quantitative methods to further expand the literature.

Keywords: cultural tourism, tourist experience, authenticity, awe, Akdamar Island and Church, and content analysis.

ملخص منظم:

يحتل مفهوم «التجربة» مكانة مركزية في الأدبيات السياحية باعتباره عنصراً أساسياً في تفسير سلوك السائح ومستويات رضاه وأداء الوجهة السياحية. وقد تناولت الدراسات السابقة حول تجربة السائح هذا المفهوم من زوايا مختلفة، بما في ذلك التحليلات الشاملة للوجهة السياحية وأنواع محددة من السياحة مثل السياحة الريفية والسياحة المسؤولة (Manning، 1982؛ Baker، 1986؛ Chon & Evans، 1989)، والسياقات على المستوى الجزئي مثل الفنادق والمطاعم (تريغانو، 1984؛ صن وآخرون، 2017). غير أن التجربة السياحية اكتسبت في السنوات الأخيرة أهمية خاصة في أنواع السياحة التي شهدت زيادة كبيرة في الطلب. ومن بين هذه الأنواع السياحية الثقافية، التي أصبحت تكتسب أهمية متزايدة على الصعيدين الوطني والدولي. وقد تراقق الاهتمام المتزايد بالسياحة الثقافية مع تغييرات ملحوظة في سلوكيات السفر وتوقعات ومتطلبات السياح الثقافيين (ريتشاردز، 2018؛ كونستاناكيس وآخرون، 2020). وقد استلزمت هذه التغييرات إجراء دراسة أكثر تفصيلاً لتجارب السياح في سياق السياحة الثقافية. تُعد تركيا، بتراتها التاريخية والثقافي المتعدد الأبعاد، وجهة مهمة للسياحة الثقافية. وفي هذا السياق، تبرز جزيرة أكدامار وكنيسة أكدامار، الواقعتان في بحيرة فان، كمعالم جذب مهمة للسياحة الثقافية والدينية. وعلى الرغم من أهميتهما، لا تزال الدراسات التي تبحث في تجارب السياح في جزيرة أكدامار وكنيسة أكدامار من خلال المحتوى الذي ينشئه المستخدمون عبر الإنترنت محدودة. لذلك، تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تجارب السياح الذين يزورون جزيرة أكدامار وكنيسة أكدامار استناداً إلى تقييمات المستخدمين المنشورة على موقعي «تريب أدفايزر» و«جوجل». كما حددت الدراسة الموضوعات الرئيسية التي تشكل تجارب السياح الذين يزورون جزيرة أكدامار وكنيسة أكدامار. ومن خلال تحديد تجارب السياح والموضوعات التي تؤثر على هذه التجارب، تهدف الدراسة إلى المساهمة في كل من الأدبيات المتعلقة بالسياحة الثقافية وممارسات إدارة الوجهات السياحية.

يُعرّف السياحة الثقافية عمومًا بأنها السفر المدفوع بالرغبة في تجربة الموارد الثقافية، واكتساب معرفة جديدة، وتلبية الاحتياجات الثقافية (ريتشاردز، 1996، ص. 24). وقد تتألف هذه الموارد من التراث الثقافي المادي، مثل المباني والآثار التاريخية، وكذلك التراث غير المادي، بما في ذلك المعتقدات والتقاليد والطقوس وأنماط الحياة المحلية. تؤكد الدراسات الحديثة على أن المورد الثقافي لا يجب بالضرورة أن يكون قديمًا ليُعتبر ذا قيمة للسياحة الثقافية؛ فقد تعمل العناصر الثقافية الحديثة نسبيًا أيضًا كأصول مهمة للسياحة الثقافية (تيموثي، 2014، ص. 31). تتجاوز التجربة السياحية في السياحة الثقافية مجرد الزيارة، وتشمل بنية متعددة الأبعاد تضم مكونات عاطفية، ومعرفية، وحسية، وسلوكية (شميت، 1999، ص. 53؛ ديميريل، 2020، ص. 67). ومن بين هذه المكونات، يُعترف على نطاق واسع بالأصالة باعتبارها عنصرًا أساسيًا في تشكيل تجارب السياحة الثقافية. وترتبط الأصالة بالأصالة الإبداعية، والنسيج التاريخي، والأصالة المتصورة للبيئات الثقافية، وتلعب دورًا حاسمًا في تعزيز رضا السائح وتجاربه التي لا تُنسى (شابر وأخرون، 2003، ص. 703؛ سيفي وأخرون، 2020، ص. 9). ومن الأبعاد العاطفية المهمة الأخرى لتجربة السائح «الرغبة»، التي تشير إلى مشاعر الإعجاب والدهشة الشديدة التي تثيرها المواجهات مع العناصر الثقافية أو المعمارية أو الطبيعية المثيرة للإعجاب (كوغلان وأخرون، 2012، ص. 1711). بالإضافة إلى الأبعاد العاطفية، تساهم العناصر البيئية مثل الأصالة، والنباتات والحيوانات، والمناظر الطبيعية، وممارسات الحفاظ بشكل كبير في تجارب السياحة الثقافية. وترتبط هذه العناصر ارتباطًا وثيقًا بمناقشات الاستدامة في مجال السياحة، حيث إن حماية الأصول الثقافية والطبيعية وترميمها أمران ضروريان للحفاظ على جاذبية الوجهة في هذا الإطار، تركّز الدراسة الحالية على جزيرة أكدامار وكنيسة أكدامار كوجهة (Csapo, 2012, p. 224; Hall et al., 2011, p. 319). سياحية ثقافية تدمج بين التراث المعماري والبيئة الطبيعية والتجربة العاطفية. ومن خلال دراسة الأصالة، والشعور بالرهبة، والسمات البيئية والتصورات المتعلقة بالحفظ معًا، تتناول الدراسة وجهة لم يتم استكشافها بشكل كافٍ نسبيًا في الأدبيات المتعلقة بالسياحة الثقافية، وتقدم منظورًا شاملاً لتجربة الزائر.

«تتبنى هذه الدراسة نهجًا بحثيًا نوعيًا. تم جمع البيانات من المحتوى الذي أنشأه المستخدمون والمشارك على منصات «تريب أدفايزر و«جوجل» والمتعلق بجزيرة أكدامار وكنيسة أكدامار حتى 7 أبريل 2025. من مجموعة البيانات الأولية التي تضمنت 4,935 تقييمًا وتعليقًا عبر الإنترنت، تم استبعاد التعليقات التي تحتوي فقط على تقييمات أو رموز تعبيرية أو لغات أخرى غير التركية والإنجليزية. ونتيجة لذلك، أُعْتُبِرَت 2,800 تعليقًا مناسبة للتحليل. واستُخدم تحليل المحتوى كأسلوب تحليلي أساسي، حيث إنه ينتج التفسير المنهجي لروايات الزوار والمعاني أُجريت عملية التحليل باستخدام برنامج تحليل البيانات (Krippendorff, 2013, p. 24). تم تطوير مخطط ترميز استنادًا إلى سياق البحث والأدبيات ذات الصلة، وتم ترميز جميع التقييمات وفقًا لذلك. MAXQDA 2020 النوعية لضمان الموثوقية، أجرى خبير أكاديمي مستقل جولة ثانية من الترميز. تم اختبار الموثوقية بين المرمزين باستخدام معامل كابتا لكوهين. وتشير (Landis & Koch, 1977, p. 0.94) قيمة كابا الناتجة البالغة 0.94 إلى مستوى اتفاق شبه مثالي، مما يدل على موثوقية عالية في عملية الترميز ونظرًا لأن الدراسة استخدمت بيانات متاحة للجمهور عبر الإنترنت دون معرفات شخصية، فقد أُعْتُبِرَت (McHugh, 2012, p. 279; 16; ضمن نطاق الأبحاث التي لا تتطلب موافقة لجنة الأخلاقيات.

كشف تحليل المحتوى عن ستة مواضيع رئيسية تشكل تجارب الزوار: الأصالة، والرهبة، والنباتات والحيوانات، وحماية البيئة وترميمها، والمناظر الطبيعية، والتوصية. ارتبط موضوع الأصالة في الغالب بالسمات المعمارية، والحرفية في صناعة الحجر، والنسيج التاريخي، والأجواء العامة لكنيسة أكدامار. تتوافق هذه النتائج مع الدراسات السابقة التي تؤكد على الأصالة باعتبارها مكونًا أساسيًا لتجارب وعكس موضوع «الرغبة» ردود فعل عاطفية قوية (Gürsoy et al., 2022, pp. 10-11; Seyfi et al., 2020, p. 9). أعرب عنها الزوار، مما يشير إلى أن جزيرة أكدامار والكنيسة تثيران إعجابًا شديدًا وتفاعلاً عاطفياً. ويتوافق هذا مع أبحاث سابقة تشير إلى أن (Coghlan et al., 2012, p. 1711; Wang & Lyu, 2019, p. 106). وسلط موضوع النباتات والحيوانات الضوء على دور العناصر الطبيعية مثل النباتات المستوطنة والطيور والحياة البرية في إثراء تجارب كان موضوع المناظر (Curtin, 2009, p. 451). مما يدعم فكرة أن السمات البيئية تساهم في خلق تجارب لا تُنسى وتعزز نوايا التوصية». وبرز موضوع حماية البيئة واستعادتها كموضوع مهم، مما يعكس وعي الزوار بممارسات الحفاظ المتعلقة بكل من الجزيرة والكنيسة (Kaltenborn et al., 2019, p. 5). وتدعم هذه النتيجة وجهات النظر المتعلقة بالسياحة الثقافية الموجهة نحو الاستدامة. وأخيرًا، أظهر موضوع التوصية أن التجارب الإيجابية غالبًا ما تُترجم إلى نوايا قوية لتوصية الآخرين بالوجهة. كما أظهر تحليل التزامن أن الأصالة والإعجاب كانا مرتبطتين ارتباطًا وثيقًا بسلوك التوصية. مما يشير إلى أن التجارب الأصيلة والغنية عاطفياً تزيد من نوايا الزوار لتوصية الآخرين بالوجهة.

تشير النتائج إلى أن جزيرة أكدامار وكنيسة أكدامار توفران تجربة سياحية ثقافية غنية ومتعددة الأبعاد تتشكل في المقام الأول من الأصالة والتأثير العاطفي والسمات البيئية. تساهم هذه الدراسة في الأدبيات المتعلقة بالسياحة الثقافية من خلال إظهار كيفية تفاعل الأصالة والإعجاب، والسمات البيئية، وسلوك التوصية ضمن تجارب الزوار في وجهة تراثية لم يتم استكشافها بشكل كافٍ نسبيًا. ومن منظور عملي، قد يستفيد مديرو الوجهات وأصحاب المصلحة في مجال السياحة من دمج سرد القصص القائم على الأصالة، والتراث المعماري، وصور المناظر الطبيعية الخلابة، والسمات المستمدة من الطبيعة في استراتيجيات تسويق الوجهة وتجربة الزوار. بالنسبة للبحوث المستقبلية، يمكن أن تشمل الدراسات المماثلة إجراء أبحاث مماثلة في وجهات مختلفة، أو استهداف شرائح محددة من الزوار، أو استخدام الأساليب الكمية لإثراء الأدبيات بشكل أكبر. في وجهات مختلفة، مع شرائح محددة من الزوار أو باستخدام الأساليب الكمية لتوسيع نطاق الأدبيات بشكل أكبر.

الكلمات المفتاحية: السياحة الثقافية، تجربة الزائر، الأصالة، الإعجاب، جزيرة أكدامار وكنيسة أكدامار، وتحليل المحتوى

Résumé Structuré:

Le concept d'expérience occupe une place centrale dans la littérature touristique en tant qu'élément clé permettant d'expliquer le comportement des touristes, leur niveau de satisfaction et la performance des destinations. Les études antérieures sur l'expérience touristique ont abordé ce concept sous divers angles,

notamment à travers des analyses portant sur l'ensemble d'une destination (Manning, 1982 ; Baker, 1986), sur des types de tourisme spécifiques tels que le tourisme rural et le tourisme responsable (Chon & Evans, 1989 ; Cooper & Özdil, 1992), ainsi que des contextes à petite échelle tels que les hôtels et les restaurants (Trigano, 1984 ; Sun et al., 2017). Ces dernières années, cependant, l'expérience touristique a pris une importance particulière dans les types de tourisme qui ont connu une augmentation significative de la demande. L'un de ces types de tourisme est le tourisme culturel, qui a pris une importance croissante tant au niveau national qu'international. L'intérêt grandissant pour le tourisme culturel s'est accompagné de changements notables dans les comportements de voyage, les attentes et les exigences des touristes culturels (Richards, 2018 ; Konstantakis et al., 2020). Ces changements ont rendu nécessaire un examen plus approfondi des expériences touristiques dans le contexte du tourisme culturel. La Turquie, avec son patrimoine historique et culturel aux multiples facettes, constitue une destination majeure pour le tourisme culturel. Dans ce contexte, l'île d'Akdamar et l'église d'Akdamar, situées sur le lac de Van, se distinguent comme des attractions importantes pour le tourisme culturel et religieux. Malgré leur importance, les études examinant les expériences des touristes sur l'île d'Akdamar et à l'église d'Akdamar à travers les contenus générés par les utilisateurs en ligne restent limitées. Par conséquent, l'objectif de cette étude est d'analyser les expériences des touristes visitant l'île d'Akdamar et l'église d'Akdamar à partir des avis d'utilisateurs partagés sur TripAdvisor et Google. L'étude a également identifié les principaux thèmes qui façonnent les expériences des touristes visitant l'île d'Akdamar et l'église d'Akdamar. En identifiant les expériences touristiques et les thèmes qui les influencent, cette étude vise à contribuer à la fois à la littérature sur le tourisme culturel et aux pratiques de gestion des destinations.

Le tourisme culturel est généralement défini comme un voyage motivé par le désir de découvrir des ressources culturelles, d'acquérir de nouvelles connaissances et de satisfaire des besoins culturels (Richards, 1996, p. 24). Ces ressources peuvent consister en un patrimoine culturel matériel, tel que des bâtiments et monuments historiques, ainsi qu'en un patrimoine immatériel, comprenant les croyances, les traditions, les rituels et les modes de vie locaux. Des études récentes soulignent qu'une ressource culturelle ne doit pas nécessairement être ancienne pour être considérée comme précieuse pour le tourisme culturel ; des éléments culturels relativement récents peuvent également constituer des atouts importants pour le tourisme culturel (Timothy, 2014, p. 31). L'expérience touristique dans le cadre du tourisme culturel va au-delà de la simple visite et implique une structure multidimensionnelle englobant des composantes émotionnelles, cognitives, sensorielles et comportementales (Schmitt, 1999, p. 53 ; Demirel, 2020, p. 67). Parmi ces composantes, l'authenticité est largement reconnue comme un élément central qui façonne les expériences de tourisme culturel. L'authenticité est associée à l'originalité, à la trame historique et à la perception de l'authenticité des environnements culturels ; elle joue un rôle crucial dans l'amélioration de la satisfaction des touristes et la création d'expériences mémorables (Chhabra et al., 2003, p. 703 ; Seyfi et al., 2020, p. 9). Une autre dimension émotionnelle importante de l'expérience touristique est l'émerveillement, qui désigne des sentiments intenses d'admiration et d'étonnement suscités par la découverte d'éléments culturels, architecturaux ou naturels impressionnants (Coghlan et al., 2012, p. 1711). Outre les dimensions émotionnelles, des éléments environnementaux tels que l'authenticité, la flore et la faune, le paysage et les pratiques de conservation contribuent de manière significative aux expériences de tourisme culturel. Ces éléments sont étroitement liés aux débats sur la durabilité dans le tourisme, car la protection et la restauration des biens culturels et naturels sont essentielles au maintien de l'attractivité d'une destination (Hall et al., 2011, p. 319 ; Csapo, 2012, p. 224). Dans ce cadre, la présente étude se concentre sur l'île d'Akdamar et l'église d'Akdamar en tant que destination de tourisme culturel alliant patrimoine architectural, environnement naturel et expérience émotionnelle. En examinant conjointement l'authenticité, l'émerveillement, les caractéristiques environnementales et les perceptions liées à la conservation, cette étude s'intéresse à une destination relativement peu explorée dans la littérature sur le tourisme culturel et offre une perspective holistique sur l'expérience des visiteurs.

Cette étude adopte une approche de recherche qualitative. Les données ont été collectées à partir de contenus générés par les utilisateurs et partagés sur les plateformes TripAdvisor et Google concernant l'île d'Akdamar et l'église d'Akdamar jusqu'au 7 avril 2025. Sur un ensemble de données initial de 4 935 avis et notes en ligne, les commentaires ne contenant que des notes, des emojis ou des langues autres que le turc et l'anglais ont été exclus. En conséquence, 2 800 avis ont été jugés aptes à l'analyse. L'analyse de contenu a été utilisée comme principale technique analytique, car elle permet l'interprétation systématique des récits des visiteurs et des significations expérientielles inhérentes aux avis en ligne (Krippendorff, 2013, p. 24). Le processus d'analyse a été mené à l'aide du logiciel d'analyse de données qualitatives MAXQDA 2020. Un

schéma de codage a été élaboré en fonction du contexte de la recherche et de la littérature pertinente, et tous les avis ont été codés en conséquence. Afin de garantir la fiabilité, un expert universitaire indépendant a procédé à un deuxième cycle de codage. La fiabilité inter-codeurs a été testée à l'aide du coefficient kappa de Cohen. La valeur kappa obtenue, égale à 0,94, indique un niveau de concordance quasi parfait, ce qui démontre une grande fiabilité du processus de codage (Landis & Koch, 1977, p. 16 ; McHugh, 2012, p. 279). L'étude ayant utilisé des données en ligne accessibles au public et ne comportant aucun identifiant personnel, elle a été considérée comme relevant du champ de recherche ne nécessitant pas l'autorisation d'un comité d'éthique.

L'analyse de contenu a révélé six thèmes principaux façonnant les expériences des visiteurs : l'authenticité, l'émerveillement, la flore et la faune, la protection et la restauration de l'environnement, le paysage et la recommandation. Le thème de l'authenticité était principalement associé aux caractéristiques architecturales, au savoir-faire en matière de taille de pierre, au cachet historique et à l'atmosphère générale de l'église d'Akdamar. Ces résultats concordent avec des études antérieures soulignant que l'authenticité est une composante fondamentale des expériences de tourisme culturel (Seyfi et al., 2020, p. 9 ; Gürsoy et al., 2022, pp. 10-11). Le thème de l'émerveillement reflétait les vives réactions émotionnelles exprimées par les visiteurs, indiquant que l'île d'Akdamar et l'église suscitent une admiration intense et un engagement émotionnel. Cela va dans le sens de recherches antérieures suggérant que l'émerveillement contribue à des expériences mémorables et renforce l'intention de recommandation (Coghlan et al., 2012, p. 1711 ; Wang & Lyu, 2019, p. 106). Le thème de la flore et de la faune a mis en évidence le rôle des éléments naturels, tels que les plantes endémiques, les oiseaux et la faune sauvage, dans l'enrichissement des expériences des visiteurs, corroborant ainsi l'idée que les caractéristiques environnementales contribuent au bien-être émotionnel et à la profondeur de l'expérience (Curtin, 2009, p. 451). Le thème du paysage était étroitement lié à l'appréciation esthétique et à la satisfaction, renforçant ainsi l'importance de la beauté des paysages dans la motivation des touristes (Kaltenborn et al., 2019, p. 5). La protection et la restauration de l'environnement sont apparues comme un thème significatif, reflétant la sensibilisation des visiteurs aux pratiques de conservation liées à la fois à l'île et à l'église. Ce résultat vient étayer les perspectives du tourisme culturel axées sur la durabilité. Enfin, le thème des recommandations a montré que les expériences positives se traduisaient souvent par une forte intention de recommander la destination à d'autres. L'analyse de co-occurrence a en outre démontré que l'authenticité et l'émerveillement étaient étroitement associés au comportement de recommandation, ce qui suggère que des expériences authentiques et riches sur le plan émotionnel renforcent l'intention des visiteurs de recommander la destination.

Ces résultats indiquent que l'île d'Akdamar et l'église d'Akdamar offrent une expérience de tourisme culturel riche et multidimensionnelle, façonnée principalement par l'authenticité, l'impact émotionnel et les caractéristiques environnementales. Cette étude apporte une contribution à la littérature sur le tourisme culturel en démontrant comment l'authenticité, l'émerveillement, les caractéristiques environnementales et le comportement de recommandation interagissent au sein des expériences des visiteurs dans une destination patrimoniale relativement peu explorée. D'un point de vue pratique, les gestionnaires de destination et les acteurs du tourisme pourraient tirer profit de l'intégration d'un récit axé sur l'authenticité, du patrimoine architectural, d'images de paysages pittoresques et d'attributs liés à la nature dans leurs stratégies de marketing de destination et d'expérience des visiteurs. Pour les recherches futures, des études similaires pourraient être menées dans diverses destinations, en ciblant des segments de visiteurs spécifiques ou en recourant à des méthodes quantitatives afin d'enrichir davantage la littérature. dans différentes destinations, auprès de segments de visiteurs spécifiques ou en utilisant des méthodes quantitatives pour élargir davantage la littérature.

Mots-clés: tourisme culturel, expérience touristique, authenticité, émerveillement, île et église d'Akdamar, et analyse de contenu.

Resumen Estructurado:

El concepto de «experiencia» ocupa un lugar central en la literatura sobre turismo como elemento clave para explicar el comportamiento de los turistas, los niveles de satisfacción y el rendimiento de los destinos. Los estudios previos sobre la experiencia turística han abordado el concepto desde diversas perspectivas, incluyendo análisis a escala de destino (Manning, 1982; Baker, 1986), tipos específicos de turismo como el turismo rural y el turismo responsable (Chon y Evans, 1989; Cooper y Özdil, 1992), y

contextos a nivel micro, como hoteles y restaurantes (Trigano, 1984; Sun et al., 2017). Sin embargo, en los últimos años, la experiencia turística ha cobrado especial importancia en aquellos tipos de turismo que han registrado un aumento significativo de la demanda. Uno de estos tipos de turismo es el turismo cultural, que ha adquirido cada vez más protagonismo tanto a nivel nacional como internacional. El creciente interés por el turismo cultural ha venido acompañado de cambios notables en los comportamientos de viaje, las expectativas y las demandas de los turistas culturales (Richards, 2018; Konstantakis et al., 2020). Estos cambios han hecho necesario un análisis más detallado de las experiencias turísticas en el contexto del turismo cultural. Turquía, con su patrimonio histórico y cultural de múltiples facetas, constituye un destino importante para el turismo cultural. En este contexto, la isla de Akdamar y la iglesia de Akdamar, situadas en el lago de Van, destacan como importantes atracciones para el turismo cultural y religioso. A pesar de su importancia, los estudios que examinan las experiencias de los turistas en la isla de Akdamar y la iglesia de Akdamar a través de contenidos generados por los usuarios en Internet siguen siendo escasos. Por lo tanto, el objetivo de este estudio es analizar las experiencias de los turistas que visitan la isla de Akdamar y la iglesia de Akdamar basándose en las opiniones de los usuarios compartidas en TripAdvisor y Google. El estudio también identificó los principales temas que conforman las experiencias de los turistas que visitan la isla de Akdamar y la iglesia de Akdamar. Al identificar las experiencias turísticas y los temas que influyen en ellas, el estudio pretende contribuir tanto a la literatura sobre turismo cultural como a las prácticas de gestión de destinos.

El turismo cultural se define generalmente como un viaje motivado por el deseo de experimentar recursos culturales, adquirir nuevos conocimientos y satisfacer necesidades culturales (Richards, 1996, p. 24). Estos recursos pueden consistir en patrimonio cultural material, como edificios históricos y monumentos, así como en patrimonio inmaterial, que incluye creencias, tradiciones, rituales y estilos de vida locales. Estudios recientes hacen hincapié en que un recurso cultural no tiene por qué ser antiguo para considerarse valioso para el turismo cultural; los elementos culturales relativamente recientes también pueden constituir activos significativos para el turismo cultural (Timothy, 2014, p. 31). La experiencia turística en el turismo cultural va más allá de la mera visita e implica una estructura multidimensional que abarca componentes emocionales, cognitivos, sensoriales y conductuales (Schmitt, 1999, p. 53; Demirel, 2020, p. 67). Entre estos componentes, la autenticidad se reconoce ampliamente como un elemento fundamental que da forma a las experiencias del turismo cultural. La autenticidad se asocia con la originalidad, la textura histórica y la percepción de genuinidad de los entornos culturales, y desempeña un papel crucial a la hora de potenciar la satisfacción de los turistas y las experiencias memorables (Chhabra et al., 2003, p. 703; Seyfi et al., 2020, p. 9). Otra dimensión emocional importante de la experiencia turística es el asombro, que se refiere a intensos sentimientos de admiración y maravilla provocados por el encuentro con elementos culturales, arquitectónicos o naturales impresionantes (Coghlan et al., 2012, p. 1711). Además de las dimensiones emocionales, los elementos ambientales —como la autenticidad, la flora y la fauna, el paisaje y las prácticas de conservación— contribuyen de manera significativa a las experiencias de turismo cultural. Estos elementos están estrechamente vinculados a los debates sobre la sostenibilidad en el turismo, ya que la protección y la restauración de los bienes culturales y naturales son esenciales para mantener el atractivo del destino (Hall et al., 2011, p. 319; Csapo, 2012, p. 224). Dentro de este marco, el presente estudio se centra en la isla de Akdamar y la iglesia de Akdamar como destino de turismo cultural que integra el patrimonio arquitectónico, el entorno natural y la experiencia emocional. Al examinar conjuntamente la autenticidad, el asombro, las características ambientales y las percepciones relacionadas con la conservación, el estudio aborda un destino relativamente poco explorado en la literatura sobre turismo cultural y ofrece una perspectiva holística de la experiencia de los visitantes.

Este estudio adopta un enfoque de investigación cualitativa. Los datos se recopilaron a partir de contenidos generados por los usuarios y compartidos en las plataformas de TripAdvisor y Google relacionados con la isla de Akdamar y la iglesia de Akdamar hasta el 7 de abril de 2025. De un conjunto de datos inicial de 4.935 reseñas y valoraciones en línea, se excluyeron los comentarios que solo contenían valoraciones, emojis o idiomas distintos del turco y el inglés. Como resultado, se consideraron aptas para el análisis 2.800 reseñas. Se empleó el análisis de contenido como técnica analítica principal, ya que permite la interpretación sistemática de las narrativas de los visitantes y los significados experienciales implícitos en las reseñas en línea (Krippendorff, 2013, p. 24). El proceso de análisis se llevó a cabo utilizando el software de análisis de datos cualitativos MAXQDA 2020. Se desarrolló un esquema de codificación basado en el contexto de la investigación y la bibliografía pertinente, y todas las reseñas se codificaron en consecuencia. Para garantizar la fiabilidad, un experto académico independiente realizó una segunda ronda de codificación. La fiabilidad entre codificadores se comprobó utilizando el coeficiente kappa de Cohen. El valor kappa resultante, de 0,94,

indica un nivel de concordancia casi perfecto, lo que demuestra una alta fiabilidad en el proceso de codificación (Landis y Koch, 1977, p. 16; McHugh, 2012, p. 279). Dado que el estudio utilizó datos en línea de acceso público sin identificadores personales, se consideró que entraba dentro del ámbito de la investigación que no requiere la aprobación de un comité de ética.

El análisis de contenido reveló seis temas principales que conforman las experiencias de los visitantes: autenticidad, asombro, flora y fauna, protección y restauración del medio ambiente, paisaje y recomendación. El tema de la autenticidad se asoció predominantemente con las características arquitectónicas, la artesanía en piedra, el carácter histórico y la atmósfera general de la iglesia de Akdamar. Estos hallazgos concuerdan con estudios previos que destacan la autenticidad como un componente fundamental de las experiencias de turismo cultural (Seyfi et al., 2020, p. 9; Gürsoy et al., 2022, pp. 10-11). El tema del asombro reflejaba las fuertes respuestas emocionales expresadas por los visitantes, lo que indica que la isla de Akdamar y la iglesia despiertan una intensa admiración y un compromiso emocional. Esto concuerda con investigaciones anteriores que sugieren que el asombro contribuye a crear experiencias memorables y refuerza la intención de recomendar el lugar (Coghlan et al., 2012, p. 1711; Wang y Lyu, 2019, p. 106). El tema de la flora y la fauna puso de relieve el papel de los elementos naturales —como las plantas endémicas, las aves y la fauna silvestre— a la hora de enriquecer las experiencias de los visitantes, lo que respalda la idea de que las características ambientales contribuyen al bienestar emocional y a la profundidad de la experiencia (Curtin, 2009, p. 451). El tema del paisaje estaba estrechamente vinculado a la apreciación estética y la satisfacción, lo que refuerza la importancia de la belleza paisajística en la motivación turística (Kaltenborn et al., 2019, p. 5). La protección y la restauración del medio ambiente surgieron como un tema significativo, lo que refleja la concienciación de los visitantes sobre las prácticas de conservación relacionadas tanto con la isla como con la iglesia. Este hallazgo respalda las perspectivas del turismo cultural orientadas a la sostenibilidad. Por último, el tema de la recomendación demostró que las experiencias positivas a menudo se traducían en una fuerte intención de recomendar el destino a otras personas. El análisis de coocurrencia demostró además que la autenticidad y el asombro estaban fuertemente asociados con el comportamiento de recomendación, lo que sugiere que las experiencias auténticas y emocionalmente enriquecedoras aumentan la intención de los visitantes de recomendar el destino.

Los resultados indican que la isla de Akdamar y la iglesia de Akdamar ofrecen una experiencia de turismo cultural rica y multidimensional, caracterizada principalmente por la autenticidad, el impacto emocional y los atributos medioambientales. El estudio contribuye a la literatura sobre turismo cultural al demostrar cómo la autenticidad, el asombro, las características ambientales y el comportamiento de recomendación interactúan en las experiencias de los visitantes en un destino patrimonial relativamente poco explorado. Desde una perspectiva práctica, los gestores de destinos y las partes interesadas del sector turístico pueden beneficiarse de la integración de la narración basada en la autenticidad, el patrimonio arquitectónico, las imágenes de paisajes pintorescos y los atributos relacionados con la naturaleza en las estrategias de marketing del destino y de experiencia del visitante. De cara a futuras investigaciones, se podrían llevar a cabo estudios similares en diversos destinos, dirigidos a segmentos específicos de visitantes, o empleando métodos cuantitativos para enriquecer aún más la bibliografía. en diferentes destinos, con segmentos específicos de visitantes o empleando métodos cuantitativos para ampliar aún más la bibliografía.

Palabras clave: turismo cultural, experiencia turística, autenticidad, asombro, isla e iglesia de Akdamar y análisis de contenido.

结构化摘要:

“体验”这一概念在旅游学文献中占据核心地位，是解释游客行为、满意度水平及目的地绩效的关键要素。此前关于游客体验的研究从多种视角探讨了这一概念，包括全目的地范围的分析（Manning, 1982; Baker, 1986）、特定旅游类型（如乡村旅游和责任旅游）（Chon & Evans, 1989; Cooper & Özdil, 1992），以及酒店和餐厅等微观层面的情境（Trigano, 1984; Sun 等, 2017）。然而，近年来，在需求显著增长旅游类型中，游客体验的重要性尤为凸显。其中一种旅游类型便是文化旅游，它在国家和国际层面都日益凸显。随着人们对文化旅游兴趣的日益浓厚，文化旅游者的旅行行为、期望和需求也发生了显著变化（Richards, 2018; Konstantakis 等, 2020）。这些变化使得有必要在文化旅游的背景下对游客体验进行更详细的考察。土耳其拥有多层次的历史和文化遗

产，是文化旅游的重要目的地。在此背景下，位于凡湖的阿克达马尔岛和阿克达马尔教堂作为文化和宗教旅游的重要景点而脱颖而出。尽管其地位重要，但通过在线用户生成内容来研究阿克达马尔岛和阿克达马尔教堂游客体验的研究仍较为有限。因此，本研究旨在基于TripAdvisor和Google上分享的用户评论，分析游客游览阿克达马尔岛及阿克达马尔教堂的体验。研究还识别了塑造游客游览阿克达马尔岛及阿克达马尔教堂体验的主要主题。通过识别游客体验及其影响因素，本研究旨在为文化旅游文献和目的地管理实践做出贡献。

文化旅游通常被定义为出于体验文化资源、获取新知识及满足文化需求的愿望而进行的旅行（Richards, 1996, 第24页）。这些资源既包括有形文化遗产（如历史建筑和古迹），也包括非物质文化遗产（如信仰、传统、仪式及当地生活方式）。近期研究强调，文化资源并不一定非得是古老的才能被视为对文化旅游具有价值；相对较新的文化元素同样可以作为重要的文化旅游资产（Timothy, 2014, 第31页）。文化旅游中的游客体验不仅限于单纯的参观，而是一种涵盖情感、认知、感官和行为等多维度的多维结构（Schmitt, 1999, 第53页；Demirel, 2020, 第67页）。在这些组成部分中，真实性被广泛公认为塑造文化旅游体验的核心要素。真实性与原创性、历史质感以及文化环境的感知真实性相关，并在提升游客满意度和创造难忘体验方面发挥着关键作用（Chhabra 等, 2003, 第703页；塞伊菲等, 2020, 第9页）。游客体验的另一个重要情感维度是敬畏感，它指因接触令人印象深刻的文化、建筑或自然元素而引发的强烈钦佩与惊叹之情（科格兰等, 2012, 第1711页）。除了情感维度外，真实性、动植物、景观以及保护措施等环境要素也对文化旅游体验有着显著影响。这些要素与旅游业的可持续发展议题密切相关，因为文化和自然资产的保护与修复对于维持旅游目的地的吸引力至关重要（Hall 等, 2011, 第319页；Csapo, 2012, 第224页）。在此框架下，本研究以阿克达马尔岛及阿克达马尔教堂为研究对象，将其视为一个融合了建筑遗产、自然环境和情感体验的文化旅游目的地。通过综合考察真实性、敬畏感、环境特征以及与保护相关的认知，本研究探讨了文化旅游文献中相对较少涉及的目的地，并从整体视角剖析了游客体验。

本研究采用定性研究方法。数据采集自截至2025年4月7日，用户在TripAdvisor和Google平台上分享的、与阿克达马尔岛及阿克达马尔教堂相关的用户生成内容。在最初的4,935条在线评论和评分数据集中，剔除了仅包含评分、表情符号或非土耳其语及英语的评论。最终，有2,800条评论被认定为适合分析。本研究采用内容分析作为主要分析技术，因为该方法能够系统地解读游客叙事以及在线评论中所蕴含的体验意义（Krippendorff, 2013, p. 24）。分析过程使用MAXQDA 2020定性数据分析软件进行。基于研究背景和相关文献制定了编码方案，并对所有评论进行了相应编码。为确保可靠性，由一位独立的学术专家进行了第二轮编码。采用Cohen的卡帕系数对编码者间可靠性进行了检验。最终得出的卡帕系数为0.94，表明一致性接近完美，证明了编码过程具有很高的可靠性（Landis & Koch, 1977, p. 16；McHugh, 2012, p. 279）。由于本研究使用的是不含个人身份识别信息的公开在线数据，因此被视为无需伦理委员会批准的研究范畴。

内容分析揭示了六大主题，这些主题共同构成了游客的体验：真实性、敬畏感、动植物、环境保护与修复、景观以及推荐。真实性主题主要与阿克达马尔教堂的建筑特色、石雕工艺、历史底蕴及其整体氛围相关。这些发现与先前研究一致，这些研究强调真实性是文化旅游体验的基本组成部分（Seyfi 等, 2020, 第9页；Gürsoy 等, 2022, 第10-11页）。“敬畏”主题反映了游客表达的强烈情感反应，表明阿克达马尔岛及教堂激发了游客强烈的钦佩之情和情感投入。这与早期研究一致，该研究指出敬畏感有助于创造难忘的体验并增强推荐意愿（Coghlan 等, 2012, 第1711页；Wang & Lyu, 2019, 第106页）。动植物主题突显了特有植物、鸟类和野生动物等自然元素在丰富游客体验中的作用，这支持了环境特征有助于提升情绪幸福感和体验深度的观点（Curtin, 2009, 第451页）。景观主题与审美欣赏和满意度密切相关，这进一步印证了风景之美在旅游动机中的重要性（Kaltenborn 等, 2019, 第5页）。环境保护与生态修复成为一个重要主题，反映出游客对岛屿和教堂相关保护实践的关注。这一发现支持了以可持续性为导向的文化旅游观点。最后，“推荐”主题表明，积极的体验往往会转化为向他人强烈推荐该目的地的意愿。共现分析进一步表明，真实性与敬畏感与推荐行为密切相关，这表明情感丰富且真实的体验会增强游客推荐该目的地的意愿。

研究结果表明，阿克达马尔岛和阿克达马尔教堂提供了一种丰富且多维度的文化旅游体验，这种体验主要由真实性、情感冲击和环境属性所塑造。本研究通过阐明在相对未被充分探索的遗产

目的地中, 真实性、敬畏感、环境特征与推荐行为如何在游客体验中相互作用, 为文化旅游文献做出了贡献。从实践角度来看, 目的地管理者及旅游利益相关者可将基于真实性的叙事、建筑遗产、风景景观意象以及自然属性融入目的地营销和游客体验策略中, 从而获益。未来研究可考虑在不同目的地开展类似研究, 针对特定游客群体, 或采用定量方法, 以进一步丰富相关文献。

关键词: 文化旅游、游客体验、真实性、敬畏感、阿克达玛尔岛及教堂、内容分析。

Структурированное Резюме:

Понятие «опыт» занимает центральное место в литературе по туризму как ключевой элемент, объясняющий поведение туристов, уровень их удовлетворённости и эффективность туристических направлений. В предыдущих исследованиях, посвящённых туристическому опыту, данное понятие рассматривалось с различных точек зрения, включая анализ на уровне всего туристического направления (Manning, 1982; Baker, 1986), конкретных видов туризма, таких как сельский туризм и ответственный туризм (Chon & Evans, 1989; Cooper & Özdil, 1992), а также контекстов микроуровня, таких как гостиницы и рестораны (Trigano, 1984; Sun et al., 2017). Однако в последние годы туристический опыт приобрел особую важность в тех видах туризма, спрос на которые значительно вырос. Одним из таких видов туризма является культурный туризм, который приобретает всё большее значение как на национальном, так и на международном уровнях. Растущий интерес к культурному туризму сопровождается заметными изменениями в поведении, ожиданиях и требованиях культурных туристов (Richards, 2018; Konstantakis et al., 2020). Эти изменения обусловили необходимость более детального изучения туристического опыта в контексте культурного туризма. Турция, с её многослойным историческим и культурным наследием, представляет собой значимое направление культурного туризма. В этом контексте остров Акдамар и церковь Акдамар, расположенные на озере Ван, выделяются как важные достопримечательности для культурного и религиозного туризма. Несмотря на их важность, исследования, посвящённые изучению туристического опыта на острове Акдамар и в церкви Акдамар на основе пользовательского контента в Интернете, остаются ограниченными. Поэтому целью данного исследования является анализ впечатлений туристов, посетивших остров Акдамар и церковь Акдамар, на основе отзывов пользователей, опубликованных на сайтах TripAdvisor и Google. В ходе исследования также были выявлены основные темы, определяющие впечатления туристов, посетивших остров Акдамар и церковь Акдамар. Путём выявления впечатлений туристов и тем, влияющих на эти впечатления, исследование призвано внести вклад как в литературу по культурному туризму, так и в практику управления туристическими направлениями.

Культурный туризм обычно определяется как путешествие, мотивированное желанием познакомиться с культурными ресурсами, приобрести новые знания и удовлетворить культурные потребности (Richards, 1996, с. 24). Эти ресурсы могут состоять из материального культурного наследия, такого как исторические здания и памятники, а также нематериального наследия, включая верования, традиции, ритуалы и местный образ жизни. В недавних исследованиях подчеркивается, что культурный ресурс не обязательно должен быть древним, чтобы считаться ценным для культурного туризма; относительно недавние культурные элементы также могут выступать в качестве значимых активов культурного туризма (Timothy, 2014, с. 31). Туристический опыт в рамках культурного туризма выходит за рамки простого посещения и представляет собой многомерную структуру, охватывающую эмоциональные, когнитивные, сенсорные и поведенческие компоненты (Schmitt, 1999, с. 53; Демирель, 2020, с. 67). Среди этих компонентов аутентичность широко признана в качестве ключевого элемента, формирующего впечатления от культурного туризма. Аутентичность ассоциируется с оригинальностью, исторической атмосферой и воспринимаемой подлинностью культурной среды, и она играет решающую роль в повышении удовлетворённости туристов и создании незабываемых впечатлений (Чхабра и др., 2003, с. 703; Сейфи и др., 2020, с. 9). Ещё одним важным эмоциональным аспектом туристического опыта является чувство благоговейного трепета, которое означает интенсивные чувства восхищения и удивления, вызванные встречей с впечатляющими культурными, архитектурными или природными объектами (Коглан и др., 2012, с. 1711). Помимо эмоциональных аспектов, значительный вклад в впечатления от культурного туризма вносят такие элементы окружающей среды, как аутентичность, флора и фауна, ландшафт и меры по сохранению наследия. Эти

элементы тесно связаны с дискуссиями об устойчивом развитии в сфере туризма, поскольку защита и восстановление культурных и природных ценностей имеют решающее значение для поддержания привлекательности туристического направления (Hall et al., 2011, с. 319; Csapo, 2012, с. 224). В этих рамках настоящее исследование посвящено острову Акдамар и церкви Акдамар как объекту культурного туризма, объединяющему архитектурное наследие, природную среду и эмоциональный опыт. Путем комплексного анализа аутентичности, чувства благоговения, особенностей окружающей среды и представлений, связанных с охраной наследия, исследование рассматривает туристический объект, который относительно мало изучен в литературе по культурному туризму, и предлагает целостную перспективу на опыт посетителей.

В данном исследовании используется качественный подход. Данные были собраны из пользовательского контента, опубликованного на платформах TripAdvisor и Google и касающегося острова Акдамар и церкви Акдамар, по состоянию на 7 апреля 2025 года. Из исходного набора данных, состоящего из 4 935 онлайн-отзывов и оценок, были исключены комментарии, содержащие только оценки, смайлики или тексты на языках, отличных от турецкого и английского. В результате для анализа были признаны пригодными 2 800 отзывов. В качестве основного аналитического метода был использован контент-анализ, поскольку он позволяет систематически интерпретировать повествования посетителей и смыслы, связанные с их переживаниями, заложенные в онлайн-отзывах (Krippendorff, 2013, с. 24). Анализ проводился с использованием программного обеспечения для анализа качественных данных MAXQDA 2020. На основе контекста исследования и соответствующей литературы была разработана схема кодирования, и все отзывы были закодированы в соответствии с ней. Для обеспечения надежности независимый научный эксперт провел второй раунд кодирования. Надежность межкодирующих проверялась с помощью коэффициента каппа Коэна. Полученное значение коэффициента каппа, равное 0,94, указывает на практически идеальный уровень согласованности, что свидетельствует о высокой надежности процесса кодирования (Landis & Koch, 1977, с. 16; McNugh, 2012, с. 279). Поскольку в исследовании использовались общедоступные онлайн-данные без личных идентификаторов, оно было отнесено к категории исследований, не требующих одобрения этического комитета.

Анализ содержания выявил шесть основных тем, определяющих впечатления посетителей: аутентичность, восхищение, флора и фауна, охрана и восстановление окружающей среды, ландшафт и рекомендации. Тема аутентичности преимущественно ассоциировалась с архитектурными особенностями, мастерством каменной кладки, исторической атмосферой и общей обстановкой церкви Акдамар. Эти результаты согласуются с предыдущими исследованиями, в которых аутентичность подчеркивается как фундаментальный компонент культурного туризма (Seyfi et al., 2020, с. 9; Гюрсой и др., 2022, с. 10–11). Тема «восхищения» отражала сильные эмоциональные реакции посетителей, свидетельствуя о том, что остров Акдамар и церковь вызывают глубокое восхищение и эмоциональную вовлеченность. Это согласуется с более ранними исследованиями, согласно которым восхищение способствует формированию незабываемых впечатлений и усиливает намерение порекомендовать место другим (Коглан и др., 2012, с. 1711; Wang & Lyu, 2019, с. 106). Тема флоры и фауны подчеркнула роль природных элементов, таких как эндемичные растения, птицы и дикая природа, в обогащении впечатлений посетителей, подтверждая представление о том, что особенности окружающей среды способствуют эмоциональному благополучию и глубине переживаний (Curtin, 2009, с. 451). Тема «ландшафт» была тесно связана с эстетическим восприятием и удовлетворенностью, что подтверждает важность живописной красоты в мотивации туристов (Kaltenborn et al., 2019, с. 5). Охрана и восстановление окружающей среды выявились в качестве значимой темы, отражая осведомленность посетителей о природоохранных практиках, связанных как с островом, так и с церковью. Этот вывод поддерживает ориентированные на устойчивое развитие подходы к культурному туризму. Наконец, тема рекомендаций продемонстрировала, что положительные впечатления часто приводили к сильному намерению порекомендовать данный туристический объект другим. Анализ совместного появления дополнительно показал, что аутентичность и чувство благоговейного трепета были тесно связаны с поведением, направленным на рекомендацию, что свидетельствует о том, что эмоционально насыщенные и аутентичные впечатления усиливают намерение посетителей порекомендовать данный туристический объект.

Полученные результаты указывают на то, что остров Акдамар и церковь Акдамар предлагают богатый и многогранный опыт культурного туризма, определяемый в первую очередь аутентичностью,

эмоциональным воздействием и экологическими характеристиками. Данное исследование вносит вклад в литературу по культурному туризму, демонстрируя, как аутентичность, чувство благоговения, экологические особенности и поведение, связанное с рекомендациями, взаимодействуют в рамках впечатлений посетителей в относительно малоизученном объекте культурного наследия. С практической точки зрения руководители туристических направлений и заинтересованные стороны в сфере туризма могут извлечь пользу из интеграции основанного на аутентичности повествования, архитектурного наследия, изображений живописных пейзажей и природных атрибутов в стратегии маркетинга туристического направления и формирования впечатлений посетителей. В рамках будущих исследований можно провести аналогичные работы в различных туристических направлениях, ориентируясь на конкретные сегменты посетителей или применяя количественные методы для дальнейшего обогащения литературы. в различных туристических направлениях, с учетом конкретных сегментов посетителей или с использованием количественных методов для дальнейшего расширения литературы.

Ключевые слова: культурный туризм, туристический опыт, аутентичность, чувство благоговения, остров Акдамар и церковь Акдамар, контент-анализ.

संरचित सारांशः

अनुभव की अवधारणा पर्यटन साहित्य में पर्यटकों के व्यवहार, संतुष्टि के स्तर और गंतव्य के प्रदर्शन को समझाने में एक प्रमुख तत्व के रूप में एक केंद्रीय स्थान रखती है। पर्यटक अनुभव पर पिछले अध्ययनों ने इस अवधारणा को विभिन्न दृष्टिकोणों से संबोधित किया है, जिसमें गंतव्य-व्यापी विश्लेषण (मैनिंग, 1982; बेकर, 1986), ग्रामीण पर्यटन और उत्तरदायी पर्यटन जैसे विशिष्ट पर्यटन प्रकार (चोन और इवांस, 1989;

Cooper & Özdil, 1992), और होटल तथा रेस्तरां जैसे सूक्ष्म-स्तरीय संदर्भों (Trigano, 1984; Sun et al., 2017) से। हालांकि, हाल के वर्षों में पर्यटक अनुभव ने उन पर्यटन प्रकारों में विशेष महत्व प्राप्त किया है जिनकी मांग में महत्वपूर्ण वृद्धि देखी गई है। इन पर्यटन प्रकारों में से एक सांस्कृतिक पर्यटन है, जो राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय दोनों स्तरों पर तेजी से प्रमुख होता जा रहा है। सांस्कृतिक पर्यटन में बढ़ती रुचि के साथ-साथ सांस्कृतिक पर्यटकों के यात्रा व्यवहार, अपेक्षाओं और मांगों में भी उल्लेखनीय बदलाव आए हैं (रिचर्ड्स, 2018; कॉन्स्टैंटाकिस एट अल., 2020)। इन बदलावों ने सांस्कृतिक पर्यटन के संदर्भ में पर्यटक अनुभवों की अधिक विस्तृत जांच की आवश्यकता को जन्म दिया है। अपनी बहु-स्तरीय ऐतिहासिक और सांस्कृतिक विरासत के साथ तुर्की, सांस्कृतिक पर्यटन के लिए एक महत्वपूर्ण गंतव्य है। इस संदर्भ में, वान झील में स्थित अकडामर द्वीप और अकडामर चर्च, सांस्कृतिक और आस्था पर्यटन के लिए महत्वपूर्ण आकर्षणों के रूप में उभरते हैं। उनकी महत्वता के बावजूद, ऑनलाइन उपयोगकर्ता-निर्मित सामग्री के माध्यम से अकडामर द्वीप और अकडामर चर्च में पर्यटकों के अनुभवों की जांच करने वाले अध्ययन सीमित हैं। इसलिए, इस अध्ययन का उद्देश्य टिपएडवाइजर और गूगल पर साझा की गई उपयोगकर्ता समीक्षाओं के आधार पर अकडमर द्वीप और अकडमर चर्च का दौरा करने वाले पर्यटकों के अनुभवों का विश्लेषण करना है। इस अध्ययन में अकडमर द्वीप और अकडमर चर्च का दौरा करने वाले पर्यटकों के अनुभवों को आकार देने वाले मुख्य विषयों की भी पहचान की गई है। पर्यटकों के अनुभवों और इन अनुभवों को प्रभावित करने वाले विषयों की पहचान करके, यह अध्ययन सांस्कृतिक पर्यटन साहित्य और गंतव्य प्रबंधन प्रथाओं दोनों में योगदान करने का लक्ष्य रखता है।

सांस्कृतिक पर्यटन को आम तौर पर उन सांस्कृतिक संसाधनों का अनुभव करने, नया ज्ञान प्राप्त करने और सांस्कृतिक जरूरतों को पूरा करने की इच्छा से प्रेरित यात्रा के रूप में परिभाषित किया जाता है (रिचर्ड्स, 1996, पृ. 24)। इन संसाधनों में मूर्त सांस्कृतिक विरासत, जैसे ऐतिहासिक इमारतें और स्मारक, और साथ ही अमूर्त विरासत, जिसमें मान्यताएं, परंपराएं, रीति-रिवाज और स्थानीय जीवन शैली शामिल हैं, हो सकते हैं। हाल के अध्ययनों पर जोर है कि सांस्कृतिक पर्यटन के लिए मूल्यवान माने जाने के लिए किसी सांस्कृतिक संसाधन का प्राचीन होना आवश्यक नहीं है; अपेक्षाकृत हाल के सांस्कृतिक तत्व भी महत्वपूर्ण सांस्कृतिक पर्यटन संपत्ति के रूप में कार्य कर सकते हैं (टिमोथी, 2014, पृ. 31)। सांस्कृतिक पर्यटन में पर्यटक का अनुभव केवल भ्रमण से परे है और इसमें भावनात्मक, संज्ञानात्मक, संवेदी और व्यावहारिक घटकों को शामिल करने वाली एक बहुआयामी संरचना शामिल है (श्मिट, 1999, पृ. 53; Demirel, 2020, पृ. 67)। इन घटकों में, प्रामाणिकता को सांस्कृतिक पर्यटन के अनुभवों को आकार देने वाले एक मुख्य तत्व के रूप में व्यापक रूप से मान्यता प्राप्त है। प्रामाणिकता मौलिकता, ऐतिहासिक बनावट और सांस्कृतिक वातावरण की कथित सच्चाई से जुड़ी होती है, और यह पर्यटक संतुष्टि और यादगार अनुभवों को बढ़ाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है (Chhabra et al.,

2003, पृ. 703; सेफ्री एट अल., 2020, पृ. 9)। पर्यटक अनुभव का एक और महत्वपूर्ण भावनात्मक आयाम विस्मय है, जो प्रभावशाली सांस्कृतिक, वास्तुशिल्प या प्राकृतिक तत्वों के साथ संपर्क से उत्पन्न प्रशंसा और आश्चर्य की तीव्र भावनाओं को दर्शाता है (कोग्लन एट अल., 2012, पृ. 1711)। भावनात्मक आयामों के अलावा, प्रामाणिकता, वनस्पति और जीव, परिदृश्य, और संरक्षण प्रथाओं जैसे पर्यावरणीय तत्व सांस्कृतिक पर्यटन के अनुभवों में महत्वपूर्ण योगदान करते हैं। ये तत्व पर्यटन में स्थिरता की चर्चाओं से घनिष्ठ रूप से जुड़े हुए हैं, क्योंकि गंतव्य की आकर्षकता बनाए रखने के लिए सांस्कृतिक और प्राकृतिक संपत्तियों की सुरक्षा और बहाली आवश्यक है (हॉल एट अल., 2011, पृ. 319; सापो, 2012, पृ. 224)।

इस ढांचे के भीतर, वर्तमान अध्ययन अकदमर द्वीप और अकदमर चर्च पर एक सांस्कृतिक पर्यटन गंतव्य के रूप में ध्यान केंद्रित करता है जो वास्तुशिल्प विरासत, प्राकृतिक पर्यावरण और भावनात्मक अनुभव को एकीकृत करता है। प्रामाणिकता, विस्मय, पर्यावरणीय विशेषताओं और संरक्षण-संबंधी धारणाओं की एक साथ जांच करके, यह अध्ययन सांस्कृतिक पर्यटन साहित्य में अपेक्षाकृत कम खोजे गए गंतव्य को संबोधित करता है और आगंतुक अनुभव पर एक समग्र दृष्टिकोण प्रदान करता है।

यह अध्ययन एक गुणात्मक अनुसंधान दृष्टिकोण अपनाता है। डेटा 7 अप्रैल, 2025 तक अकदमर द्वीप और अकदमर चर्च से संबंधित, ट्रिपएडवाइज़र और गूगल प्लेटफॉर्म पर साझा की गई उपयोगकर्ता-निर्मित सामग्री से एकत्र किया गया था। 4,935 ऑनलाइन समीक्षाओं और रेटिंग्स के प्रारंभिक डेटासेट से, केवल रेटिंग, इमोजी या तुर्की और अंग्रेजी के अलावा अन्य भाषाओं वाली टिप्पणियों को बाहर कर दिया गया। परिणामस्वरूप, 2,800 समीक्षाओं को विश्लेषण के लिए उपयुक्त माना गया। सामग्री विश्लेषण को प्राथमिक विश्लेषणात्मक तकनीक के रूप में नियोजित किया गया था, क्योंकि यह ऑनलाइन समीक्षाओं में निहित आगंतुक कथाओं और अनुभवात्मक अर्थों की व्यवस्थित व्याख्या को सक्षम बनाता है (क्रिपेनडॉर्फ, 2013, पृ. 24)। विश्लेषण प्रक्रिया MAXQDA 2020 गुणात्मक डेटा विश्लेषण सॉफ्टवेयर का उपयोग करके आयोजित की गई थी। शोध के संदर्भ और प्रासंगिक साहित्य के आधार पर एक कोडिंग योजना विकसित की गई थी, और सभी समीक्षाओं को उसी के अनुसार कोडित किया गया था। विश्वसनीयता सुनिश्चित करने के लिए, एक स्वतंत्र अकादमिक विशेषज्ञ ने कोडिंग का दूसरा दौर आयोजित किया। इंटर-कोडर विश्वसनीयता का परीक्षण कोहेन के कप्पा गुणांक का उपयोग करके किया गया था। 0.94 का प्राप्त कप्पा मान लगभग पूर्ण सहमति का संकेत देता है, जो कोडिंग प्रक्रिया में उच्च विश्वसनीयता को प्रदर्शित करता है (लैडिस और कोच, 1977, पृ. 16; मैकह्यू, 2012, पृ. 279)। चूंकि इस अध्ययन में व्यक्तिगत पहचानकर्ताओं के बिना सार्वजनिक रूप से उपलब्ध ऑनलाइन डेटा का उपयोग किया गया था, इसलिए इसे ऐसे शोध के दायरे में माना गया जिसके लिए नैतिक समिति की मंजूरी की आवश्यकता नहीं है।

सामग्री विश्लेषण से आगंतुकों के अनुभवों को आकार देने वाले छह मुख्य विषय सामने आए: प्रामाणिकता, विस्मय, वनस्पति और जीव-जंतु, पर्यावरण संरक्षण और पुनर्स्थापना, परिदृश्य, और अनुशंसा। प्रामाणिकता का विषय मुख्य रूप से अकदमर चर्च की वास्तुकला की विशेषताओं, पत्थर की कारीगरी, ऐतिहासिक बनावट, और समग्र वातावरण से जुड़ा था। ये निष्कर्ष पिछले अध्ययनों के अनुरूप हैं जो सांस्कृतिक पर्यटन के अनुभवों के एक मौलिक घटक के रूप में प्रामाणिकता पर जोर देते हैं (सेफ्री एट अल., 2020, पृ. 9; Gürsoy et al., 2022, pp. 10-11)। विस्मय विषय ने आगंतुकों द्वारा व्यक्त की गई मजबूत भावनात्मक प्रतिक्रियाओं को दर्शाया, यह दर्शाते हुए कि अकदमर द्वीप और चर्च तीव्र प्रशंसा और भावनात्मक जुड़ाव को उत्पन्न करते हैं। यह पिछले शोध के अनुरूप है जो यह सुझाव देता है कि विस्मय यादगार अनुभवों में योगदान देता है और अनुशंसा के इरादों को बढ़ाता है (Coghlan et al., 2012, p. 1711; वांग और लियू, 2019, पृ. 106)। वनस्पति और जीव-जंतु विषय ने आगंतुकों के अनुभवों को समृद्ध करने में स्थानिक पौधों, पक्षियों और वन्यजीवों जैसे प्राकृतिक तत्वों की भूमिका को उजागर किया, जो इस धारणा का समर्थन करता है कि पर्यावरणीय विशेषताएं भावनात्मक कल्याण और अनुभवात्मक गहराई में योगदान करती हैं (कर्टिन, 2009, पृ. 451)। भूमि-दृश्य विषय सौंदर्य की सराहना और संतुष्टि से निकटता से जुड़ा था, जो पर्यटकों की प्रेरणा में प्राकृतिक सुंदरता के महत्व को पुष्ट करता है (काल्तेनबॉर्न एट अल., 2019, पृ. 5)। पर्यावरण संरक्षण और पुनर्स्थापना एक महत्वपूर्ण विषय के रूप में उभरा, जो द्वीप और चर्च दोनों से संबंधित संरक्षण प्रथाओं के बारे में आगंतुकों की जागरूकता को दर्शाता है। यह निष्कर्ष स्थिरता-उन्मुख सांस्कृतिक पर्यटन के दृष्टिकोणों का समर्थन करता है।

अंत में, सिफ़ारिश की थीम ने यह प्रदर्शित किया कि सकारात्मक अनुभवों का अक्सर दूसरों को गंतव्य की सिफ़ारिश करने के दृढ़ इरादों में अनुवाद होता है। सह-उपस्थिति विश्लेषण ने आगे यह प्रदर्शित किया कि प्रामाणिकता और विस्मय सिफ़ारिश के व्यवहार से दृढ़ता से जुड़े हुए थे, यह सुझाव देते हुए कि भावनात्मक रूप से समृद्ध और प्रामाणिक अनुभव आगंतुकों के गंतव्य की सिफ़ारिश करने के इरादों को बढ़ाते हैं।

निष्कर्ष बताते हैं कि अकदमर द्वीप और अकदमर चर्च एक समृद्ध और बहुआयामी सांस्कृतिक पर्यटन अनुभव प्रदान करते हैं जो मुख्य रूप से प्रामाणिकता, भावनात्मक प्रभाव और पर्यावरणीय विशेषताओं द्वारा आकारित है।

यह अध्ययन एक अपेक्षाकृत कम-अनुसंधानित विरासत स्थल में आगंतुक अनुभवों के भीतर प्रामाणिकता, विस्मय, पर्यावरणीय विशेषताएं और अनुशासक व्यवहार के अंतःक्रिया को प्रदर्शित करके सांस्कृतिक पर्यटन साहित्य में योगदान देता है। व्यावहारिक दृष्टिकोण से, गंतव्य प्रबंधक और पर्यटन हितधारक गंतव्य विपणन और आगंतुक अनुभव रणनीतियों में प्रामाणिकता-आधारित कहानी कहने, वास्तुकला विरासत, सुरम्य परिदृश्य छवियों और प्रकृति-आधारित विशेषताओं को एकीकृत करने से लाभान्वित हो सकते हैं।

भविष्य के शोध के लिए, इसी तरह के अध्ययन विभिन्न गंतव्यों में, विशिष्ट आगंतुक वर्गों को लक्षित करके, या साहित्य को और समृद्ध करने के लिए मात्रात्मक तरीकों को नियोजित करके किए जा सकते हैं।

कीवर्ड: सांस्कृतिक पर्यटन, पर्यटक अनुभव, प्रामाणिकता, विस्मय, अकदमर द्वीप और चर्च, और विषय-वस्तु विश्लेषण।

Yapılandırılmış Özet:

Deneyim kavramı, turist davranışlarını, memnuniyet düzeylerini ve destinasyon performansını açıklayan temel unsurlardan biri olarak turizm literatüründe önemli bir yere sahiptir. Önceki çalışmalar turist deneyimini; destinasyon geneli (Manning, 1982; Baker, 1986), kırsal turizm ve sorumlu turizm gibi belirli turizm türleri (Chon & Evans, 1989; Cooper & Özdil, 1992) ile otel ve restoranlar gibi işletmeler (Trigano, 1984; Sun vd., 2017) bağlamında da ele almıştır. Son yıllarda ise turist deneyimi konusu, talebin hızla arttığı turizm türlerinden biri olan kültür turizmi açısından daha fazla önem kazanmaya başlamıştır. Kültür turizmine yönelik ilginin artmasıyla birlikte kültürel turistlerin seyahat davranışlarında, beklentilerinde ve taleplerinde önemli değişimler yaşanmıştır (Richards, 2018; Konstantakis vd., 2020). Bu durum ise kültür turizmi kapsamında turist deneyimlerinin daha ayrıntılı biçimde incelenmesini gerekli kılmaktadır. Türkiye açısından bakıldığında, sahip olduğu zengin tarihî ve kültürel miras sayesinde kültür turizmi açısından önemli destinasyonlardan biri olduğu söylenebilir. Bu kapsamda Van Gölü'nde yer alan Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi, kültür ve inanç turizminin öne çıkan çekim merkezleri arasında bulunmaktadır. Ancak Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi'ne ait turist deneyimlerini çevrimiçi kullanıcı yorumları üzerinden inceleyen çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu araştırmanın amacı, TripAdvisor ve Google platformlarında paylaşılan kullanıcı yorumlarından hareketle Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi'ni ziyaret eden turistlerin deneyimleriyle ilgili örüntüleri ortaya koymak ve bu deneyimleri şekillendiren temel unsurları belirlemektir. Ayrıca araştırma sonuçlarıyla hem kültür turizmi literatürüne hem de destinasyon yönetimi uygulamalarına katkı sağlanması da beklenmektedir.

Kültür turizmi, bireylerin kültürel değerleri deneyimlemek, yeni bilgiler edinmek ve kültürel ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Richards, 1996, s. 24). Kültür turizmine konu olan kaynaklar yalnızca tarihî yapılar ve anıtlar gibi somut miras unsurlarından oluşmamaktadır. Aynı zamanda gelenekler, inançlar, ritüeller ve yerel yaşam biçimleri gibi somut olmayan kültürel değerleri de kapsamaktadır. Ayrıca güncel çalışmalar, bir kültürel unsurun turistik açıdan değer taşıması için mutlaka çok eski olmasının gerekmediğini, yakın dönem kültürel değerlerin de önemli çekicilikler oluşturabileceğini göstermektedir (Timothy, 2014, s. 31). Kültür turizminde turist deneyimi yalnızca bir destinasyonu ziyaret etmekten ibaret değildir. Deneyim; duygusal, bilişsel, duygusal ve davranışsal boyutlardan oluşan çok yönlü bir yapıya sahiptir (Schmitt, 1999, s. 53; Demirel, 2020, s. 67). Bu boyutlar arasında otantiklik, kültürel deneyimi şekillendiren en önemli unsurlardan biri olarak kabul edilmektedir. Otantiklik; bir destinasyonun özgünlüğü, tarihsel dokusu ve gerçekliğine ilişkin algılarla ilişkilidir. Bunun yanında turist memnuniyeti ve unutulmaz turizm deneyiminin oluşmasında önemli bir rol oynamaktadır (Chhabra vd., 2003, s. 703; Seyfi vd., 2020, s. 9). Turist deneyiminin bir diğer önemli boyutu ise hayranlık (awe) duygusudur. Hayranlık, etkileyici kültürel, mimari veya doğal unsurlarla karşılaşıldığında ortaya çıkan hayranlık ve beğenme hissini ifade etmektedir (Coghlan vd., 2012, s. 1711). Bunun yanı sıra otantiklik, flora ve fauna, manzara ile çevresel koruma uygulamaları gibi unsurlar da kültür turizminde ziyaretçi deneyimlerini önemli ölçüde etkilemektedir. Kültürel ve doğal kaynakların korunması ve sürdürülebilir biçimde yönetilmesi, destinasyonların çekiciliğinin devamlılığı açısından büyük önem taşımaktadır (Hall vd., 2011, s. 319; Csapo, 2012, s. 224). Bu araştırma, kültür turizmi açısından mimari özellikler, doğal çevre ve duygusal deneyim unsurlarını bir arada sunan Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi'ne odaklanmaktadır. Ayrıca otantiklik, hayranlık, çevresel özellikler ve koruma algılarını birlikte ele alarak, kültür turizmi literatüründe görece az çalışılmış bir destinasyona ilişkin ziyaretçi deneyimlerini bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirmektedir.

Araştırmada nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Veri kaynağını, 7 Nisan 2025 tarihine kadar Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi hakkında TripAdvisor ve Google platformlarında paylaşılan kullanıcı yorumları oluşturmaktadır. Araştırma, kamuya açık verilerden yararlanıldığı ve herhangi bir kişisel bilgi içermediği için etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar kapsamında yer almaktadır. Kullanıcı yorumları toplanırken ilk aşamada toplam 4.935 değerlendirme ve puanlama incelenmiştir. Ancak yalnızca puanlamadan oluşan, emoji içeren veya Türkçe ve İngilizce dışındaki dillerde yazılmış yorumlar veri setinden çıkarılmıştır. Bu sürecin sonunda analiz için uygun görülen 2.800 yorum araştırmaya dâhil edilmiştir. Verilerin analizinde ise içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem, çevrimiçi yorumlarda yer alan ziyaretçi deneyimlerinin ve anlamlarının sistematik biçimde ortaya çıkarılmasına olanak sağlamaktadır (Krippendorff, 2013, s. 24). Analizler, MAXQDA 2020 programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma konusu ve ilgili literatür doğrultusunda bir kodlama şeması oluşturulmuş ve tüm yorumlar bu çerçevede kodlanmıştır. Araştırmanın güvenilirliğini sağlamak amacıyla bağımsız bir akademisyen tarafından ikinci bir kodlama yapılmıştır. Kodlayıcılar arasındaki uyum Cohen's Kappa katsayısı ile test edilmiş ve 0,94 değeri elde edilmiştir. Bu sonuç, kodlama sürecinde neredeyse mükemmel bir uyum bulunduğunu göstermektedir (Landis & Koch, 1977, s. 16; McHugh, 2012, s. 279).

Araştırma bulguları, ziyaretçi deneyimlerini şekillendiren altı temel tema olduğunu göstermektedir: otantiklik, hayranlık (derin etkilenme), flora ve fauna, çevresel koruma ve restorasyon, manzara ve tavsiye etme. Otantiklik teması ağırlıklı olarak Akdamar Kilisesi'nin mimarisi, taş işçiliği, tarihsel dokusu ve atmosferi ile ilişkilendirilmiştir. Bu sonuç, otantikliğin kültür turizmi deneyiminin temel unsurlarından biri olduğunu ortaya koyan önceki araştırmalarla paralellik göstermektedir (Seyfi vd., 2020, s. 9; Gürsoy vd., 2022, s. 10-11). Hayranlık teması, ziyaretçilerin destinasyona yönelik yoğun beğeni ve etkilenme duygularını yansıtmaktadır. Bulgular, Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi'nin ziyaretçiler üzerinde güçlü bir duygusal etki bıraktığını göstermektedir. Bu durum, hayranlık duygusunun unutulmaz deneyimlerin oluşmasına ve destinasyonu tavsiye etme eğiliminin artmasına katkı sağladığını belirten çalışmalarla örtüşmektedir (Coghlan vd., 2012, s. 1711; Wang & Lyu, 2019, s. 106). Flora ve fauna teması ile endemik bitkiler, kuşlar ve diğer canlı türlerinin ziyaretçi deneyimini zenginleştirdiğini ortaya konmuştur. Bu bulgu, doğal çevrenin ziyaretçilerin duygusal iyi oluşuna ve deneyim derinliğine katkı sağladığını göstermektedir (Curtin, 2009, s. 451). Manzara teması ise ziyaretçilerin estetik değerlendirmeleri ve memnuniyet düzeyleriyle yakından ilişkilidir. Elde edilen bulgular, doğal ve kültürel peyzajın turist motivasyonu açısından önemli bir unsur olduğunu göstermektedir (Kaltenborn vd., 2019, s. 5). Çevresel koruma ve restorasyon teması, ziyaretçilerin ada ve kilisede yürütülen koruma çalışmalarına yönelik farkındalıklarını ortaya koymaktadır. Araştırma, literatüre benzer şekilde sürdürülebilir kültür turizmi yaklaşımını destekleyen bulgular sunmaktadır. Son olarak tavsiye etme teması, olumlu deneyimlerin destinasyonu başkalarına önerme isteğine dönüştüğünü göstermektedir. Kod birlikte oluşum analizi sonuçları özellikle otantiklik ve hayranlık temalarının tavsiye etme davranışıyla güçlü biçimde ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Bu durum, duygusal açıdan etkileyici ve otantik deneyimlerin ziyaretçilerin tavsiye etme niyetini artırdığını göstermektedir.

Araştırma sonuçları, Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi'nin otantiklik, duygusal etkiler ve çevresel özellikler tarafından şekillenen zengin ve çok boyutlu bir kültür turizmi deneyimi sunduğunu göstermektedir. Bununla birlikte bu araştırmanın sonuçları, ziyaretçi deneyimlerinde otantiklik, hayranlık, çevresel özellikler ve tavsiye etme davranışı arasındaki ilişkiyi ortaya koyarak kültür turizmi literatürüne katkı sağlamaktadır. Uygulama açısından değerlendirildiğinde, destinasyon yöneticileri ve turizm paydaşları; otantik hikâyeler, mimari miras unsurları, etkileyici manzaralar ve doğal çevre özelliklerini destinasyon pazarlaması ve ziyaretçi deneyimi stratejilerine daha fazla entegre ederek destinasyonun çekiciliğini artırabilirler. Gelecekte yapılacak araştırmalarda farklı destinasyonların incelenmesi, belirli ziyaretçi gruplarına odaklanılması veya nicel araştırma yöntemlerinden yararlanılması, konuya ilişkin bilgi birikiminin daha da geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kültür Turizmi, Turist Deneyimi, Otantiklik, Hayranlık / Derin Etkilenme, Akdamar Adası ve Kilisesi, İçerik Analizi.



www.turkishstudies.net/religion

Turkish Studies - Comparative Religious Studies

eISSN: 2667-5544



ANKARA SCIENCE
UNIVERSITY

An Analysis of Visitor Experiences in Cultural Tourism: The Case of Akdamar Island and The Church of Akdamar

Introduction

The concept of experience occupies an important place in the tourism literature. A review of studies on the phenomenon of experience reveals that the topic has been examined from various perspectives and within the context of different forms of tourism. For example, some researchers have explored tourist experiences at the destination level in places such as the Caribbean (Manning, 1982), Morocco (Baker, 1986), the Bahamas (Palmer, 1994), and Spain (Frías-Jamilen et al., 2013). Another group of researchers has investigated experience in relation to specific forms of tourism, including rural tourism (Chon & Evans, 1989), farm tourism (Surdo, 1987), responsible tourism (Cooper & Özdil, 1992), and ethnic tourism (Li, 2000). In addition, the concept of experience has been, and continues to be, examined within more specific contexts such as hotels (Trigano, 1984; Sun et al., 2017) and restaurants (Ryu & Han, 2011).

In recent years, the growing demand for experience-oriented forms of tourism has significantly increased the importance of the experience concept within the tourism field. Consistent with this trend, cultural tourism has become one of the forms of tourism experiencing increasing demand worldwide. Statistical data indicate that visitors participating in cultural tourism spent approximately USD 604 billion in 2024, and this expenditure is expected to increase by 4.5% by 2030 (Grand View Research, 2025). According to research conducted by the Turkish Statistical Institute (TÜİK), 64.9% of visitors arriving in Türkiye in 2024 stated that they visited the country for travel, leisure, sports, and cultural activities (TÜİK, 2024). Therefore, cultural tourism is becoming an increasingly important form of tourism for both national and international tourism markets.

The growing interest in cultural tourism is also reflected in the increasing number of studies conducted on the subject in the international literature. For instance, researchers have examined tourists participating in cultural tourism from different perspectives, including their motivations (Kay, 2009) and typologies (McKercher & Du Cros, 2003). Similar studies have also been conducted within the national literature, focusing on domestic visitors or local destinations (Özel & Kozak, 2012; Sert, 2019). However, ongoing change and transformation are also evident in the travel behaviours, expectations, and demands of visitors participating in cultural tourism. Consequently, studies addressing these changes from a cultural tourism perspective have also been undertaken (Richards, 2018; Konstantakis et al., 2020; Kay Smith et al., 2022). Such studies can assist destination managers in accurately analysing the evolving needs of cultural tourists.

For tourists participating in cultural tourism, the tangible and intangible cultural elements present within the destinations they visit constitute important sources of attraction. However, alongside these resources, it can be argued that the experiences visitors have during their travels make their holidays more meaningful (Timothy & Boyd, 2003). In this context, Türkiye, which has

hosted numerous ancient civilisations, possesses a wide range of cultural attractions, including Göbeklitepe, the Ancient City of Ephesus, Hagia Sophia, and archaeological museums. In addition, one of the cities of significant importance for cultural tourism in Türkiye is Van. Statistical data regarding tourism activities in Van indicate that, during the first eleven months of 2024, Akdamar Island and, consequently, Church of Akdamar were the most visited attractions in the province, attracting 165,000 visitors (Turizm Ajansı, 2024).

This study aims to understand and explain the experiences of tourists visiting Akdamar Island and Church of Akdamar, which constitute important attractions for tourism in Van. To achieve this objective, recent reviews related to these sites posted on TripAdvisor and Google will be examined using qualitative research methods. This approach is adopted because studies focusing on the tourist experiences of visitors to Akdamar Island and Church of Akdamar remain highly limited in the existing literature (Alaeddinoğlu & Okudum, 2015; Kömürcü et al., 2016; Subaşı & Özaltaş Serçek, 2025; Aslan & Kıyaç, 2025; Eban, 2025). Through the themes emerging from the analysis of the research data, themes influencing the experiences of contemporary cultural tourists will be identified. Based on these themes, the study seeks to generate implications that may contribute to Van tourism from both academic and industry perspectives.

Cultural Tourism and Experience

The spatial assets possessed by destinations (nature, historical monuments, etc.) play an influential role in tourists' destination choices. Among the resources that contribute to this attraction, cultural elements and historical sites occupy a particularly important position. In this context, the resources underlying cultural tourism may consist of tangible (palaces, castles, buildings, etc.) or intangible (folklore, beliefs, dances, etc.) elements. However, there is a common misconception that a cultural tourism resource must be very old to be considered valuable. Contemporary scholars, however, argue that a resource does not necessarily have to be ancient to be regarded as a cultural asset and that resources emerging in the recent past may also possess significant value for cultural tourism (Timothy, 2014, p. 31). Therefore, tourism resources that fall within the scope of cultural tourism exhibit considerable diversity. The diversity and complexity of resources serving cultural tourism have consequently necessitated the definition of the concept itself.

The diversity and complexity of resources associated with cultural tourism make it necessary to define the concept; however, this multilayered structure makes it difficult to establish a single, comprehensive definition. In this regard, Richards (1996, p. 24) defined cultural tourism from both conceptual and technical perspectives. Conceptually, cultural tourism refers to “*travel undertaken by individuals outside their place of residence in order to experience new knowledge and satisfy their cultural needs*”. Technically, it refers to “*travel undertaken by individuals outside their habitual place of residence for the purpose of participating in specific cultural activities, such as cultural heritage sites, artistic and cultural performances, visual arts, and theatre*” (Richards, 1996, p. 24). According to Simeon et al. (2017, p. 224), cultural tourism is a form of tourism in which individuals travel to destinations motivated by, or seeking to learn more about, topics such as lifestyles, history, natural resources, wine and culinary traditions, language, and local identity. These definitions indicate that the tangible and intangible cultural values forming the foundation of cultural tourism contribute to destinations from environmental, social, and economic perspectives.

Cultural tourism offers various advantages, including contributing to the preservation and development of local culture, traditions, and customs, as well as supporting the conservation of natural habitats. Moreover, it contributes to sustainability by facilitating the identification of tourism resources suitable for tourism development and by extending the tourism season, thereby reducing the pressure of seasonality. Consequently, cultural tourism occupies an important place within sustainable tourism (Csapo, 2012, p. 224). On the other hand, from the demand side perspective, cultural tourism also provides various benefits to tourists. For example, it facilitates tourists'

interactions with local residents (Reisinger, 1994, p. 24; Çetin & Bilgihan, 2015, p. 8), enables escape from the routines of everyday life (Altunel & Erkurt, 2015, p. 217), and provides opportunities for experiencing novel (Richards et al., 2020, p. 7), authentic (Çetin & Bilgihan, 2015, p. 8; Seyfi et al., 2020, p. 341), high-quality (Seyfi et al., 2020, p. 341), and similar experiences. Therefore, the potential implications arising from the relationship between cultural tourism and experience should be explained within the framework of both supply and demand side perspectives.

A review of studies examining visitors' experiences and the quality of those experiences during their holidays reveals that the topic has been addressed within the context of numerous forms of tourism, including winter tourism (Akkuş & Güllüce, 2016, p. 65), gastronomic tourism (Kokkranikal & Carabelli, 2024, p. 161), dark tourism (Iliev, 2021, p. 963), and cruise tourism (Yarnal, 2004, p. 349). Furthermore, empirical evidence suggests that culture has a significant influence on the tourist experience (Altunel & Erkurt, 2015, p. 218). Through cultural engagement, tourists may also have memorable experiences (Chen & Rahman, 2018, p. 160), which can subsequently lead to outcomes such as satisfaction (Altunel & Erkurt, 2015, p. 217), revisit intentions, recommendation intentions (Chen & Rahman, 2018, p. 160), and contributions to destination competitiveness (Wardana et al., 2019, p. 753).

Comments and reviews related to destinations constitute one of the most important factors influencing destination image and tourists' travel decisions in cultural tourism, as in other forms of tourism. Contemporary tourists increasingly tend to share their travel experiences online in order to reach broader audiences, in addition to other forms of information sharing. These reviews, referred to in the literature as user-generated content (UGC), are disseminated rapidly to large audiences. The information conveyed through such reviews influences potential visitors' perceptions of destinations, destination preferences, and consequently destination competitiveness. In this context, numerous researchers, including Cox et al. (2009, p. 743), Akehurst (2009, p. 51), and Lu and Stepchenkova (2015, p. 119), have conducted extensive tourism-related studies using UGC as a data source.

Method

The purpose of this study is to understand and explain the experiences of tourists visiting Akdamar Island and Church of Akdamar. In this context, content analysis will be conducted through user-generated content (UGC). The fact that previous studies in the research area have been based on relatively outdated data or a limited number of reviews suggests that there remain patterns related to visitor experiences at Akdamar Island and Church of Akdamar that require further exploration. Therefore, the application of a qualitative research method was considered appropriate in order to examine visitor experiences in depth. Qualitative research encompasses processes that investigate human behaviour, as well as why and how such behaviour emerges, through methods and sources such as interviews, observations, and document analysis, and subsequently explain the patterns or relationships among the phenomena under investigation through appropriate analytical techniques (Gürbüz & Şahin, 2014, p. 358). Within the scope of this study, content analysis, one of the qualitative research methods, was employed to enable meaningful analysis and interpretation through reviews generated by visitors. Content analysis is defined as "*a research technique for making replicable and valid inferences from texts (or other meaningful sources) to the contexts of their use*" (Krippendorff, 2013, p. 24).

Akdamar Island, which constitutes the research setting, is located in Lake Van. The administration of the island has changed throughout history in line with the civilisations that ruled Van and its surrounding region. The earliest civilisation to dominate the area was the Hurrians, followed respectively by the Urartians, Scythians, Medes, Persians, Roman Empire, Armenians, Umayyads, Abbasids, Ardzurunis, and Turks (Özkan, 2024, pp. 410-411). The church located on Akdamar Island was commissioned by King Gagik I of Vaspurakan and built by the monk Manuel between AD 915 and 921 in the name of the Holy Cross (Kaya et al., 2013, p. 13). Although the

church was originally constructed as part of a palace complex, no traces of the palace or harbour remain on the island today (Kalay & Yıldız, 2017, pp. 125-126). Furthermore, Church of Akdamar is regarded as a pilgrimage centre for Armenians (Kaya et al., 2013, p. 13). The first religious service held at Church of Akdamar after a 95-year hiatus took place in 2010 (Alaeddinoğlu & Okudum, 2015, p. 543). Except during periods of renovation and the pandemic, religious ceremonies have been conducted regularly almost every year. The reason for examining Akdamar Island and Church of Akdamar together is that the church constitutes the sole attraction on the island and visitors are required either to pay the museum entrance fee or present a museum card upon entering the island. Consequently, this situation necessitates the joint examination of Akdamar Island and Church of Akdamar. Moreover, although reviews of Akdamar Island and Church of Akdamar may appear to relate to two separate attractions, an examination of the reviews indicates that similar issues are discussed. In this context, in order to identify the factors influencing tourists' experiences, reviews posted on Google Reviews and TripAdvisor by tourists who visited Akdamar Island and Church of Akdamar up to 07.04.2025 were examined.

Evaluating online reviews related to Akdamar Island and Church of Akdamar is important for identifying the factors and attractions that shape the tourist experience. Such an evaluation will provide insights into the activities that should be undertaken to enhance the experiences and satisfaction levels of tourists who may visit the region in the future. Within this scope, reviews related to the research setting were collected, and information regarding these reviews is presented in Table 1.

Table 1. Information on Units of Analysis and Number of Reviews

	Source and Total Number of Reviews	Number of Reviews Included in The Study	Total
Church of Akdamar	TripAdvisor (204)	180	1685
	Google (3001)	1505	
Akdamar Island	TripAdvisor (395)	338	1115
	Google (1335)	777	
Total	TripAdvisor (599)	518	2800
	Google (4336)	2282	

*The number of reviews included in the study differs from the total number of reviews because some Google evaluations consisted solely of ratings or visual symbols referred to as emojis. In addition, a total of 281 reviews written in languages other than Turkish and English were excluded from the analysis.

As shown in Table 1, a total of 4,935 reviews or ratings were posted regarding the research setting on Google Reviews and TripAdvisor. However, it was also observed that some user submissions were unsuitable for inclusion in the study. Accordingly, the first criterion established for inclusion was that reviews must contain statements enabling meaningful analysis. The second criterion was that reviews must be written in either Turkish or English. Upon examining all reviews, it was found that some users provided only ratings without any written comments. In addition, another group of users included only visual symbols known as emojis in the comment section without any accompanying text. Consequently, 1,854 user ratings or reviews consisting solely of emojis, which did not permit meaningful evaluation under the first criterion, were excluded from the study. Furthermore, 281 reviews written in languages other than Turkish and English were also excluded. The remaining 2,800 reviews, which were considered capable of making a meaningful contribution to the research, were included in the analysis.

Content analysis facilitates the emergence of various codes and themes related to the subject under investigation. As a result of analysing the 2,800 reviews examined within the scope of this study, six themes emerged. Drawing upon the literature, these themes were labelled as authenticity, awe, flora and fauna, environmental protection and restoration, landscape, and recommendation. On the other hand, in order to address concerns regarding reliability, which represent one of the most

Theme Map and Frequency Distributions of Themes

Alongside the word cloud, the theme map illustrating the coding conducted for each theme and, consequently, the codes associated with each theme is presented in Figure 2.

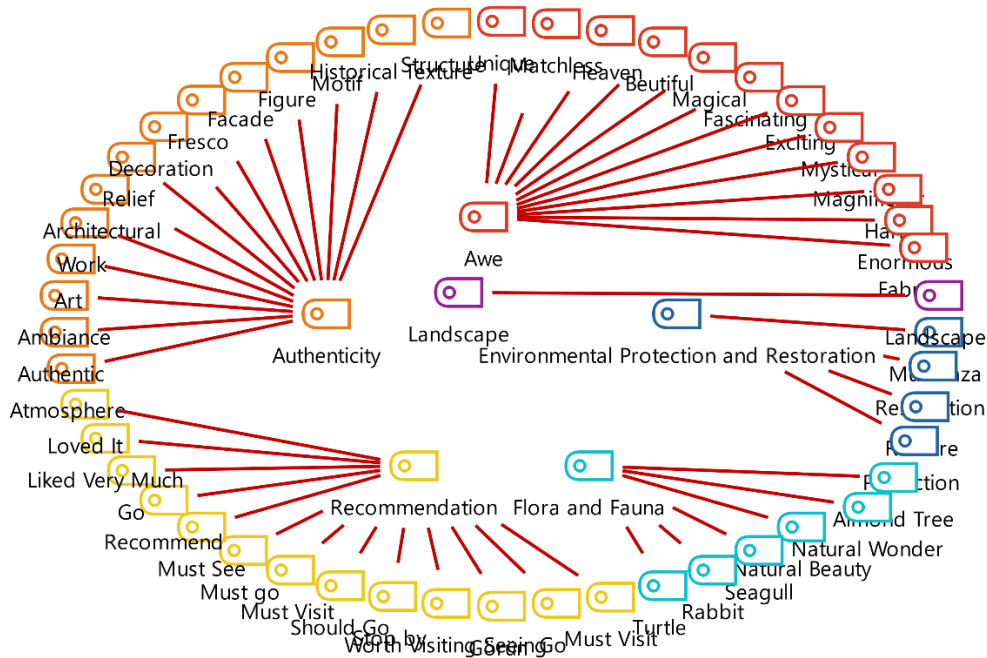


Figure 2. Theme Map

An examination of Figure 2 reveals that the codes facilitating the explanation of each theme are positioned under their respective themes. Furthermore, a closer examination of the sub-codes indicates that only the landscape theme contains a single code, namely “*landscape*” whereas the remaining themes consist of four or more codes. The coding frequencies associated with the themes presented in the theme map are shown in Table 2.

Table 2. Frequency Distributions of Themes

Theme	Frequency	Percentage
Authenticity	828	16,65
Awe	2042	41,06
Flora and Fauna	326	6,55
Environmental Protection and Restoration	228	4,59
Landscape	438	8,81
Recommendation	1111	22,34
Total	4973	100

An examination of the code frequencies presented in Table 2 indicates that the highest concentration of coding was associated with the awe theme. Therefore, it can be stated that visitors were highly impressed by and admired Akdamar Island and Church of Akdamar. The second most frequently coded theme was recommendation. When these two themes are considered together, it becomes evident that visitors who were impressed by Akdamar Island and Church of Akdamar further confirmed this positive evaluation through their intention to recommend the destination to others. On the other hand, the lowest number of codes was associated with the environmental protection and restoration theme.

Relationships Among Themes (Code Co-Occurrence Models)

Within the scope of the study, code co-occurrence models were generated using the MAXQDA 2020 qualitative data analysis software. Code co-occurrence models are visual tools that illustrate the existence and intensity of relationships among themes. While the existence of a relationship between themes or codes is represented by connecting lines, the intensity of the relationship is expressed through the pixel (px) value of these lines. The themes that emerged from the analysis of reviews related to Akdamar Island and Church of Akdamar are presented in Figure 3.

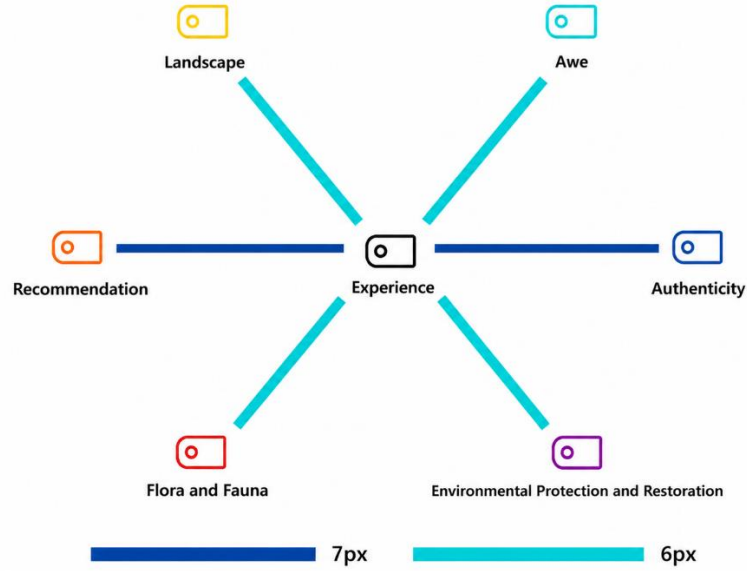


Figure 3. Code Co-Occurrence Model of the Tourist Experience at Akdamar Island and The Church of Akdamar

An examination of Figure 3 indicates that all themes are strongly associated with the tourist experience. However, a review of comments posted by tourists who visited Akdamar Island and Church of Akdamar reveals that they most frequently emphasised authenticity (7 px) in relation to their experiences. In addition, while describing their experiences, visitors were observed to recommend (7 px) visiting Akdamar Island to those reading their comments. The themes of awe, landscape, flora and fauna, and environmental protection and restoration also demonstrated a strong relationship (6 px) with the experience dimension. While examining the relationships between the themes and experience is important, explaining the relationships among the themes themselves is also beneficial. Accordingly, the relationships among the themes are presented in Figure 4.

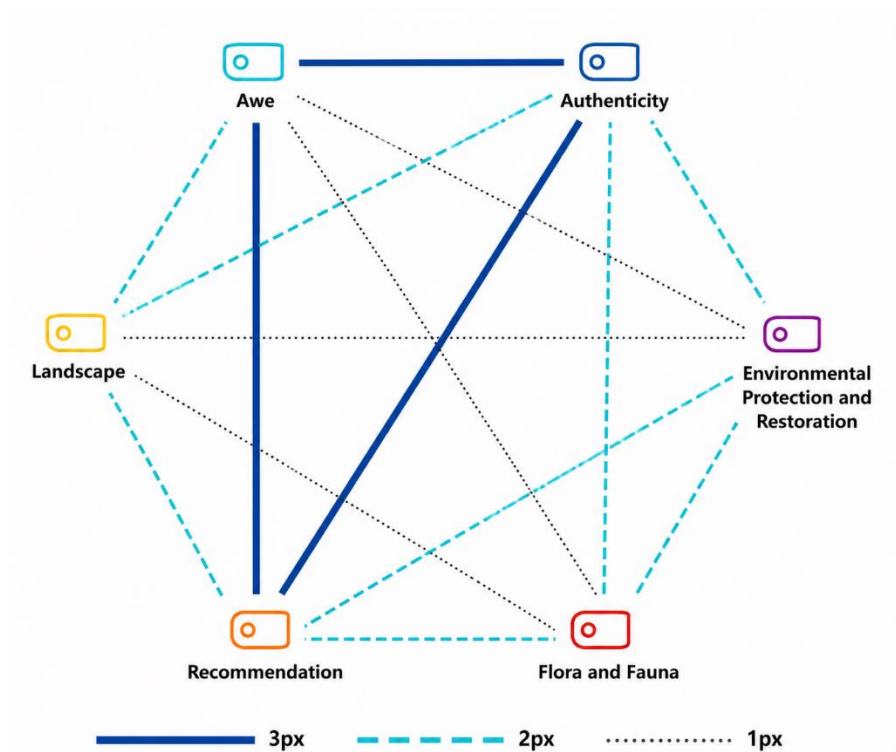


Figure 4. Code Co-Occurrence Model of Themes Emerging from the Tourist Experience at Akdamar Island and The Church of Akdamar

An examination of Figure 4 reveals that the strongest relationship among the themes exists between authenticity and awe (3 px). This finding may be associated with the similar effects of authenticity and awe in enriching tourism experiences and making them memorable. Furthermore, these two themes also demonstrate the strongest relationship (3 px) with the recommendation theme. In other words, tourists who experience authentic and awe-inspiring experiences are expected to exhibit recommendation behaviour. An examination of the remaining themes presented in Figure 4 indicates that reciprocal relationships exist among all themes.

Theme Based Visitor Reviews

Based on the data derived from visitor reviews, the word cloud, sub-codes related to the themes and their frequencies, as well as the relationships among the themes were analysed. In addition, the relationship of each theme with the relevant literature and illustrative quotations were also evaluated. Accordingly, assessments addressing the theoretical foundations of each theme and their connections with the literature are presented below.

Authenticity

Authenticity is also used synonymously with terms such as original, genuine, sincere, and real (Taylor, 2001, p. 15). In this context, Seyfi et al. (2020, p. 9) stated that authenticity is an important factor influencing the tourism experience. Chhabra et al. (2003, p. 703) further indicated that authenticity constitutes one of the fundamental requirements of cultural tourism. Therefore, authenticity is a characteristic that contributes to destinations by enriching the tourist experience through their unique resources and by facilitating memorable experiences. Sample comments regarding the authenticity of Church of Akdamar and Akdamar Island are presented below:

“The extraordinary stone carvings, the figures of animal species that have become extinct in Anatolia, and the religious motifs are fascinating. The fact that all of this was created nearly a thousand years ago inspires even greater admiration; it is definitely worth visiting.”

“A masterpiece with its stone craftsmanship, architecture, religious narrative, and location. It is impossible not to be impressed.”

Under the authenticity theme, words associated with the theme and contributing to its explanation were coded, including *“architecture, structure, atmosphere, authentic, ambience, historical texture, aesthetics, motif, figure, decoration, fresco, ornamentation, relief, art, and work of art”*. When the sample quotations and coded expressions are considered in light of the findings reported by researchers such as Seyfi et al. (2020), Saleem and Umar (2023), and Gürsoy et al. (2022) regarding authenticity in cultural tourism destinations, the results of the present study demonstrate considerable similarity with their findings.

Awe

According to Pine and Gilmore’s (2011) progression of economic value, contemporary consumers and tourists are increasingly focused on experiences. From a tourism perspective, experience is examined through emotional, cognitive (Demirel, 2020, p. 67), sensory (Atasoy, 2025, p. 146), behavioural, and relational dimensions (Schmitt, 1999, p. 53). Situated within the emotional dimension, awe refers to the feeling of admiration and profound inspiration arising from a destination’s cultural heritage resources (Gürsoy et al., 2022, p. 14). Furthermore, awe facilitates stronger connections between individuals and the places they visit, enriches experiences, makes tourism experiences more memorable, and may stimulate revisit intentions (Coghlan et al., 2012, p. 1711). Sample comments regarding awe in relation to the Church of Akdamar and Akdamar Island are presented below:

“An extraordinary monument that has remained standing despite being damaged by earthquakes...”

“The Hagia Sophia of Van. Akdamar Island, the rabbits on the island, the view of Van from the island, the carvings on the church... Together they create such a mystical atmosphere that one cannot leave Van without seeing this place.”

“After a delightful journey across the deep blue waters of Lake Van, you will arrive at a magnificent island and be welcomed by a fascinating church.”

An examination of the reviews concerning Church of Akdamar and Akdamar Island revealed a substantial number of expressions associated with the awe theme. Accordingly, the expressions *“magnificent, extraordinary, wonderful, splendid, mystical, exciting, fascinating, magical, exceptional, beautiful, paradise (like paradise), and unique”* were coded under this theme. These codes were derived from the conceptualisations outlined above. Moreover, when the codes and resulting themes are considered holistically, the findings of the present study appear consistent with those reported by Gürsoy et al. (2022, pp. 14-15), Farber and Hall (2007, p. 248), and Wang and Lyu (2019, p. 106).

Flora and Fauna

Environmental resources such as the natural environment, wildlife, and endemic plant species constitute important tourism attractions. In this context, wildlife areas (Rizzolo, 2023), forests, trees, plant diversity (Hall et al., 2011, p. 309), and birdwatching sites (Çakar & Uzut, 2021) are regarded as important resources. Consequently, flora and fauna are closely interconnected and are generally evaluated as a whole. Flora and fauna not only serve as attractions for destinations but also support awareness and actions aimed at preserving biodiversity in these areas (Stork & Samways, 1995, p. 453; Hall et al., 2011, p. 309). Beyond these functions, flora and fauna perceived

by tourists as interesting, different, or unusual may also influence the tourist experience. In this regard, Curtin (2009) argued that flora and fauna are not solely associated with place. Rather, they may enable individuals to transcend their ordinary perception of time, feel privileged, and experience admiration for nature (Curtin, 2009, p. 451). Sample comments regarding the flora and fauna theme are presented below:

“The island is truly a natural wonder, a paradise for birds.”

“You pass through Van and board the ferry in the district of Gevaş; the mountain scenery is wonderful. Seagulls on one side, lizards and turtles on the other, and a completely different landscape. It is definitely worth visiting.”

“A delightful boat trip will take you to the island in 25 minutes. The island’s permanent residents, the seagulls and rabbits, will welcome you.”

“For nature lovers, the best time to visit the island is April, when the almond trees bloom with pink and white flowers. The island is also home to rabbits.”

Visitor reviews indicate that flora and fauna are perceived as important attractions within the experience of the Church of Akdamar and Akdamar Island. Accordingly, codes such as “*almond tree, natural beauty, natural environment, rabbits, turtles, and seagulls*” were identified. These codes were developed based on the literature and adapted to the context of the study area. Similarly, researchers such as Curtin (2009, p. 451) and Upadhyay (2020, p. 81) have explained the influence of flora and fauna on visitor experiences.

Environmental Protection and Restoration

From a supply-side perspective, cultural heritage, architectural features, religious structures, gastronomy, and flora and fauna are regarded as strategic and important tourism attractions. Within this context, conservation and restoration activities are carried out in accordance with sustainability principles in order to preserve the existing attractiveness of destinations (Nocca, 2017, p. 1882). Understanding visitor motivations facilitates the development of environmental awareness and supports management actions within destinations (Hall et al., 2011, p. 319). In terms of the research setting, there is no permanent settlement on Akdamar Island, and the Church of Akdamar constitutes its principal attraction. However, relatively small structures have been constructed to facilitate visitor entry procedures and to meet visitors’ needs for food and beverage services, souvenirs, and restroom facilities. Beyond its natural environment, Church of Akdamar occupies an important position within Christianity. Although not actively used on a daily basis, special religious ceremonies continue to be held at the church, with the twelfth ceremony taking place in 2024 (Varol, 2024). From this perspective, the church can still be regarded as a destination for faith tourism and roots tourism. Furthermore, the Church of Akdamar represents one of the most important examples of Armenian architecture and therefore attracts numerous visitors from Armenia. Consequently, evaluations concerning environmental protection and restoration focused specifically on the island and the church. Sample comments related to this theme are presented below:

“One of the best-preserved ancient churches I have ever seen.”

“...the restoration has been carried out very naturally and successfully; it is definitely a place worth visiting.”

“After a pleasant boat trip, we arrived at Akdamar Island and reached the church by walking among almond trees. The church is truly remarkable...”

An examination of the sample comments reveals that observations related to environmental protection primarily focus on the island’s natural environment and its biodiversity. In contrast, comments concerning restoration predominantly emphasise issues associated with Church of

Akdamar. Accordingly, the codes “*protection, preservation, restore, restoration, and conservation*” were identified under the environmental protection and restoration theme. While environmental protection and restoration contribute to sustainability, they also support cultural tourism, which occupies an important place within sustainable tourism (Csapo, 2012, p. 224). In this regard, numerous scholars, including Teijgeler (2006, p. 133), Weiss and Connelly (2019, p. 1), and Baykan (2007, p. 30), have highlighted environmental protection and restoration from various perspectives and in relation to sustainability. The findings of the present study similarly underscore the importance of environmental protection and restoration.

Landscape

Landscape constitutes an important component of aesthetic perception (Brieby, 2015, p. 369). More specifically, landscape is strongly associated with the sense of pleasure derived from aesthetics (Qiu et al., 2018, p. 871). Therefore, landscape serves as a factor capable of influencing tourist motivation and satisfaction. However, its significance may vary depending on the destination and type of tourism. For example, a study investigating tourist motivations for visiting the Lofoten Islands in Norway identified landscape as the primary attraction factor (Kaltenborn et al., 2019, p. 5). Furthermore, landscape and landscape photographs used in destination promotional materials (Mackay & Fesenmaier, 1997, p. 537), as well as those shared by tourists on social media, influence the formation and development of destination image. Sample comments concerning the landscape theme are presented below:

“Especially in winter, when the lake is surrounded by snow-covered mountains, the scenery is breathtaking.”

“After visiting the church, you can also spend time at the observation terrace overlooking the lake, mountains, and city.”

“The flowering trees and the snow-covered Artos Mountain in the background created a magnificent landscape.”

An examination of comments related to the landscape theme demonstrates that visitors explicitly and frequently referred to the concept of landscape. Visitor reviews indicate that landscape constitutes one of the fundamental elements strengthening the tourist experience.

Recommendation

The concept of recommendation is of critical importance to consumers. Such recommendations influence product and service purchase decisions (Chen, 2012, p. 345). In the twenty-first century, consumers continue to value traditional word-of-mouth (WOM) recommendations. However, in line with technological developments, electronically shared recommendations (e-WOM) are also increasingly considered. In this context, online reviews may become particularly valuable when consumers do not know anyone who has previously used the product or service they are researching. Within the tourism sector, recommendations evaluated prior to purchase decisions are even more important because tourism products are consumed at the location where they are produced (Hacıoğlu, 2000, p. 42). Sample comments related to the recommendation theme are presented below:

“Akdamar... You cannot be described in words. One of the most special places that must be seen in our beautiful country...”

“The story is highly interesting and tragic; it must be visited and experienced. I strongly recommend it, but be sure to visit during the summer.”

“Definitely a place that should be seen. If you visit during winter, a lake surrounded by snow-covered mountains will await you. I am sure it will be even more beautiful when the almond trees bloom in spring.”

An examination of comments related to the recommendation theme reveals numerous explicit recommendations concerning the Church of Akdamar and Akdamar Island. The recommendations provided in the reviews primarily encourage visiting the destination. In addition, they contain various details regarding the most suitable seasons, dates, or times to visit, points requiring attention, and attractions that should not be missed. Furthermore, the importance of recommendation has similarly been supported within the tourism literature through qualitative and quantitative studies conducted by researchers such as Weerasinghe and Biyiri (2024, pp. 221-222), Aylan and Kaya (2020, p. 499), and Soylu (2024, pp. 2031-2032).

Conclusion

Enhancing the tourist experience, increasing satisfaction levels, attracting more visitors, and generating higher tourism revenues are among the primary objectives of tourism destinations. To improve destination performance, it is essential to accurately identify the factors influencing the tourist experience. This identification process concerns all stakeholders within the destination. Therefore, the tourist experience should be continuously monitored by destination managers and should not be overlooked. As a result of analysing 2,800 user reviews related to Akdamar Island and the Church of Akdamar, six themes emerged: authenticity, awe, recommendation, flora and fauna, environmental protection and restoration, and landscape. These findings indicate that Akdamar Island and Church of Akdamar are perceived by tourists as highly authentic destinations. With their well-preserved structures, impressive architectural features, and environmental attributes, they inspire admiration among visitors. Furthermore, it can be argued that the destination is recommended to others because it provides satisfaction and memorable experiences.

One of the most influential themes emerging from the study, authenticity, represents a distinctive characteristic for destinations. Consequently, researchers continue to investigate destination authenticity within the context of cultural tourism in order to better understand the concept. A review of recent studies reveals that Saleem and Umar (2023, p. 280), in their analysis of reviews related to 14 museums across Asia, identified architectural elements and buildings as prominent components associated with authenticity. Similarly, Seyfi et al. (2020, p. 9) reported that the perception of Paris as an authentic destination was shaped by factors such as living history and cultural heritage, the influence of architecture and built structures, and interior design elements. Gürsoy et al. (2022, pp. 10-11), in their study examining user reviews related to cultural tourism in Istanbul, emphasised that authenticity was associated with elements such as atmosphere, craftsmanship, streets, and Turkish baths. The findings concerning the authenticity theme that emerged in relation to Akdamar Island and Church of Akdamar are consistent with the results of these studies.

Destination managers and stakeholders seek to provide tourists with memorable experiences. This is because memorable experiences are closely associated with satisfaction and loyalty (Kim et al., 2010, p. 637; Manthiou et al., 2016, p. 362). One of the important dimensions contributing to memorable experiences is the feeling of profound inspiration or admiration. However, the awe theme remains a relatively underexplored topic within the tourism literature (Coghlan et al., 2012, p. 1711; Gürsoy et al., 2022, p. 15), which constitutes one of the aspects that make the present study distinctive and important. Previous studies have suggested that awe may be triggered by a variety of stimuli, including impressive natural phenomena, magnificent historical structures, sacred religious figures, and elegant works of art (Wang & Lyu, 2019, p. 106). Furthermore, Gürsoy et al. (2022, p. 14) emphasised that adjectives and expressions such as “*extraordinary*”, “*magnificent*”, “*wonderful*”, “*awe-inspiring*”, “*impressive*”, “*astonishing*”, “*perfect*”, “*pride inducing*”, “*ingeniously designed*”,

“fascinating”, “breathtaking”, “engaging”, “incredible”, “striking”, “splendid”, “flawless”, “eye-catching”, “exceptionally beautiful”, “remarkable”, “captivating”, “grand”, “enchanted”, and “mystical” are associated with awe in the tourism experience. An examination of the codes emerging from visitor reviews related to Akdamar Island and the Church of Akdamar similarly reveals the use of comparable adjectives and expressions.

The cultural values possessed by destinations, together with distinctive attributes such as flora and fauna diversity and landscape, make important contributions to tourism development. Within this framework, it can be argued that flora and fauna not only enrich the cultural tourism experience but also enhance the attractiveness of nature-based forms of tourism that intersect with cultural tourism. This is because flora and fauna may evoke numerous emotions, including a sense of well-being, connection with nature, mental tranquillity, and spiritual fulfilment (Curtin, 2009, pp. 457-468). On the other hand, the landscape of areas containing cultural elements or natural resources is likely to influence both tourist motivation and the tourist experience (Kaltenborn et al., 2019, p. 5). The existence of these resources contributes to tourism development within the region, fosters environmental awareness for their preservation, and consequently supports the implementation of appropriate conservation measures (Stork & Samways, 1995, pp. 459-462; Hall et al., 2011, p. 319). Furthermore, destinations possessing the qualities highlighted through these themes and managed effectively are likely to be recommended by different visitors. When all themes associated with the experience of Akdamar Island and Church of Akdamar, presented in Figures 1 and 2, are considered collectively, they are found to be interrelated, and all of them exert an influence on the tourist experience.

From an industry perspective, the themes identified in this study may be utilised in destination marketing activities. In addition, because Church of Akdamar represents one of the most important examples of Armenian architecture, travel agencies operating in the Armenian market may also utilise these attributes as marketing elements.

Based on the findings, several recommendations are proposed for future research. Similar studies may be conducted with domestic and international visitors or within specific market segments. A review of previous studies related to the research setting indicates that most have employed qualitative research methods. Conducting similar investigations using quantitative or mixed-method approaches would also make a meaningful contribution to the literature.



Kültür Turizminde Ziyaretçi Deneyimlerinin Analizi: Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi Örneği

Giriş

Deneyim konusu, turizm literatüründe önemli bir yere sahiptir. Deneyim olgusuna ilişkin araştırmalar incelendiğinde, konunun farklı turizm türleri bağlamında ve çeşitli açılardan ele alındığı görülmektedir. Örneğin bazı araştırmacılar Karayipler (Manning, 1982), Fas (Baker, 1986), Bahamalar (Palmer, 1994), İspanya (Frias-Jamlen vd., 2013) gibi destinasyon genelinde turist deneyimi konusunu ele almıştır. Diğer bir grup araştırmacı ise deneyimi, kırsal turizm (Chon & Evans, 1989), çiftlik turizmi (Surdo, 1987), sorumlu turizm (Cooper & Özdil, 1992), etnik turizm (Li, 2000) gibi turizm türleri açısından incelemiştir. Bununla birlikte deneyim konusu otel (Trigano, 1984; Sun vd., 2017) veya restoran (Ryu & Han, 2011) özeline indirgenerek de ele alınmış veya alınmaya devam etmektedir.

Son yıllarda deneyim odaklı turizm türlerine yönelik talep artışı, deneyim kavramının turizm alanındaki önemini belirgin biçimde artırmıştır. Bu eğilimle uyumlu olarak kültür turizmi de dünya genelinde talep artışı gösteren turizm türleri arasında yer almaktadır. İstatistiksel veriler incelendiğinde 2024 yılında kültür turizmine katılan ziyaretçilerin yaklaşık 604 milyar ABD Doları (USD) harcama yaptığı görülmekte ve bu harcama miktarının 2030 yılında %4,5 oranında bir artış göstermesi beklenmektedir (Grand View Research, 2025). Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yapılan araştırmada ise 2024 yılında Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin %64,9'unun gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler amacıyla Türkiye'yi ziyaret ettiklerini belirtmiştir (TÜİK, 2024). Dolayısıyla kültür turizminin hem ulusal hem de uluslararası turizm pazarı açısından gün geçtikçe daha önemli bir turizm türü haline gelmektedir.

Kültür turizmine olan ilginin artışı, uluslararası literatürde kültür turizmiyle ilgili yapılan çalışmalarda da kendini göstermektedir. Örneğin araştırmacılar, kültür turizmine katılan turistleri; motivasyonları (Kay, 2009), tipolojisi (McKercher & Du Cros, 2003) gibi farklı açılardan ele almıştır. Ulusal literatürde de benzer çalışmalar yerli ziyaretçiler ya da yerel destinasyonlar kapsamında yürütülmektedir (Özel & Kozak, 2012; Sert, 2019). Ancak değişim ve dönüşüm, kültür turizmine katılan ziyaretçilerin seyahat davranışlarında, beklentilerinde ya da taleplerinde de kendini göstermektedir. Bu nedenle kültür turizmi açısından söz konusu değişimleri ele alan çalışmalar da yürütülmektedir (Richards, 2018; Konstantakis vd., 2020; Kay Smith vd., 2022). Bu çalışmalar, destinasyon yöneticilerine; kültür turistlerinin değişen ihtiyaçlarını doğru bir şekilde analiz etmeye aracılık edecektir.

Kültür turizmine katılan turistler için ziyaret ettikleri destinasyonda bulunan somut veya somut olmayan kültürel öğeler önemli çekim kaynaklarıdır. Ancak bu kaynakların yanında ziyaretçilerin seyahatleri süresince yaşadıkları deneyim sonucu tatillerinin daha anlamlı olduğu söylenebilir (Timothy & Boyd, 2003). Bu bağlamda birçok antik medeniyete ev sahipliği yapan Türkiye'de Göbeklitepe, Efes Antik Kenti, Aya Sofya, Arkeoloji müzeleri gibi birçok farklı kültürel

çekicilik bulunmaktadır. Bununla birlikte Türkiye’de kültür turizmi açısından önemli olan şehirlerden birisi de Van’dır. Van’da gerçekleştirilen turizm faaliyetlerine ilişkin istatistiksel verilere bakıldığında ise 2024 yılının ilk 11 ayında 165 bin ziyaretçi ile Van’da en çok ziyaret edilen noktaların Akdamar Adası ve dolayısıyla Akdamar Kilisesi’dir (Turizm Ajansı, 2024).

Bu çalışmada, Van turizmi açısından önemli bir çekim merkezi olan Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi’ni ziyaret eden turistlerin deneyimlerini anlamak ve açıklamak amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, TripAdvisor ve Google üzerinden bu alanlarla ilgili yapılan güncel yorumları nitel araştırma yöntemleriyle incelenecektir. Çünkü literatürde Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi’ni ziyaret eden turistlerin turist deneyimleri üzerine yapılan çalışmalar oldukça sınırlıdır (Alaeddinoğlu & Okudum, 2015; Kömürcü vd., 2016; Subaşı & Özaltaş Serçek: 2025; Aslan & Kıyaç, 2025, Eban, 2025). Araştırma verileri ile yapılacak analiz sonucunda ortaya çıkacak temalar aracılığıyla günümüz kültür turistlerinin deneyimlerini etkileyen temalar oluşturulacaktır. Bu temalar aracılığıyla Van turizmine hem akademik hem de sektörel açıdan katkı sağlaması olası çıkarımlarda bulunulması hedeflenmektedir.

Kültür Turizmi ve Deneyim

Destinasyonların sahip oldukları alansal varlıklar (doğa, tarihi eserler vb.), turistlerin destinasyon tercihinde etkili olmaktadır. Söz konusu çekimde etkili olan kaynaklar arasında ise kültürel öğeler ve tarihi alanlar önemli bir yere sahiptir. Bu bağlamda, kültür turizminin temelinde bulunan kaynaklar somut (saraylar, kaleler, binalar vb.) veya somut olmayan (folklor, inanç, dans vb.) öğelerden oluşabilmektedir. Bununla birlikte bir öğenin kültür turizmi kaynağı olabilmesi için çok eski olması gibi bir önyargı veya yanlıgı bulunmaktadır. Ancak günümüzde araştırmacılar bir öğenin kültürel kaynak olarak görülmesi için eski olmasının gerekmediğini ve yakın bir geçmişte ortaya çıkan bir kaynağın da kültür turizmi açısından değerli olacağına işaret etmektedir (Timothy, 2014, s. 31). Dolayısıyla kültür turizmi kapsamına girecek turizm kaynaklar çeşitlilik göstermektedir. Kültür turizmine hizmet eden kaynakların çeşitliliği ya da karmaşıklığı ise kültür turizminin tanımının yapılması gerekliliğini ortaya çıkartmıştır.

Kültür turizmine hizmet eden kaynakların çeşitliliği ve karmaşıklığı, kavramın tanımlanmasını gerekli kılmaktadır; ancak bu çok katmanlı yapı, kültür turizmini tek bir çerçevede tanımlamayı zorlaştırmaktadır. Zira Richards (1996, s. 24) kültür turizmini kavramsal ve teknik açıdan olmak üzere iki şekilde tanımlamıştır. Kavramsal olarak kültür turizmi “*yeni bilgiler edinme ve kültürel ihtiyaçlarını tatmin etmek için deneyimlemek amacıyla bireylerin ikamet ettikleri yerin dışına seyahat etmesini*” ifade etmektedir. Teknik olarak “*bireylerin, kültürel miras alanları, sanatsal ve kültürel gösteriler, görsel sanatlar ve tiyatro gibi spesifik kültürel etkinliklere katılmak amacıyla sürekli olarak ikamet ettikleri yerin dışına yaptıkları seyahati*” ifade etmektedir (Richards, 1996, s. 24). Simeon vd. (2017, s. 224)’ne göre ise kültür turizmi; “*yaşam biçimleri, tarih, doğal kaynaklar, şarap ve yeme-içme gelenekleri, dil ve yerel kimlik gibi konular hakkında daha fazla bilgi edinmek isteyen veya bu konularla motive olarak ilgili destinasyonlara seyahat eden kişilerin katıldığı turizm*” türüdür. Bu tanımlar değerlendirildiğinde ise kültür turizminin temelini oluşturan somut ve somut olmayan kültürel değerlerin destinasyonlara çevresel, sosyal ve ekonomik açıdan katkı sağlayacağı görülmektedir.

Kültür turizmi; yerel kültür, gelenek ile göreneklerin korunması ve gelişimine katkı sağlama, doğal yaşam alanlarının korunması gibi avantajlar sunmaktadır. Bununla birlikte turizme hizmet edecek turistik alanların belirlenmesi, turizm sezonunu uzatarak mevsimsellik baskısını azaltma gibi etkilerinden dolayı sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. Dolayısıyla sürdürülebilir turizm içerisinde de önemli bir yeri vardır (Csapo, 2012, s. 224). Öte yandan kültür turizmi, talep boyutu açısından turistlere de çeşitli faydalar sağlamaktadır. Örneğin turistlerin yerel halkla iletişim kurmasına (Reisinger, 1994, s. 24; Çetin & Bilgihan, 2015, s. 8), günlük hayatın rutininden kaçışa (Altunel & Erkurt, 2015, s. 217) aracılık eden yeni (Richards vd., 2020, s. 7), otantik (Çetin &

Bilgihan, 2015, s. 8; Seyfi vd., 2020, s. 341), kaliteli (Seyfi vd., 2020, s. 341) vb. deneyimler yaşamalarına aracılık etmektedir. Bu nedenle, kültür turizmi ile deneyim arasındaki ilişkinin doğurabileceği olası etkilerin arz ve talep boyutları çerçevesinde açıklanması gerekmektedir.

Ziyaretçilerin tatil süresince yaşadıkları deneyim veya deneyimin kalitesi ile ilgili araştırmalar incelendiğinde konunun kış turizmi (Akkuş & Güllüce, 2016, s. 65), gastronomi turizmi (Kokkranikal & Carabelli, 2024, s. 161), hüzn turizmi (Iliev, 2021, s. 963), kruvaziyer turizmi (Yarnal, 2004, s. 349) gibi birçok farklı turizm türü özelinde ele alındığı görülmektedir. Ayrıca kültürün, turist deneyimi (Altunel & Erkut, 2015, s. 218) üzerinde etkili olduğuna ilişkin görgül sonuçlara ulaşılmaktadır. Bununla birlikte kültür aracılığıyla unutulmaz deneyim (Chen & Rahman, 2018, s. 160) yaşayabilmekte ve dolayısıyla memnuniyet (Altunel & Erkut, 2015, s. 217), tekrar ziyaret, tavsiye niyeti (Chen & Rahman, 2018, s. 160), destinasyon rekabetçiliğine katkı (Wardana vd., 2019, s. 753) sağlayabilecek sonuçlar doğurabilmektedir.

Destinasyon ile ilgili yapılan yorumlar, diğer turizm çeşitlerinde olduğu gibi kültür turizmi açısından da destinasyon imajını ve turistlerin seyahat kararını etkileyen önemli faktörlerden biridir. Günümüz turistleri seyahat deneyimlerini diğer paylaşım biçimleri de dahil olmak üzere daha geniş kitlelere ulaştırabilmek amacıyla internet üzerinden de paylaşma eğilimi içerisine girmektedir. Literatürde “*kullanıcı tarafından üretilen içerik (UGC [User Generated Content])*” olarak adlandırılan yorumlar ise geniş kitlelere çok hızlı bir şekilde iletilmektedir. İletilen yorumlar ise potansiyel ziyaretçilerin destinasyon ile ilgili algıları, destinasyon tercihi ve dolayısıyla destinasyonun rekabetçiliği üzerinde etkili olacaktır. Bu bağlamda Cox vd. (2009, s. 743), Akehurst (2009, s. 51), Lu ve Stepchenkova (2015, s. 119) gibi birçok araştırmacı UGC’lerden faydalanarak turizm alanında çok sayıda araştırma yapmıştır.

Yöntem

Yürütülen çalışmanın amacı Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi’ni ziyaret eden turistlerin deneyimlerini anlamak ve açıklamaktır. Bu bağlamda, UGC’ler aracılığıyla içerik analizini kullanılacaktır. Araştırma alanında daha önce kısıtlı sayıda çalışmanın görece eski ya da kısıtlı sayıda yorum incelenerek yapılmış olması Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi ziyaretçi deneyimleri ile ilgili keşfedilmesi gereken örüntülerin olduğuna işaret etmektedir. Bu nedenle ziyaretçi deneyimlerinin derinlemesine incelenebilmesi için araştırma kapsamında nitel araştırma yönteminin uygulanması uygun görülmüştür. Nitel araştırmalar, insan davranışları, bu davranışların neden ve nasıl ortaya çıktığını mülakat, gözlem, doküman analizi vb. yöntem veya kaynaklarla inceleyip uygun tekniklerle analiz ettikten sonra araştırmaya konu olan olgular arasındaki örüntüler ya da ilişkilerin açıklanmasına aracılık eden süreçlerin bütünüdür (Gülbüz & Şahin, 2014, s. 358). Çalışma kapsamında ise ziyaretçiler tarafından oluşturulan içerikler olan yorumlar vasıtasıyla anlamlı bir analiz ve değerlendirme yapılabilmesi için nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan içerik analizinden faydalanılmıştır. İçerik analizi, “*metinlerden (ya da anlamlı diğer kaynaklardan) faydalanarak kullanıldıkları bağlama yönelik tekrarlanabilir ve geçerli çıkarımlar yapmayı amaçlayan bir araştırma tekniği*” şeklinde tanımlanmaktadır (Krippendorff, 2013, s. 24).

Araştırma alanını oluşturan Akdamar Adası, Van gölü içerisinde bulunmaktadır. Adanın yönetimi tarihsel süreç içerisinde Van ve çevresinde hüküm süren medeniyetlerle birlikte değişiklik göstermiştir. Bölgede hüküm süren en eski medeniyet Hurriler ve bunu sırasıyla Urartular, İskitler, Medler, Persler, Roma İmparatorluğu, Ermeniler, Emeviler, Abbasiler, Ardzuruniler ve Türkler izlemiştir (Özkan, 2024, s. 410-411). Akdamar Adası üzerinde bulunan kilise kutsal hac adına Vaspurakan Kralı 1.Gagik tarafından M.S. 915 ile 921 yılları arasında Keşiş Manuel’e yaptırılmıştır (Kaya vd., 2013, s. 13). Bu kilise bir saray kompleksine bağlı olarak yaptırılmış olsa da günümüzde adadaki saray ve limana ait izler bulunmamaktadır (Kalay & Yıldız, 2017, s. 125-126). Bununla birlikte Akdamar Kilisesi Ermeniler için hac merkezi olarak görülmektedir (Kaya vd., 2013, s. 13). Hristiyan âlemi için önemli bir konuma sahip olan Akdamar Kilisesinde 95 yıldan sonra ilk ayın

2010 yılında düzenlenmiştir (Alaeddinoğlu & Okudum, 2015, s. 543). Ayinler, pandemi ve renovasyon dönemleri dışında, hemen her yıl düzenli olarak gerçekleştirilmektedir. Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi'nin bir arada ele alınmasının nedeni ise Akdamar Adası içerisinde sadece Akdamar Kilisesi'nin bulunması ve ada girişinde müze giriş ücretinin ödenmesi ya da müze kartın gösterilme zorunluluğunun bulunmasıdır. Dolayısıyla, bu durum Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi'nin bir arada incelenmesini gerektirmektedir. Ayrıca Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi yorumları iki farklı alan gibi algılsa da yorumlara bakıldığında benzer konuların aktarıldığı görülmektedir. Bu bağlamda turistlerin deneyimleri üzerinde etkili olan faktörlerin belirlenebilmesi için ise araştırma alanını oluşturan Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi'ni ziyaret eden turistlerin 07.04.2025 tarihine kadar Google yorumlar ve Trip Advisor üzerinden yapmış oldukları yorumlar incelenmiştir.

Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesine yönelik çevrimiçi yorumların değerlendirilmesi, turist deneyimine konu olan faktörlerin, çekiciliklerin belirlenmesi açısından önem taşımaktadır. Söz konusu durum ilerleyen dönemlerde bölgeyi ziyaret edecek turistlerin daha zengin bir turist deneyimi yaşaması ve memnuniyet düzeylerinin artması adına hangi faaliyetlerin yürütülmesi gerektiği ile ilgili çıktılar sunacaktır. Bu kapsamda araştırma alanıyla ilgili yapılan yorumlar toplanmış ve yorumlara ait bilgiler ise Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Analiz Birimleri ve Yorum Sayılarına Ait Bilgiler

	Kaynak ve Toplam Yorum Sayısı	Araştırmaya Dahil Edilen Yorum Sayısı	Toplam
Akdamar Kilisesi	TripAdvisor (204)	180	1685
	Google (3001)	1505	
Akdamar Adası	TripAdvisor (395)	338	1115
	Google (1335)	777	
Toplam	TripAdvisor (599)	518	2800
	Google (4336)	2282	

* Google üzerinden erişilen bazı değerlendirmelerde sadece puan veya emoji olarak adlandırılan görsellerin kullanılmasından dolayı araştırmaya dahil edilen yorum sayısı toplam yorum sayısından farklılık göstermektedir. Bununla birlikte Türkçe ve İngilizce dışında yer alan dillerdeki toplam 281 yorum da analiz dışında bırakılmıştır.

Tablo 1 incelendiğinde Google yorumlar ve Tripadvisor üzerinden araştırma alanına ait olarak toplam 4935 yorum yapıldığı ya da puan verildiği görülmektedir. Ancak araştırmaya dahil edilmesi mümkün olmayan kullanıcı paylaşımlarının olduğu da görülmüş ve bu doğrultuda araştırmaya dahil edilecek yorumlar için belirlenen ilk kriter analiz yapılmasına aracılık edecek cümlelerin bulunduğu yorumların araştırmaya dahil edilmesidir. İkinci kriter ise Türkçe ve İngilizce dilindeki yorumların araştırmaya dahil edilecek olmasıdır. Bu bağlamda tüm yorumlar incelendiğinde bazı kullanıcıların sadece puan verdiği ve herhangi bir yorum yapmadığı görülmüştür. Ayrıca diğer bir grup kullanıcının ise yorum kısmına sadece emoji adı verilen görsel dışında bir yorum yazmadığı görülmüştür. Dolayısıyla ilk kriter kapsamına giren anlamlı bir değerlendirme yapmaya imkân tanımayan 1854 kullanıcı puanı ya da sadece emoji kullanılan yorum araştırma dışında tutulmuştur. Bununla birlikte Türkçe ve İngilizce dışındaki dillerde yapılan 281 yorum yine araştırma dışında tutulmuştur. Bu iki kriter dışında kalan ve araştırmaya anlamlı katkı sağlayacağı düşünülen 2800 yorum ise araştırmaya dahil edilmiştir.

İçerik analizi, araştırılan konuyla ilişkili olarak çeşitli kod ve temaların ortaya çıkmasına aracılık etmektedir. Çalışma kapsamında incelenen 2800 yorum sonucunda 6 tema ortaya çıkmıştır. Bu temalar ise literatürden faydalanılarak “*Otantiklik, Hayranlık (Derin Etkilenme), Flora ve Fauna, Çevre Koruma ve Restorasyon, Manzara, Tavsiye*” şeklinde adlandırılmıştır. Öte yandan nitel araştırma yöntemleri ile ilişkili olarak ortaya çıkan en önemli kaygılardan biri olan güvenilirlik kaygısının giderilmesi için bağımsız dış araştırmacı, kodlayıcılar arası uzlaşma ve Kappa analizinden

faydalanılmıştır. Söz konusu süreç ise MAXQDA 2020 nitel araştırma yöntemleri analiz programı üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bu aşamada öncelikli olarak bağımsız araştırmacıyla paylaşılacak üzere araştırmacı tarafından kodlamaların kapsamına giren her bir kod ve tema ile ilişkili açıklamaların yapıldığı kod şeması hazırlanmıştır. Araştırmanın konusu, kapsamı ve bağlamı ile ilgili olarak Turizm ve Otel İşletmeciliği alanında ve turist deneyimi konusunda uzmanlığı olan bir akademisyenle görüşülerek yorumların tamamının incelenmesi için kendisiyle paylaşılmıştır. Bağımsız dış araştırmacı da kodlama işlemini tamamladıktan sonra kodlayıcılar arası uzlaşma süreci yapılmış ve Kappa analizi sonucu 0,94 olarak tespit edilmiştir. Kappa analizi sonucunun 0,41 üzerinde olması araştırmanın güvenilir olduğuna işaret ederken (McHugh, 2012, s. 279) sonucun 0,81 üzerinde olması ise neredeyse mükemmel uyuşmaya işaret etmektedir (Landis & Koch, 1977, s. 16).

Bulgular

MAXQDA 2020 üzerinden yapılan 2800 yoruma ait bulgular sunulurken öncelikli olarak kelime bulutu, tema ve alt kodlara ait bilgiler, temalara ait frekans dağılımı, kod birlikte oluşum modelleri ve ardından her bir temaya ilişkin açıklama ile örnek alıntılar sunulmuştur.

Kelime Bulutu ve Tema Haritası

Kelime bulutu, araştırma kapsamında toplanan doküman, yorum gibi kaynaklarda yer alan kelimelerin tekrar etme sıklıklarına göre kelimeleri daha büyük puntolarla gösteren bir görsel araçtır. Bu bağlamda MAXQDA 2020 aracılığıyla oluşturulan kelime bulutu Şekil 1’de sunulmuştur.



Şekil 1. Kelime Bulutu

Şekil 1’de sunulan kelime bulutu incelendiğinde yorumlarda Akdamar Adası, adaya ulaşım, ada girişinde yapılan ödeme yöntemleri ile ilgili yorumların sıklığının görece fazla olduğu görülmektedir. Bununla birlikte adanın tarihi, kimler tarafından yapıldığı, hikâyesi, ada üzerinde bulunan kilise kelimelerin de sıklıkla dile getirildiği görülmektedir. Son olarak adaya ait olarak “güzel” “harika” gibi sıfatların kullanıldığı ve ziyaretçilerin adanın mutlaka gezilip görülmesine yönelik tavsiyelerde de bulundukları anlaşılmaktadır.

Tema Haritası ve Temalara Ait Frekans Dağılımları

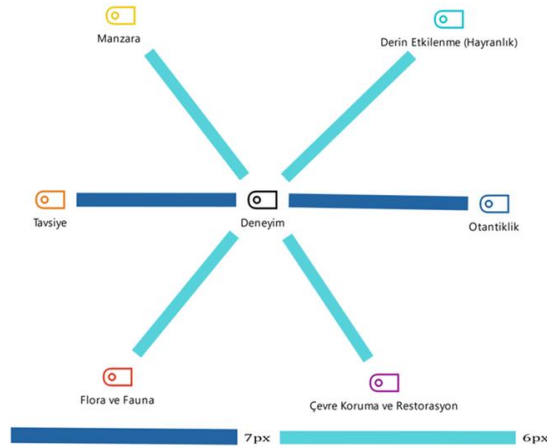
Kelime bulutuyla birlikte her bir temaya ait olarak yapılan kodlamalar ve dolayısıyla temaların altında yer alan kodların bulunduğu tema haritası da Şekil 2’de sunulmuştur.



Tablo 2. Temalara Ait Frekans Dağılımları

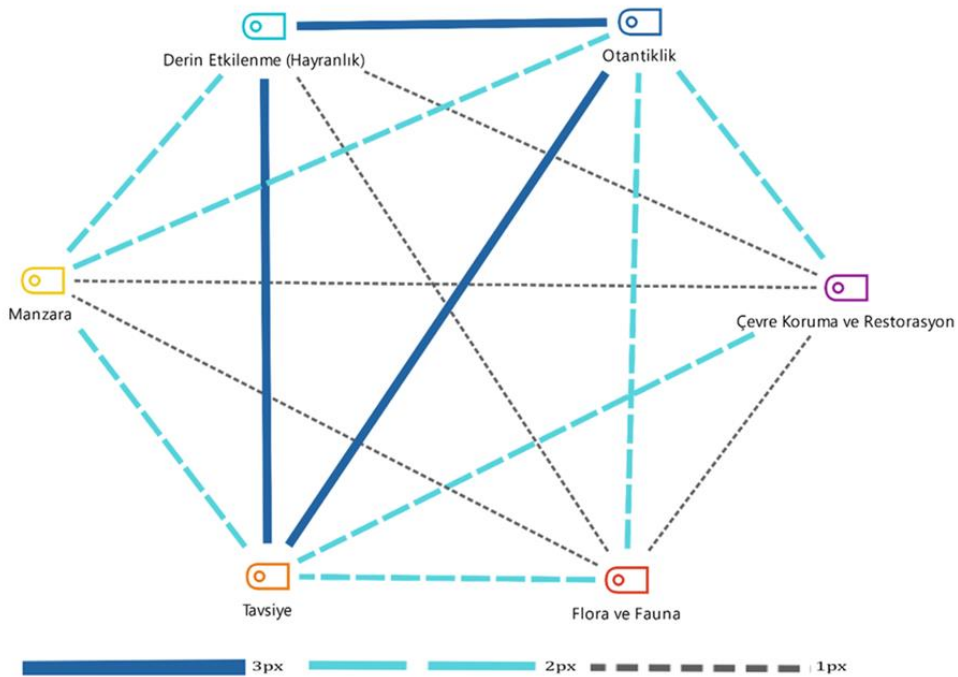
Tablo 2’de sunulan temalara ait kod frekansları incelendiğinde en yoğun kodlamanın “*Hayranlık (Derin etkilenme)*” temasına ilişkin olarak yapıldığı görülmüştür. Dolayısıyla ziyaretçilerin Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesine hayran oldukları söylenebilir. En sık kodlanan ikinci tema ise “*Tavsiye*” temasıdır. İki tema bir arada değerlendirildiğinde ise Akdamar Adası ve Kilisesine hayran kalan ziyaretçilerin tavsiye niyetleriyle bu durumu doğruladıkları da görülmektedir. Öte yandan en düşük sayıda kodlamanın ise “*Çevre koruma ve restorasyon*” temasına ilişkin olarak yapıldığı görülmektedir.

Araştırma kapsamında MAXQDA 2020 nitel veri analiz programı aracılığıyla kod birlikte oluşum modelleri oluşturulmuştur. Kod birlikte oluşum modelleri temalar arasında bulunan ilişkilerin varlığı ve yoğunluğunu gösteren görsel bir araçtır. Bununla birlikte temalar veya kodlar arasında bulunan ilişkinin varlığı çizgi aracılığıyla ifade edilirken, temalar arasındaki ilişkinin yoğunluğu ise çizginin piksel (px) değeri ile ifade edilmektedir. Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi'ne ait yorumların incelenmesi sonucunda ortaya çıkan temalar Sekil 3'te sunulmuştur.



Şekil 3. Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi Turist Deneyimine Ait Kod Birlikte Oluşum Modeli

Şekil 3 incelendiğinde tüm temaların turist deneyimi ile yoğun ilişki içerisinde olduğu görülmektedir. Ancak Akdamar Adası ve Kilisesini ziyaret eden turistlere ait yorumlar incelendiğinde yaşamış oldukları deneyimle ilişkili olarak en yoğun şekilde otantiklik (7px) vurgusunu yapmaktadırlar. Bununla birlikte deneyimlerinden bahsederken söz konusu yorumları okuyan kişilere Akdamar Adası'na gitmelerini tavsiye (7px) ettikleri görülmektedir. Hayranlık (derin etkilenme), manzara, flora ve fauna ile çevre ve restorasyon temaları da yine deneyim ile yoğun denebilecek (6px) bir ilişki içerisindedir. Temaların deneyim ile olan ilişkisi incelenmekle birlikte temaların birbirleri ile olan ilişkilerin de açıklanması faydalı olacaktır. Bu kapsamda Şekil 4'te temalar arası ilişkiler sunulmuştur.



Şekil 4. Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi Turist Deneyiminde Oluşan Temalara Ait Kod Birlikte Oluşma Modeli

Şekil 4 incelendiğinde temalar arasındaki en yoğun ilişkinin otantiklik ile hayranlık (derin etkilenme) arasında olduğu (3px) görülmektedir. Bu durum, otantiklik ve hayranlık temalarının turizm deneyimini zenginleştirme ve unutulmaz kılma üzerindeki benzer etkileriyle ilişkilidir. Bununla birlikte bu iki temanın yine benzer bir şekilde tavsiye temasıyla en yoğun (3px) ilişki içerisinde olduğu görülmektedir. Diğer bir deyişle, otantik ve hayranlık uyandıran deneyimler yaşayan turistlerin tavsiye etme davranışı göstermesi beklenmektedir. Şekil 4'te yer alan diğer temalara bakıldığında ise tüm temalar arasında karşılıklı ilişki olduğu görülmektedir.

Tema Bazlı Ziyaretçi Yorumları

Ziyaretçi yorumlarından türetilen veriler doğrultusunda oluşturulan kelime bulutu, temalara ilişkin alt kodlar ve bu kodların frekansları ile temalar arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir. Ayrıca her bir temanın literatürle olan ilişkisi ve örnek alıntılar da değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda her bir temanın teorik altyapısı ve literatürle olan ilişkisini ele alan değerlendirmeler aşağıda sunulmuştur.

Otantiklik

Otantiklik; özgün, orijinal, samimi, hakiki gibi sözcüklerle eş anlamlı olarak da kullanılmaktadır (Taylor, 2001, s. 15). Bu bağlamda Seyfi vd. (2020, s. 9) otantikliğin, turizm deneyimine etki eden önemli bir unsur olduğunu belirtmiştir. Chhabra vd. (2003, s. 703) ise otantiklik kültür turizmi için temel gerekliliklerinden biri olduğuna işaret etmiştir. Dolayısıyla otantiklik, destinasyonların sahip oldukları özgün kaynaklarla turist deneyimini zenginleştirme veya unutulmaz deneyim sağlama gibi açılardan katkı sağlayan bir özelliktir. Akdamar Kilisesi ve Akdamar Adası'nın otantikliğine yönelik yapılan örnek yorumlar ise şu şekildedir;

“Olağanüstü taş kabartma işçiliğiyle, Anadolu'da nesli tükenen hayvan figürleriyle, dini motifler büyüleyici. Hele bunun yaklaşık bin yıl önce yapılmış olması ayrı bir hayranlık uyandırıyor, mutlaka ziyaret edilmeli.”

“Taş işçiliği, mimarisi, dini anlatımı ve konumu ile bir başeser. Gidipte etkilenmemek mümkün değil.”

Otantiklik teması altında konunun açıklanmasına aracılık edecek ve tema ile ilişkili “mimari, yapı, atmosfer, otantik, ambiyans, tarihi doku, estetik, motif, figür, cephe, dekorasyon, fresk, süsleme, kabartma, sanat, (sanat) eseri” sözcükleri kodlanmıştır. Örnek alıntılar ve kodlanan sözcükler ise Seyfi vd. (2020), Saleem & Umar (2023) ve Gürsoy vd. (2022) gibi araştırmacılar tarafından kültür turizminin yapıldığı destinasyonlarda otantiklikle ilgili yaptıkları araştırmaların sonuçları göz önünde bulundurulduğunda ise bu araştırmaların sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir.

Hayranlık (Derin Etkilenme)

Pine ve Gilemore'un (2011) ekonomik değer dizisine göre günümüz tüketicileri veya turistlerinin deneyime odaklandığını belirtmektedir. Turizm açısından bakıldığında ise deneyim; duygusal, bilişsel (Demirel, 2020, s. 67), duyuşsal (Atasoy, 2025, s. 146) davranışsal ve ilişkisel (Schmitt, 1999, s. 53) boyutlar altında ele alınmaktadır. Duygusal boyut altında yer alan ve ingilizce literatürde “awe” olarak adlandırılan hayranlık (derin etkilenme), bir destinasyonun kültürel miras ile ilgili kaynaklarından etkilenme ve hayranlık duyma hissini ifade etmektedir (Gürsoy vd., 2022, s. 14). Bununla birlikte hayranlık (derin etkilenme) duygusu; bireyin çevresinde bulunan alan ile daha güçlü bağ kurmasını kolaylaştırma, deneyimi zenginleştirme, destinasyonda yaşadığı deneyimi unutulmaz kılma veya tekrar ziyaret niyetini tetikleme gibi özelliklere sahiptir (Coghlan vd., 2012, s. 1711). Bu bağlamda hayranlık (derin etkilenme) duygusu ile ilgili Akdamar Kilisesi ve Akdamar Adası'na yönelik olarak yapılan örnek yorumlar şu şekildedir;

“Depremlerde zarar gördüğü halde yıkılmadan ayakta duran muazzam eser...”

“Van'ın Ayasofya'sı. Akdamar adası, adadaki tavşanlar, adadan Van manzarası, kilisenin üzerindeki işlemler... Hepsi o kasar mistik bir ortam yaratmış ki Van'a gidip burayı görmeden geri gelmek olmaz.”

“Van denizinin masmavi suları üzerindeki keyifli bir yolculuktan sonra varacağınız harikulade bir ada ve üzerinde bulunan büyüleyici bir kilise sizi karşılayacak.”

Akdamar Kilisesi ve Akdamar Adası ile ilgili yapılan yorumlar incelendiğinde hayranlık (derin etkilenme) teması ile ilgili çok sayıda ifadenin paylaşıldığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda hayranlık (derin etkilenme) teması ile ilgili olarak *“muhteşem, muazzam, harika, şahane, mistik, heyecan verici, büyüleyici, büyüli, fevkalade, güzel, cennet (köşesi, gibi), eşsiz, benzersiz”* kodlamaları yapılmıştır. Söz konusu kodlar ise yukarıda verilen tanımlamalardan yola çıkarak yapılmıştır. Bununla birlikte kodlamalar ve oluşan temalar bir bütün halinde ele alındığında ise araştırma sonuçlarının Gürsoy vd. (2022, s. 14-15), Farber ve Hall (2007, s. 248) ve Wang ve Lyu (2019, s. 106) gibi araştırmacılar tarafından gerçekleştirilen çalışmaların sonuçlarıyla benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Flora ve Fauna

Doğal çevre, yaban hayatı, endemik bitkiler gibi çevresel kaynaklar turizm için önemli çekicilik unsurlarıdır. Bu kapsamda vahşi yaşam alanları (Rizzolo, 2023), orman, ağaç veya bitki türleri çeşitliliği (Hall vd., 2011, s. 309), kuş gözlem alanları (Çakar & Uzut, 2021), önemli kaynaklar olarak görülmektedir. Dolayısıyla flora ve fauna birbiriyle iç içedir ve bir bütün halinde değerlendirilmektedir. Flora ve fauna, destinasyonlar için hem çekicilik unsuru olmakta hem de bu alanlarda bulunan çeşitliliğin korunması için farkındalığın oluşmasına ve aksiyonların alınmasını desteklemektedir (Stork & Samsway, 1995, s. 453; Hall vd., 2011, s. 309). Söz konusu etkilerin yanında turistler açısından ilginç, farklı, sıradışı olarak algılanan flora ve faunanın turist deneyimi üzerinde de etki yarattığı söylenebilir. Bu bağlamda Curtin (2009) flora ve faunanın sadece mekân ile ilişkili olmadığını belirtmektedir. Ayrıca flora ve faunanın mekânın ötesine geçerek bireyin zaman algısının dışına çıkması, kendini ayrıcalıklı hissetmesi ve (doğaya) hayranlık duyma gibi tepkilerin tetiklenmesine de aracılık ettiğini vurgulamıştır (Curtin, 2009, s. 451). Flora ve fauna teması ile ilgili Akdamar Kilisesi ve Akdamar Adası'na yönelik olarak yapılan örnek yorumlar şu şekildedir;

“Ada tam bir doğa harikası, bir kuş cenneti.”

“Van'dan geçip Gevaş ilçesinde feribota biniyorsunuz dağdan manzara harika. Bir tarafta martılar diğer tarafta kertenkele, kaplumbağa ve manzara da bambaşka. Gidip görmekte fayda var”

“Nefis bir tekne yolculuğu sizi 25 dakikada adaya ulaştıracak. Ada'nın yerlileri olan martılar ve tavşanlar sizi karşılayacak.”

“Doğa severler için adayı ziyaret etmek için en uygun dönem, badem ağaçlarının pembe ve beyaz çiçeklerle açtığı nisan ayıdır. Ayrıca ada, tavşanlara da ev sahipliği yapmaktadır.”

Ziyaretçi yorumları, Akdamar Kilisesi ve Akdamar Adası deneyiminde flora ve faunanın önemli bir çekicilik unsuru olarak algılandığını göstermektedir. Bu bağlamda flora ve fauna teması ile ilgili olarak *“badem ağacı, doğal güzellik, doğal çevre, tavşanlar, kaplumbağalar ve martılar”* şeklinde kodlamalar yapılmıştır. Flora ve fauna ile ilgili kodlar literatürden yola çıkarak çalışma alanı kapsamında oluşturulmuştur. Bununla birlikte Curtin (2009, s. 451) ve Upadhyay (2020, s. 81) gibi araştırmacılar da flora ve faunanın deneyim üzerindeki etkilerini benzer şekilde açıklamışlardır.

Çevre Koruma ve Restorasyon

Kültürel miras, mimari unsurlar, inançla ilgili yapılar, gastronomi, flora ve fauna gibi özelliklere arz açısından bakıldığında stratejik ve önemli turist çekim kaynakları olarak görülmektedir. Bu kapsamda destinasyonun var olan çekiciliğinin korunması için (Nocca, 2017, s.

1882) sürdürülebilirlik ilkeleri çerçevesinde koruma ve restorasyon çalışmaları yürütülmektedir. Zira ziyaretçilerin motivasyonlarının anlaşılması destinasyon yönetiminde çevresel farkındalığın oluşmasına ve aksiyonların alınmasına aracılık etmektedir (Hall vd., 2011, s. 319). Araştırma alanı açısından bakıldığında Akdamar Adası içerisinde yerleşim bulunmamakta ve sadece Akdamar Kilisesi bulunmaktadır. Ancak ziyaretçilerin adaya giriş işlemlerinin yapılması ve yine ziyaretçilerin ada içerisindeki yiyecek-içecek, hediyelik eşya, lavabo gibi ihtiyaçlarının karşılanabilmesi için görece küçük yapılar da sonradan inşaa edilmiştir. Doğal çevre dışında Akdamar Kilisesi, Hristiyanlık için önemli bir kilisedir. Aktif olarak kullanılmayan ancak özel ayinlerin gerçekleştirildiği Akdamar Kilisesi'nde 2024 yılında 12. ayın gerçekleşmiştir (Varol, 2024). Bu açıdan bakıldığında ise kilisenin halen aktif olarak inanç turizmi ve köken turizmi gibi amaçlarla da ziyaret edildiği söylenebilir. Öte taraftan Akdamar Kilisesi, Ermeni mimarisini yansıtan önemli eserlerden biridir. Bu özelliği nedeniyle de Ermenistan'dan birçok ziyaretçi kabul etmektedir. Dolayısıyla çevre koruma ve restorasyonla ilgili olarak yapılan değerlendirmelerde sadece ada ve kilise vurgulanmıştır. Çevre koruma ve restorasyon teması ile ilgili Akdamar Kilisesi ve Akdamar Adası'na yönelik olarak yapılan örnek yorumlar şu şekildedir;

“Gördüğüm en iyi korunmuş antik kiliselerden biri.”

“...restorasyonu gayet doğal güzel yapılmış gidilmesi gezilmesi gereken bir yer.”

“Güzel bir tekne yolculuğu sonrası ulaştığımız Akdamar adasında badem ağaçları arasından yürüyerek ulaştığımız Kilise çok değişik...”

Yukarıda yer alan örnek yorumlar incelendiğinde çevre koruma ile adanın genel çevresine ait doğal çevre, bitki ve hayvan çeşitliliğine ait yorumlar yapıldığı görülmektedir. Koruma ve restorasyonla ilgili olarak ise Akdamar Kilisesi ile ilişkili konular vurgulanmıştır. Bu bağlamda çevre koruma ve restorasyon teması ile ilgili olarak *“koruma, korunma, restore, restorasyon, muhafaza”* kodlamaları yapılmıştır. Çevre koruma ve restorasyon konuları sürdürülebilirliğe katkı sağlarken sürdürülebilir turizm içerisinde de önemli bir yer alan kültür turizmini desteklemektedir (Csapo, 2012, s. 224). Bu bağlamda Teijgeler (2006, s. 133), Weiss ve Connelly (2019, s. 1), Baykan (2007, s. 30) gibi birçok araştırmacı tarafından çevre koruma ve restorasyon farklı alanlarda ve sürdürülebilirliğe sağladığı farklı boyutlarıyla işaret edilmiştir. Araştırma bulguları ise yine benzer şekilde çevre koruma ve restorasyonun önemine işaret etmektedir.

Manzara

Manzara, estetik algısı içerisinde bulunan önemli bir bileşendir (Briby, 2015, s. 369). Daha detaylı incelendiğinde ise manzaranın, estetikten duyulan haz duygusu ile yoğun bir ilişki içerisinde olduğu vurgulanmaktadır (Qiu vd., 2018, s. 871). Dolayısıyla manzara, turist motivasyonu ve memnuniyeti üzerinde etkili olacak bir araçtır. Ancak bu durum destinasyona ve turizm türüne bağlı olarak değişiklik gösterebilir. Örneğin Norveç'te bulunan Lofoten Adalarını ziyaret eden turist motivasyonlarını tespit etmek amacıyla yürütülen çalışmada manzaranın başlıca çekim unsurunu olduğu tespit edilmiştir (Kaltenborn vd., 2019, s. 5). Öte yandan manzara ve destinasyon tanıtım materyallerinde kullanılan manzara fotoğrafları (Mackay & Fesenmeier, 1997, s. 537) veya turistler tarafından sosyal medyada paylaşılan manzara fotoğrafları destinasyonun imajının oluşmasına veya şekillenmesine etki etmektedir. Bu bağlamda manzara teması ile ilgili Akdamar Kilisesi ve Akdamar Adası'na yönelik olarak yapılan örnek yorumlar şu şekildedir;

“Özellikle kışın, göl karla kaplı dağlarla çevriliyken manzara büyüleyici.”

“Kilise ardından seyir terasından göl, dağ ve şehir manzarasına da zaman ayırabilirsiniz.”

“Bir yandan çiçeğe bürünmüş ağaçlar ve karşıda karla kaplı Artos dağı muhteşem bir manzara oluştuyordu.”

Akdamar Kilisesi ve Akdamar Adası ile ilgili manzara teması bağlamında yapılan yorumlar incelendiğinde net ve açık bir şekilde manzara kelimesine yer verildiğine yönelik çok sayıda ifadenin paylaşıldığı tespit edilmiştir. Ziyaretçi yorumları, manzaranın turist deneyimini güçlendiren temel biri olduğunu ortaya koymaktadır.

Tavsiye

Tavsiye konusunun tüketiciler açısından kritik bir öneme sahiptir. Bu bağlamda söz konusu tavsiyeler ürün veya hizmet alım kararı üzerinde etkili olmaktadır (Chen, 2012, s. 345). 21. yüzyılda tüketiciler hala geleneksel yöntemlerle yapılan ağızdan kulağa (WOM) tavsiyeleri değerlendirmektedir. Ancak teknolojik gelişmeler doğrultusunda elektronik ortamlarda paylaşılan tavsiyeler de (E-WOM) değerlendirilmektedir. Bu kapsamda tüketicinin çevresinde araştırdığı ürünü daha önce kullanan başka birinin olmaması durumunda elektronik ortamda yapılan yorumların daha kıymetli bir hal aldığı düşünülebilir. Turizm sektörü açısından bakıldığında ise turistik ürünlerin üretildiği yerde tüketilme (Hacıoğlu, 2000, s. 42) özelliğinden dolayı satın alım kararı öncesinde değerlendirilen tavsiyeler daha önemli olmaktadır. Bu bağlamda tavsiye teması ile ilgili Akdamar Kilisesi ve Akdamar Adası'na yönelik olarak yapılan örnek yorumlar şu şekildedir;

“Akdamar... Kelimelere sığmazsın güzel ülkemizin görülmesi gereken en özel yerlerinden biri...”

“Hikâye çok ilgi çekici ve trajik, mutlaka gidilmeli ve görülmelidir. Şiddetle tavsiye ederim ama mutlaka yazın gidin.”

“Kesinlikle görülmesi gereken bir yer. Kış vakti gittiğinizde karlı dağlarla kaplı göl manzarası sizi bekleyecektir. Badem ağaçlarının baharda açmasıyla çok daha farklı güzel bir manzara olacaktır eminim.”

Akdamar Kilisesi ve Akdamar Adası ile ilgili tavsiye teması bağlamında yapılan yorumlar incelendiğinde net ve açık bir şekilde tavsiye verildiğine yönelik çok sayıda ifadenin paylaşıldığı tespit edilmiştir. İncelenen yorumlarda verilen tavsiyeler, bölgeye gidilmesi yönünde içeriklerden oluşmaktadır. Ayrıca tavsiyeler; gidilmesi gereken mevsim, tarih veya saat aralıkları, dikkat edilmesi gereken noktalar, görülmesi gereken alanlar gibi farklı detayları da içermektedir. Bununla birlikte turizm literatüründe tavsiye konusunun benzer şekilde Weerasinghe ve Biyiri (2024, s. 221-222), Aylan ve Kaya (2020, s. 499), Soylu (2024, s. 2031-2032) gibi araştırmacıların yürütmüş olduğu nitel veya nicel araştırma bulgularıyla desteklendiği görülmektedir.

Sonuç

Turist deneyiminin zenginleştirilmesi, memnuniyet düzeyi, ziyaretçi sayısı ve turizm gelirlerinin artırılması turizm destinasyonlarının temel hedefleri arasında yer almaktadır. Destinasyonun başarısının artırılması için turist deneyimine etki eden faktörlerin doğru bir şekilde belirlenmesi gerekmektedir. Söz konusu belirleme süreci, destinasyonda bulunan tüm paydaşları ilgilendirmektedir. Bu nedenle turist deneyiminin destinasyon yöneticileri tarafından sürekli olarak izlenmesi ve göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Araştırma alanı olan Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi ile ilgili olarak incelenen 2800 kullanıcı yorumu sonucunda *“Otantiklik, Hayranlık (Derin Etkilenme), Tavsiye, Flora ve Fauna, Çevresel Koruma ve Restorasyon ve Manzara”* temalarının ortaya çıktığı görülmüştür. Dolayısıyla Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi'nin turistler tarafından yüksek düzeyde otantik olarak algılandığını göstermektedir. İyi korunmuş yapısı ile hayranlık yaratıcı mimari ve çevresel unsurları barındırmaktadır. Ayrıca memnuniyet veya unutulmaz deneyim sağlayarak diğer turistlerin de ziyaret edebilmesi için tavsiye edildiği söylenebilir.

Araştırma sonucunda ortaya çıkan ve deneyim üzerinde en önemli etkiye sahip temalardan olan otantiklik, destinasyonlar için ayırt edici niteliklerden biridir. Bu nedenle destinasyonların otantikliklerini kültür turizmi açısından ele alan araştırmalar yürütülerek konu daha net bir şekilde

açıklanmaya çalışılmaktadır. Bu bağlamda yürütülen güncel araştırmalar incelendiğinde ise Saleem ve Umar (2023, s. 280) Asya kıtasında bulunan 14 müzeye ait yorumlarda otantiklikle ilişkili olarak mimari öğeler ve binaların öne çıktığını belirtmektedir. Seyfi vd. (2020, s. 9) ise Paris'in otantik olarak algılanmasında; yaşayan tarih ve kültürel miras, genel mimari ve yapıların etkisi, iç mekân tasarımı gibi öğelerin vurgulandığını belirtmiştir. Gürsoy vd. (2022, s. 10-11) ise İstanbul'un kültür turizmi ile ilgili kullanıcı yorumlarını inceledikleri araştırmada otantikliğin atmosfer, zanaatkarlık, sokaklar ve Türk hamamları gibi öğelerle ilişkili olduğunu vurgulamışlardır. Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesiyle ilişkili olarak ortaya çıkan otantiklik temasına ait bulgular ise bu araştırmaların sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir.

Destinasyon yöneticileri ve paydaşları; turistlerin, destinasyonlarda unutulmaz deneyimler yaşamalarını istemektedirler. Çünkü unutulmaz deneyimin memnuniyet ve sadakat ile ilişkisi bulunmaktadır (Kim vd., 2010, s. 637; Manthiou vd., 2016, s. 362). Unutulmaz deneyim sağlanması noktasında ise ortaya çıkan önemli boyutlardan biri derin etkilenme veya hayranlık duymadır. Ancak hayranlık (derin etkilenme) teması turizm literatüründe çok fazla araştırılmayan (Coghlan vd., 2012, s. 1711; Gürsoy vd., 2022, s. 15) bir konu olmakla birlikte bu araştırmayı farklı ve önemli kılan noktalardan biridir. Yürütülen önceki çalışmalar incelendiğinde Wang ve Lyu (2019, s. 106) hayranlık (derin etkilenme) konusunun etkileyici doğa olayları, görkemli tarihî yapılar, kutsal-dini figürler ya da zarif sanat eserleri gibi pek çok uyarıcı tarafından tetikleneceğine işaret etmektedir. Bununla birlikte Gürsoy vd. (2022, s. 14) "*olağanüstü, görkemli, harika, hayranlık uyandıran, etkileyici, şaşırtıcı, mükemmel, gurur verici, zekice tasarlanmış, büyüleyici, nefes kesici, ilgi çekici, inanılmaz, çarpıcı, muhteşem, kusursuz, göz alıcı, olağanüstü güzel, müthiş, etkisi altında bırakan, ihtişamlı, büyüleyici ve mistik*" gibi sıfat ya da kelimelerin turist deneyiminde hayranlık (derin etkilenme) ile ilişkili olduğunu vurgulamıştır. Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesiyle ilişkili olarak yorumlardan kaynaklı olarak ortaya çıkan kodlara bakıldığında ise benzer sıfat ya da sözcüklere yer verildiği görülmektedir.

Destinasyonların sahip olduğu kültürel değerler ile flora-fauna çeşitliliği ve manzara gibi sıra dışı nitelikler, turizmin gelişimine önemli katkılar sağlamaktadır. Bu çerçevede, flora ve faunanın hem kültür turizmi deneyimini zenginleştirdiği hem de kültür turizmiyle kesişen doğa temelli turizm türlerinin çekiciliğini artırdığı söylenebilir. Çünkü flora ve fauna aracılığıyla iyi hissetme hali, doğayla bütünleşme, zihinsel dinginlik, ruhsal doyum (Curtin, 2009, s. 457-468) gibi birçok duygu tetiklenebilmektedir. Öte yandan kültürel öğeler veya doğal kaynakların bulunduğu alanların manzarası hem motivasyon hem de turist deneyimi üzerinde etkili olacaktır (Kaltenborn vd., 2019, s. 5). Söz konusu kaynakların varlığı ise bölgede turizmin gelişmesine, var olan kaynakların korunabilmesi için çevresel farkındalığın oluşmasına ve dolayısıyla bunlara ilişkin doğru aksiyonların alınmasına aracılık edecektir (Stork & Samsway, 1995, s. 459-462; Hall vd., 2011, s. 319). Bununla birlikte temalar aracılığıyla bahsedilen niteliklere sahip olan ve iyi yönetilen destinasyonların farklı ziyaretçiler tarafından tavsiye edilmesi olasıdır. Akdamar Adası ve Akdamar Kilisesi deneyimiyle ilişkili olarak ortaya çıkan ve Şekil 1 ve Şekil 2'de sunulan tüm temalar bir arada incelendiğinde ise bu temaların birbirleriyle ilişkili olduğu, ayrıca tamamının turist deneyimi üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

Sektörel açıdan değerlendirildiğinde ise ortaya çıkan temaların destinasyon pazarlamasında kullanılması olasıdır. Diğer taraftan Akdamar Kilisesinin Ermeni mimarisini yansıtan en önemli kaynaklardan biri olması dolayısıyla Ermenistan pazarıyla çalışan seyahat acentaları bu öğeleri de pazarlama unsuru olarak kullanabilir.

Araştırma sonuçlarıyla birlikte gelecekteki araştırmalar için de çeşitli öneriler sunulmuştur. Konu ile ilgili benzer araştırmalar yerli ve yabancı ziyaretçiler ya da belirli bir pazar özelinde gerçekleştirilebilir. Araştırma alanıyla ilişkili yapılan araştırmalar incelendiğinde bu çalışmaların ağırlıklı olarak nitel araştırma yöntemleri kullanılarak yapıldığı görülmüştür. Benzer araştırmaların

nicel veya karma araştırma yöntemleri kullanılarak yapılması da literatüre anlamlı katkı sağlayacaktır.

References

- Akehurst, G. (2009). User generated content: The use of blogs for tourism organisations and tourism consumers. *Service Business*, 3(1), 51-61. <https://doi.org/10.1007/s11628-008-0054-2>
- Akkuş, G., & Güllüce, A. C. (2016). Effect of memorable tourism experiences to destination competitiveness: Winter tourist-oriented research. *American International Journal of Social Science*, 5(4), 65-84.
- Alaeddinoğlu, F., & Okudum, R. (2015, 21-23 Mayıs). *Van'da alternatif bir turizm çeşidi inanç turizmi ve Akdamar Kilisesini ziyaret eden turistlerin beklentileri [Bildiri sunumu]*. Coğrafyacılar Derneği Uluslararası Kongresi, Ankara, Türkiye.
- Altunel, M. C., & Erkurt, B. (2015). Cultural tourism in Istanbul: The mediation effect of tourist experience and satisfaction on the relationship between involvement and recommendation intention. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(4), 213-221. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.06.003>
- Aslan, H., & Kıykaç, B. (2025). Van-Akdamar Adası ve Kilisesi ziyaretçi deneyimleri üzerine netnografik bir araştırma: Tripadvisor örneği. *Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 25-37. <https://doi.org/10.30625/ijctr.1662241>
- 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>
- Aylan, S., & Kaya, İ. (2020). Bir hüzn turizmi destinasyonu olarak Ulucanlar Cezaevi Müzesi ziyaretçilerinin elektronik yorumlarının içerik analizi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), <https://doi.org/488-504>. 10.26677/TR1010.2020.325
- Baker, P. R. (1986). Natural area destinations: The Moroccan experience. *Tourism Management*, 7(2), 129-131. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(86\)90024-5](https://doi.org/10.1016/0261-5177(86)90024-5)
- Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 30-49.
- Chen, H. (2012). The impact of comments and recommendation system on online shopper buying behaviour. *Journal of Networks*, 7(2), 345-350. <https://doi.org/10.4304/jnw.7.2.345-350>
- Chen, H., & Rahman, I. (2018). Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty. *Tourism Management Perspectives*, (26), 153-163. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.10.006>
- Chhabra, D., Healy, R., & Sills, E. (2003). Staged authenticity and heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 702-719. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00044-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00044-6)
- Chon, K. S., & Evans, M. R. (1989). Tourism in a rural area - a coal mining-county experience. *Tourism Management*, 10(4), 315-321. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(89\)90010-1](https://doi.org/10.1016/0261-5177(89)90010-1)
- Coghlan, A., Buckley, R., & Weaver, D. (2012). A framework for analysing awe in tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1710-1714. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.03.007>
- Cooper, C. P., & Ozdil, I. (1992). From mass to 'responsible'tourism: The Turkish experience. *Tourism Management*, 13(4), 377-386. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(92\)90005-R](https://doi.org/10.1016/0261-5177(92)90005-R)
- Cox, C., Burgess, S., Sellitto, C., & Buultjens, J. (2009). The role of user-generated content in tourists' travel planning behavior. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(8), 743-764. <https://doi.org/10.1080/19368620903235753>

- Csapo, J. (2012). The role and importance of cultural tourism in modern tourism industry. M. Kasimoğlu & H. Aydın (Eds.), *Strategies For Tourism Industry-Micro and Macro Perspectives*, (1st edition, pp. 201-212). IntechOpen.
- Curtin, S. (2009). Wildlife tourism: The intangible, psychological benefits of human–wildlife encounters. *Current Issues in Tourism*, 12(5-6), 451-474. <https://doi.org/10.1080/13683500903042857>
- Çakar, K., & Uzut, İ. (2021). Exploring birdwatchers' experiences through an analysis of online narratives. J. N. Albrecht (Ed.), *Managing visitor experiences in nature-based tourism* (pp. 109-117). CABI.
- Çetin, G., & Bilgihan, A. (2015). Components of cultural tourists' experiences in destinations. *Current Issues in Tourism*, 19(2), 137-154. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.994595>
- Demirel, E. Ü. (2020). Yabancı turistlerin unutulmaz turizm deneyimleri üzerine netnografik bir inceleme: Gelibolu Yarımadası örneği. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 9(1), 67-90.
- Eban, F. (2025 15-17 Mayıs). Van ili Akdamar Adası'na yönelik yapılan yabancı ziyaretçi yorumlarının değerlendirilmesi [Bildiri sunumu]. 9. Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresi, Bitlis, Türkiye.
- Farber, M. E., & Hall, T. E. (2007). Emotion and environment: Visitors' extraordinary experiences along the Dalton Highway in Alaska. *Journal of Leisure Research*, 39(2), 248-270. <https://doi.org/10.1080/00222216.2007.11950107>
- Frías-Jamilena, D. M., Del Barrio-García, S., & López-Moreno, L. (2013). Determinants of satisfaction with holidays and hospitality in rural tourism in Spain: The moderating effect of tourists' previous experience. *Cornell Hospitality Quarterly*, 54(3), 294-307. <https://doi.org/10.1177/1938965512466587>
- Grand View Research. (2025). *Heritage Tourism Market Size, Share & Trends Analysis Report By Type (Cultural Heritage, Natural Heritage, Intangible Heritage), By Age Group, By Booking Mode, By Region, And Segment Forecasts, 2025 – 2030*. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/heritage-tourism-market-report>
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2014). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- 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>
- Hacıoğlu, N. (2000). *Turizm pazarlaması*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Hall, C. M., James, M., & Baird, T. (2011). Forests and trees as charismatic mega-flora: Implications for heritage tourism and conservation. *Journal of Heritage Tourism*, 6(4), 309-323. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2011.620116>
- 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>
- Kalay, H. A., & Yıldız, S. (2017). Akdamar Anıt Müzesi'nin (Kilisesi) tarihsel süreçleri ve kültürel miras turizmi açısından önemi. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 121-136.
- Kaltenborn, B. P., Kaltenborn, E. F., & Linnell, J. D. (2019). It's all about the scenery. *Arctic*, 72(1),

- 1-12. <https://doi.org/10.14430/arctic67944>
- Kay, P. L. (2009). Cultural experience tourist motives dimensionality: A cross-cultural study. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(4), 329-371. <https://doi.org/10.1080/19368620802590217>
- Kay Smith, M., Pinke-Sziva, I., Berezvai, Z., & Buczkowska-Gołąbek, K. (2022). The changing nature of the cultural tourist: Motivations, profiles and experiences of cultural tourists in Budapest. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 20(1-2), 1-19. <https://doi.org/10.1080/14766825.2021.1898626>
- Kaya, F., Cankül, D., & Demirci, B. (2013). Türkiye'nin önemli inanç turizmi merkezlerinden biri: Akdamar Kilisesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2013(1), 13-24.
- Kim, J. H., Ritchie, J. R., & Tung, V. W. S. (2010). The effect of memorable experience on behavioral intentions in tourism: A structural equation modeling approach. *Tourism Analysis*, 15(6), 637-648. <https://doi.org/10.3727/108354210X12904412049776>
- Kokkranikal, J., & Carabelli, E. (2024). Gastronomy tourism experiences: the cooking classes of Cinque Terre. *Tourism Recreation Research*, 49(1), 161-172. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1975213>
- Konstantakis, M., Alexandridis, G., & Caridakis, G. (2020). A personalized heritage-oriented recommender system based on extended cultural tourist typologies. *Big Data and Cognitive Computing*, 4(2), 12. <https://doi.org/10.3390/bdcc4020012>
- Kömürcü, A. G. S., Sarıbaş, A. G. Ö., & Güler, M. E. (2016). Kültürel farklılıkların ziyaretçi algılarına etkisi: Van-Akdamar örneği. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (2), 157-169.
- Krippendorff, K. (2013). *Content analysis: An introduction to its methodology* (3rd ed.). Sage.
- Landis, J. R., & Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33(1), 159-174. <https://doi.org/10.2307/2529310>
- Li, Y. (2000). Ethnic tourism: A Canadian experience. *Annals of tourism research*, 27(1), 115-131. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00053-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00053-5)
- Lu, W., & Stepchenkova, S. (2015). User-generated content as a research mode in tourism and hospitality applications: Topics, methods, and software. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24(2), 119-154. <https://doi.org/10.1080/19368623.2014.907758>
- MacKay, K. J., & Fesenmaier, D. R. (1997). Pictorial element of destination in image formation. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 537-565. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00011-X](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00011-X)
- Manning, F. E. (1982). The Caribbean experience. *Cultural Survival Quarterly*, 6(3), 13-14.
- Manthiou, A., Kang, J., Chiang, L., & Tang, L. (2016). Investigating the effects of memorable experiences: An extended model of script theory. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(3), 362-379. <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1064055>
- McHugh, L. M. (2012). Interrater reliability: The Kappa statistic. *Biochemia Medica*, 22(3), 276-282.
- McKercher, B., & Du Cros, H. (2003). Testing a cultural tourism typology. *International Journal of Tourism Research*, 5(1), 45-58. <https://doi.org/10.1002/jtr.417>

- Nocca, F. (2017). The role of cultural heritage in sustainable development: Multidimensional indicators as decision-making tool. *Sustainability*, 9(10), 1882. <https://doi.org/10.3390/su9101882>
- Özel, Ç. H., & Kozak, N. (2012). Motive based segmentation of the cultural tourism market: A study of Turkish domestic tourists. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 13(3), 165-186. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2012.645199>
- Özkan, B. İ. (2024). Van'ın Hristiyanlık temelinde inanç turizmi destinasyonu olarak geliştirilmesine yönelik profesyonel turist rehberlerinin görüşleri. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 7(2), (406-424). <https://doi.org/10.33083/joghat.2024.410>
- Palmer, C. A. (1994). Tourism and colonialism: The experience of the Bahamas. *Annals of tourism Research*, 21(4), 792-811. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90084-1](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90084-1)
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy*. Harvard Business Press.
- Qiu, M., Zhang, J., Zhang, H., & Zheng, C. (2018). Is looking always more important than listening in tourist experience?. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(7), 869-881. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1445064>
- Reisinger, Y. (1994). Tourist—host contact as a part of cultural tourism. *World Leisure & Recreation*, 36(2), 24-28. <https://doi.org/10.1080/10261133.1994.9673910>
- Richards, G. (1996). *Cultural tourism in Europe*. CABI.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, (36), 12-21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Richards, G., King, B., & Yeung, E. (2020). Experiencing culture in attractions, events and tour settings. *Tourism Management*, (79), 104104. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104104>
- Rizzolo, J. B. (2023). Wildlife tourism and consumption. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(5), 1181-1194. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1957903>
- Ryu, K., & Han, H. (2011). New or repeat customers: how does physical environment influence their restaurant experience?. *International Journal of Hospitality Management*, 30(3), 599-611. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.11.004>
- Saleem, S., & Umar, R. M. (2023). A netnography study on memorable cultural tourism experiences: Insights from Asian cultural heritage site tourists. *Journal of Promotion Management*, 29(2), 280-303. <https://doi.org/10.1080/10496491.2022.2143990>
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1-3), 53-67. <https://doi.org/10.1362/026725799784870496>
- Sert, A. N. (2019). Kültür turistlerinin seyahat motivasyonları ve turist tipolojisine göre karşılaştırılması: Kapadokya bölgesinde yerli turistler üzerine bir araştırma. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (20), 531-556.
- Seyfi, S., Hall, C. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2020). Exploring memorable cultural tourism experiences. *Journal of Heritage Tourism*, 15(3), 341-357. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2019.1639717>
- Simeon, M. I., Buonincontri, P., Cinquegrani, F., & Martone, A. (2017). Exploring tourists' cultural experiences in Naples through online reviews. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 8(2), 220-238. <https://doi.org/10.1108/JHTT-10-2016-0067>

- Soylu, B. Ç. (2024). Efes Deneyim Müzesi ziyaretçi yorumlarının unutulmaz müze deneyimi ve davranışsal niyetler kapsamında incelenmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(3), 2030-2048. <https://doi.org/10.21325/jotags.2024.1474>
- Stork, N. E., & Samsway, M. J. (1995). Inventorying and monitoring of biodiversity. V. H. Heywood (Ed.), *Global biodiversity assessment* (pp. 453-544). Cambridge University Press/UNEP.
- Subaşı, A., & Serçek, G. Ö. (2025). Van Akdamar Adası'nın destinasyon imajı'nın çevrimiçi ziyaretçi yorumları açısından incelenmesi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (Van Gölü Havzası Özel Sayısı), 269-280. <https://doi.org/10.53568/yyusbed.1662729>
- Sun, S., Tong, K. T., & Law, R. (2017). Chinese hotel guest perception of international chain hotels under the same hotel brand in different travel destinations: The cases of intercontinental and Sheraton. *Journal of Vacation Marketing*, 23(2), 172-188. <https://doi.org/10.1177/1356766715614344>
- Surdo, G. L. (1987). Farm tourism: making use of the experience. *Vita in Campagna*, 5(12), 77-79.
- Taylor, J. P. (2001). Authenticity and sincerity in tourism. *Annals of tourism research*, 28(1), 7-26. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00004-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00004-9)
- Teijgeler, R. (2006). Preserving cultural heritage in times of conflict. G. E. Gorman, & S. J. Shep (Eds.), *Preservation management for libraries, archives and museums*, (1st Edition, pp. 133-165). Facet Publishing.
- Timothy, D. J. (2014). Contemporary cultural heritage and tourism: Development issues and emerging trends. *Public Archaeology*, 13(1-3), 30-47. <http://dx.doi.org/10.1179/1465518714Z.000000000052>
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). *Heritage tourism*. Prentice Hall.
- Trigano, G. (1984). Tourism and the environment: the Club Méditerranée experience. *Industry and Environment*, 7(1), 20-21.
- Turizm Ajansı. (2024). *Van 2024'te turist sayısında hedefine ulaştı*. Turizm Ajansı. Retrieved December 10, 2025 from <https://www.turizmajansi.com/haber/van-2024-te-turist-sayisinda-hedefine-ulasti>
- TÜİK. (2024). *Turizm istatistikleri, IV. çeyrek: ekim-aralık ve yıllık, 2024*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-IV.-Ceyrek:-Ekim-Aralik-ve-Yillik,-2024-53660> Erişim Tarihi: 25.11.2025
- Upadhyay, P. (2020). Tourist-host interactions and tourism experiences: A study of tourism experiences and effects in Sikles, Nepal. *The Gaze: Journal of Tourism and Hospitality*, 11(1), 81-106. <https://doi.org/10.3126/gaze.v11i1.26619>
- Varol, M. (2024, Eylül 8). Akdamar Kilisesi'nde yapılan 12. ayin sona erdi. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/yasam/akdamar-kilisesinde-yapilan-12-ayin-sona-erdi/3324538>
- Wang, L., & Lyu, J. (2019). Inspiring awe through tourism and its consequence. *Annals of Tourism Research*, 77, 106-116. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.05.005>
- Wardana, I. M., Sukaatmadja, I. P. G., Yasa, N. N. K., & Astawa, I. P. (2019). Cultural tourism and ecotourism empowerment in the sustainable tourism development and destination competitiveness enhancement. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 10(4

-
- (36)), 753-762. [https://doi.org/10.14505/jemt.v10.4\(36\).06](https://doi.org/10.14505/jemt.v10.4(36).06)
- Weerasinghe, G. B. I., & Biyiri, E. W. (2024). Exploring the tourist perceptions of destination components at the Sigiriya World Heritage Site: A Tripadvisor-based study. *Conservation and Management of Archaeological Sites*, 26(2-3), 207-229. <https://doi.org/10.1080/13505033.2024.2416194>
- Weiss, T. G., & Connelly, N. (2019). Protecting cultural heritage in war zones. *Third World Quarterly*, 40(1), 1-17. <https://doi.org/10.1080/01436597.2018.1535894>
- Yarnal, C. M. (2004). Missing the boat? A playfully serious look at a group cruise tour experience. *Leisure Sciences*, 26(4), 349-372. <https://doi.org/10.1080/01490400490502345>

ETHICAL DECLARATIONS

Research and Publication Ethics

I declare that this article is an original work and was prepared in accordance with the principles of scientific research and publication ethics. The article has not been published elsewhere and is not currently under review by another journal.

All sources used in the study have been cited in accordance with academic standards. I declare that the study does not contain plagiarism, fabrication, falsification, or manipulation of data, and that the research findings have been presented in accordance with the principles of scientific integrity.

Author Contributions

The author single-handedly designed, conducted, and analyzed the study and prepared the report for this article. I have reviewed and approved the final version of the article and agreed to its publication.

Conflict of Interest

I declare that there is no conflict of interest regarding the publication of this manuscript.

Funding

This research did not receive any specific grant, financial support, or funding from any public, commercial, or non-profit funding agencies.

Artificial Intelligence (AI) Usage Disclosure

During the preparation of this manuscript, artificial intelligence tools may have been used solely for limited purposes such as language editing, translation assistance, and stylistic improvement. Any AI-assisted translations or language corrections were carefully reviewed and verified by the author. Artificial intelligence tools were not used to generate the core scientific content, research design, analysis, or scholarly conclusions. All academic responsibility for the content of the manuscript rests entirely with the author.

Copyright and Permissions

I confirm that all necessary permissions for copyrighted materials have been obtained where required and that the manuscript does not violate any intellectual property rights.

Author Approval

I confirm that they have read and approved the final version of the manuscript and consent to its submission and publication.

ETİK BEYANLAR

Araştırma ve Yayın Etiği

Bu makalenin özgün bir çalışma olduğunu ve bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uygun olarak hazırlandığını beyan ederim. Makale daha önce herhangi bir yerde yayımlanmamış olup başka bir dergide değerlendirme sürecinde değildir.

Çalışmada kullanılan tüm kaynaklar akademik kurallara uygun biçimde atıflanmıştır. Çalışmanın intihal, veri uydurma, veri tahrifi veya manipülasyon içermediğini; araştırma bulgularının bilimsel dürüstlük ilkelerine uygun şekilde sunulduğunu beyan ederim.

Yazar Katkısı

Çalışmanın tasarlanması, yürütülmesi, analizi ve makalenin raporlama aşamasını tek başına yürütmüştür. Makalenin son hâlini okuyup onayladım ve yayımlanmasını kabul ettim.

Çıkar Çatışması

Bu makalenin yayımlanmasına ilişkin herhangi bir çıkar çatışması bulunmadığını beyan ederim.

Finansal Destek

Bu araştırma herhangi bir kamu kurumu, ticari kuruluş veya kâr amacı gütmeyen kuruluş tarafından finansal olarak desteklenmemiştir.

Yapay Zekâ Kullanım Beyanı

Makalenin hazırlanması sürecinde yapay zekâ araçlarından yalnızca dil düzenleme, çeviri desteği ve anlatım iyileştirmesi amacıyla sınırlı ölçüde yararlanılmıştır. Yapay zekâ araçları tarafından yapılan çeviri ve dil düzenlemeleri tarafımdan dikkatle kontrol edilmiştir. Yapay zekâ araçları çalışmanın bilimsel içeriğinin, araştırma tasarımının, analizlerinin veya akademik sonuçlarının oluşturulmasında kullanılmamıştır. Makalenin içeriğine ilişkin tüm akademik sorumluluk bana aittir.

Telif Hakları ve İzinler

Telif hakkı gerektiren materyaller kullanılmışsa gerekli izinlerin alındığını ve çalışmanın herhangi bir fikrî mülkiyet hakkını ihlal etmediğini beyan ederim.

Yazar Onayı

Makalenin son hâlini okudum, onayladım ve yayımlanmasını kabul ettiğimi beyan ederim.