



**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN KÜLTÜR
TURİZMİ ALGILARI:
AĞRI İBRAHİM ÇEÇEN ÜNİVERSİTESİNE
FARKLI ŞEHİRLERDEN GELEN ÖĞRENCİLER
ÜZERİNE BİR UYGULAMA**

Mehmet Necati ERKEM

**Yüksek Lisans Tezi
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı
Dr. Öğr. Üyesi Neslihan ÇETİNKAYA
2020
Her Hakkı Saklıdır**

T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANABİLİM DALI

Mehmet Necati ERKEM

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN KÜLTÜR TURİZMİ
ALGILARI: AĞRI İBRAHİM ÇEÇEN ÜNİVERSİTESİNE FARKLI
ŞEHİRLERDEN GELEN ÖĞRENCİLER ÜZERİNE BİR
UYGULAMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ YÖNETİCİSİ
Dr. Öğr. Üyesi Neslihan ÇETİNKAYA

ERZURUM – 2020



TEZ BEYAN FORMU

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddelerine göre hazırlamış olduğum " Üniversite Öğrencilerinin Kültür Turizmi Algıları: Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesine Farklı Şehirlerden Gelen Öğrenciler Üzerine Bir Uygulama " adlı tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Gereğini bilgilerinize arz ederim *.

☐ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

☒ Tezimin/Raporumun makale için **altı ay**, patent için **iki yıl** süreyle erişiminin ertelenmesini istiyorum.

[20.07.2020]

Aslı Islak İmzalıdır.
[M. Necati ERKEM]

*** LİSANSÜSTÜ TEZLERİN ELEKTRONİK ORTAMDA TOPLANMASI, DÜZENLENMESİ VE ERİŞİME AÇILMASINA İLİŞKİN YÖNERGE**

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Çeşitli ve Son Hükümler

Lisansüstü tezlerin erişime açılmasının ertelenmesi **MADDE 6– (1)** Lisansüstü teze ilgili **patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda**, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu **iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.**

(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz **makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış** ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile **altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.**

Gizlilik dereceli tezler MADDE 7– (1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Graduate School of Social Sciences

TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Dr. Öğr. Üyesi Neslihan ÇETİNKAYA danışmanlığında, Mehmet Necati ERKEM tarafından hazırlanan bu çalışma 20 / 07 / 2020 tarihinde aşağıda isimleri yazılı jüri tarafından Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK

İmza: Aslı Islak İmzalıdır.

Jüri Üyesi : Dr. Öğr. Üyesi Neslihan ÇETİNKAYA

İmza: Aslı Islak İmzalıdır.

Jüri Üyesi : Dr. Öğr. Üyesi Adem TÜRKMEN

İmza: Aslı Islak İmzalıdır.

Prof. Dr. Sait UYLAŞ

Enstitü Müdürü

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	IV
ABSTRACT	V
KISALTMALAR DİZİNİ	VI
ŞEKİLLER DİZİNİ	VII
FOTOĞRAFLAR DİZİNİ	VIII
TABLolar DİZİNİ	IX
ÖNSÖZ.....	XIII
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM KÜLTÜR TURİZMİ

1.1. KÜLTÜR VE TURİZM KAVRAMLARININ TANIMI	3
1.2. KÜLTÜR TURİZMİNİN TANIMI VE ÖZELLİKLERİ	5
1.3. KÜLTÜR TURİZMİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ	7
1.4. KÜLTÜR TURİZMİNİN KAYNAKLARI	9
1.5. KÜLTÜR TURİZMİNİN SINIFLANDIRILMASI	11
1.6. KÜLTÜR TURİZMİNİN ETKİLERİ	12
1.6.1. Kültür Turizminin Ekonomik Etkileri	12
1.6.2. Kültür Turizminin Sosyo-Kültürel Çevre Üzerindeki Etkileri.....	13
1.6.3. Kültür Turizminin Fiziksel Çevre Üzerindeki Etkileri	15
1.7. KÜLTÜR TURİZMİNE YÖNELİK YAPILAN ARAŞTIRMALAR.....	17
1.8. KÜLTÜR TURİSTİNİN TANIMI VE ÖZELLİKLERİ.....	21

İKİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR TURİZMİ BAĞLAMINDA AĞRI İLİNİN ÖZELLİKLERİ

2.1. AĞRI İLİNE GENEL BAKIŞ	25
2.2. AĞRI İLİNİN İDARİ YAPISI.....	25
2.3. AĞRI İLİNİN COĞRAFİ YAPISI VE İKLİMİ.....	26
2.4. AĞRI İLİNİN SOSYO-EKONOMİK YAPISI	27
2.5. AĞRI İLİNİN TURİZM POTANSİYELİ	29

2.5.1. Ağrı İlinin Turizm İstatistikleri	30
2.5.2. Ağrı İlindeki Alternatif Turizm Türleri.....	36
2.5.2.1. Kültür Turizmi	38
2.5.2.2. İnanç Turizmi	44
2.5.2.3. Kış ve Dağ Turizmi	47
2.5.2.4. Sağlık Turizmi ve Termal Turizm	50
2.5.2.5. Özel İlgi Turizmi	53
2.5.2.6. Mağara Turizmi	56
2.5.2.7. Av Turizmi	59
2.5.2.8. Yayla Turizmi.....	59
2.5.3. Ağrı İlinde Yapılan Festivaller ve Özel Etkinlikler	61
2.5.4. Ağrı İlinin Gelenek ve Görenekleri.....	64
2.5.5. Ağrı İlinin Yemek Kültürü	68

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN KÜLTÜR TURİZMİ ALGILARI: AĞRI İBRAHİM ÇEÇEN ÜNİVERSİTESİNE FARKLI ŞEHİRLERDEN GELEN ÖĞRENCİLER ÜZERİNE BİR UYGULAMA

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	72
3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	72
3.2.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezlerin Geliştirilmesi.....	72
3.2.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	75
3.2.3. Ön Çalışma	76
3.2.4. Veri Toplama Aracı ve yöntemi.....	76
3.3. BULGULAR VE YORUM	77
3.3.1. Demografik Veriler	77
3.3.2. Ağrı İline İlişkin Algılar.....	79
3.3.3. Verilerin Analize Uygunluğunun Gözden Geçirilmesi	83
3.3.4. Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizi.....	85
3.3.5. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi.....	85

SONUÇ VE ÖNERİLER.....	109
KAYNAKÇA	112
EKLER.....	125
EK 1. ANKET FORMU.....	125
ÖZGEÇMİŞ.....	127



ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN KÜLTÜR TURİZMİ ALGILARI: AĞRI
İBRAHİM ÇEÇEN ÜNİVERSİTESİNE FARKLI ŞEHİRLERDEN GELEN
ÖĞRENCİLER ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Mehmet Necati ERKEM

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Neslihan ÇETİNKAYA

2020, 127 sayfa

Jüri: Dr. Öğr. Üyesi Neslihan ÇETİNKAYA (Danışman)
Prof. Dr. Gökalep Nuri SELÇUK
Dr. Öğr. Üyesi Adem TÜRKMEN

Kültür turizmi kavramı, insanların farklı yerlerdeki farklı değerleri (soyut ve somut) tanıma ve bu değerleri yerinde görme isteğinden ortaya çıkmıştır. Bir yerleşim yerinin veya bir şehrin sahip olduğu kültürel özelliklerin ve kültürel mirasın açığa çıkartılıp herkesçe bilinir hale getirilerek doğru bir şekilde pazarlanması, başta o şehir olmak üzere beraberinde bütün ülkeye maddi ve manevi katkılar sağlamaktadır. Bu yüzden kültür turizmi giderek önem kazanmaktadır. Bununla beraber kültür turizminin gelişmesi demek aynı zamanda kültürel değerlerin korunmasını ve geleceğe aktarılmasını da sağlamak demektir. Ancak bütün bunların gerçekleşmesi, öncelikle sahip olunan kültürel değerlerin farkına varılması ve onlara sahip çıkılmasıyla gerçekleşmektedir. Buradan hareketle bu çalışmanın amacı Ağrı iline yükseköğrenim görmek için il dışından gelen öğrencilerin Ağrı ilinin kültürel özelliklerinin ne derece farkında olduklarını görmek ve Ağrı ilinin kültürel potansiyelinin daha önce Ağrı'yı hiç ziyaret etmemiş olan üniversite öğrencileri tarafından nasıl algılandığını tespit etmektir. Bu amaçla, farklı şehirlerden gelerek Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrencilerden toplanan veriler SPSS 21 programında t-testi ve varyans (Tek Yönlü ANOVA) analizine tabi tutulmuştur. Öğrencilerin kültür turizmi hakkındaki algıları ile ilgili değişkenler arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Ağrı İli, kültür, turizm, alternatif turizm, gelenek

ABSTRACT**MASTER THESIS****CULTURAL TOURISM PERCEPTIONS OF UNIVERSITY STUDENTS: A
PRACTICE ON STUDENTS FROM DIFFERENT CITIES TO AGRI IBRAHIM
CECEN UNIVERSITY****Mehmet Necati ERKEM****Advisor: Assist. Prof. Dr. Neslihan ÇETİNKAYA****2020, Page: 127****Jüri: Assist. Prof. Dr. Neslihan ÇETİNKAYA (Advisor)
Prof. Dr. Gökalg Nuri SELÇUK
Assist. Prof. Dr. Adem TÜRKMEN**

The concept of cultural tourism emerged from the desire of people to recognize various values (tangible and intangible) in different places and see these values on site. Accurate marketing of a settlement or a city by revealing the cultural characteristics and cultural heritage and making them known by everyone and it provides financial and moral contributions to the whole country, especially in that city. Hence, cultural tourism gains importance. Also, the development of cultural tourism also means that cultural values are preserved and carried into future. However, the realization all of this is occurred by realizing the cultural values that are possessed and preserving them. Therefore, the main aim of the current study is to understand how the students coming from outside the province are aware of the cultural characteristics of Agri province in order to get higher education in Agri province and to determine how the cultural potential of Agri province is perceived by university students who have never visited Agri before. For this purpose, data collected from students coming from different cities and studying at Agri Ibrahim Cecen University were subjected to t-test and variance (One Way ANOVA) analysis in SPSS 21 programme. Meaningful differences were found between variables related to student's perceptions of cultural tourism perception.

Keywords: Agri Province, culture, tourism, alternative tourism, custom

KISALTMALAR DİZİNİ

AIEST	: Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği
AİÇÜ	: Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi
ATLAS	: Avrupa Turizm ve Boş Zaman Eğitimi Birliği
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
SERKA	: Serhat Kalkınma Ajansı
TDK	: Türk Dil Kurumu
TEPAV	: Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TÜROFED	: Türkiye Otelciler Federasyonu
UNESCO	: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Organizasyonu
UNWTO	: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
ED.	: Editör
EDS.	: Editörler

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 2.1. Ağrı İli Coğrafi Görünümü Haritası	27
Şekil 2.2. Türkiye’deki Kayak Merkezlerinin İllere Göre Dağılımı.....	48
Şekil 3.1. Katılımcıların Ağrı’ya Geliş Amaçları.	79
Şekil 3.2. Katılımcıların Ağrı’da Ziyaret Ettikleri Kültürel Mekânlar.	80



FOTOGRAFLAR DİZİNİ

Fotograf 2.1. İshak Paşa Sarayı'nın Kış Mevsiminde Dışarıdan Görünümü.....	40
Fotograf 2.2. İshak Paşa Sarayı'nın Gece Görünüşü	40
Fotograf 2.3. İshak Paşa Sarayı'nın Üstten Görünümü	41
Fotograf 2.4. İshakpaşa Sarayı'nın Mukarnaslı Taç Giriş Kapısı.....	42
Fotograf 2.5. Muayede Odası.....	43
Fotograf 2.6. Figürlü Ahşap Taşıyıcılar.....	43
Fotograf 2.7. İshakpaşa Sarayı'nın İç Avlusu	44
Fotograf 2.8. Ahmed-i Hani Türbesi.....	46
Fotograf 2.9. Ahmed-i Hani Türbesi'nin girişi	46
Fotograf 2.10. Nuh'un Gemisi İzi.....	47
Fotograf 2.11. Büyük ve Küçük Ağrı Dağı.....	49
Fotograf 2.12. Diyadin Kaplıcalarından Bir Bölüm	52
Fotograf 2.13. Diyadin Kaplıcalar Bölgesindeki Termal Kaynaklar	52
Fotograf 2.14. Balık Gölü	55
Fotograf 2.15. Keşişin Bahçesi	56
Fotograf 2.16. Buz Mağarası Çıkışı.....	57
Fotograf 2.17. Buz Mağarası İçinde Oluşan Buz Kütleleri.....	57
Fotograf 2.18. Meya Mağaralarının Dışarıdan Görünümü	58
Fotograf 2.19. Meya Mağaralarının İçeriden Görünümü.....	58
Fotograf 2.20. III. Uluslararası Ahmed-i Hâni Sempozyumu'nun Afişi	62
Fotograf 2.21. Ağrı İli Yöresel Giysileri	65
Fotograf 2.22. Şah Ağacının Bezenme Aşaması.....	67
Fotograf 2.23. Kösâ Figürleri.....	68
Fotograf 2.24. Abdigör Köftesinin Hazırlanışı	71

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1.1. Turizmin Fiziksel Çevreye Olan Etkisi.....	15
Tablo 1.2. Kitle Turizmi ile Alternatif Turizmin Karşılaştırılması.	16
Tablo 2.1. Ağrı İli İdari Durumuna Göre Yerleşmeler.....	26
Tablo 2.2. Ağrı İli 2019 Yılı İlçelere Göre Nüfus Dağılımı.....	28
Tablo 2.3. Ağrı İl Merkezinin İlçelerine ve Belli Başlı İllere Uzaklığı.	31
Tablo 2.4. Ağrı İli Somut Varlıklar Değerlendirme Sonuçları.....	32
Tablo 2.5. Ağrı İli 2019Yılı Konaklama Tesisleri İstatistikleri.	33
Tablo 2.6. Ağrı İli Bakanlık Turizm İşletme Belgeli Başlıca Konaklama Tesisleri.	33
Tablo 2.7. Ağrı İlindeki Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Tesislere Geliş, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi Ve Doluluk Oranlarının İlçelere Göre Dağılımı (2019).....	34
Tablo 2.8. Ağrı İlindeki Mahalli İdarelerce Belgelendirilen Konaklama Tesislerinde Tesislere Geliş, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi Ve Doluluk Oranlarının İlçelere Göre Dağılımı (2019).	35
Tablo 2.9. Türkiye'nin Alternatif Turizmdeki Güçlü ve Zayıf Yanları	37
Tablo 2.10. Ağrı İlinin Kültür Turizmi Potansiyeli.....	39
Tablo 2.11. Ağrı İlinin İnanç Turizmi Potansiyeli.	45
Tablo 2.12. Ağrı İlinin Kış ve Dağ Turizmi Potansiyeli.	49
Tablo 2.13. Ağrı İlinin Sağlık Turizmi veya Termal Turizm Potansiyeli.....	53
Tablo 2.14. Ağrı İlinin Özel İlgi Turizmi Potansiyeli.	54
Tablo 2.15. Ağrı İlinin Mağara Turizmi Potansiyeli.....	58
Tablo 2.16. Ağrı İlinin Yayla Turizmi Potansiyeli.....	61
Tablo 2.17. Ağrı İlinde Görülen Yemek Çeşitleri.....	69
Tablo 3.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular.....	78
Tablo 3.2. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Ağrı İline Yönelik Genel Algıları.	81
Tablo 3.3. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Ağrı İlinin Turizm ve Kültür Turizmi Potansiyeline Yönelik Algıları.	82
Tablo 3.4. Araştırma verilerinin normallik analizleri.....	84

Tablo 3.5. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından erkek ve kadın öğrencilerin ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan bağımsız örneklem t testi sonucu	88
Tablo 3.6. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından farklı yaş grubundaki öğrencilerin ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu ...	89
Tablo 3.7. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından <i>Ağrı'ya daha önce gelme durumlarına göre</i> öğrencilerin ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan Bağımsız Örneklem t Testi sonucu	90
Tablo 3.8. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından <i>Ağrı'yı kültürel bir tatil için uygun bulma</i> ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan Bağımsız Örneklem t Testi sonucu	91
Tablo 3.9. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından <i>Ağrı'nın kültür turizmi potansiyeli hakkında bilgi sahibi olma</i> ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan Bağımsız Örneklem t Testi sonucu	92
Tablo 3.10. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından <i>Ağrı'ya yönelik yerel ulaşım hizmetleri</i> ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu.....	93
Tablo 3.11. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından <i>Ağrı'ya yönelik konaklama hizmetleri</i> ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu ...	94
Tablo 3.12. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından <i>Ağrı'ya yönelik yiyecek-içecek hizmetleri ve mutfak hakkındaki</i> ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu.....	95
Tablo 3.13. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından <i>Ağrı'ya yönelik kültürel ve tarihi kaynaklar</i>	

<i>hakkındaki</i> ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu	97
Tablo 3.14. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından <i>Ağrı'ya yönelik kültürel etkinliklerin çeşitliliği</i> hakkındaki ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu	98
Tablo 3.15. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından <i>Ağrı'ya yönelik gece yaşamı hakkındaki</i> ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu.....	99
Tablo 3.16. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından <i>Ağrı'ya yönelik yerel halkın konukseverliği</i> hakkındaki ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu	100
Tablo 3.17. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik alışveriş tesisleri hakkındaki ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu.....	102
Tablo 3.18. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından <i>Ağrı'ya yönelik görülecek ve yapılacak etkinliklerin çeşitliliği</i> hakkındaki ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu	103
Tablo 3.19. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından <i>Ağrı'ya yönelik genel fiyat seviyesi</i> hakkındaki ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu.....	104
Tablo 3.20. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından <i>Ağrı'ya yönelik kişisel güvenlik</i> hakkındaki ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu.....	105

Tablo 3.21. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik temizlik hakkındaki ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu .	106
Tablo 3.22. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından <i>Ağrı'ya yönelik toplam seyahat deneyimi</i> hakkındaki ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu	107



ÖNSÖZ

Tez çalışmamın en başından en sonuna kadar bana yol gösteren, çalışmam süresince fikirlerine ihtiyaç duyduğum her an desteğini benden esirgemeyen danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Neslihan ÇETİNKAYA'ya, tez sürem boyunca fikirlerinden ve yönlendirmelerinden faydalandığım ve verilerin analiz edilmesi noktasında da çalışmama önemli katkılar sağlayan değerli ağabeyim Dr. Öğr. Üyesi S. Sinan ATILGAN'a teşekkür ederim.

Tez çalışmamın uygulama aşamasında anketlerin yapılması ve veri analiz programının kullanımı noktasında bana yardımcı olan kıymetli mesai arkadaşlarım Dr. Öğr. Üyesi Çetin BAYRAK'a ve Öğr. Gör. Taner TUNCER'e teşekkür ederim.

Bu uzun ve önemli sürecin her anında yanımda hissettiğim, hayatımın her döneminde maddi ve manevi desteklerini ve dualarını benden eksik etmeyerek her daim yanımda olan sevgili annem Saliha Erkem ve sevgili babam Erdoğan ERKEM'e, canım ablam Neslihan Erkem ATILGAN'a en içten teşekkürlerimi sunarım.

Anketleri doldurmak suretiyle bu çalışmanın ortaya çıkmasına vesile olan kıymetli katılımcılara gönülden teşekkür ederim.

Erzurum – 2020

M. Necati ERKEM

GİRİŞ

Bugün dünya üzerinde var olan birçok ülke ve bu ülkelerde yaşayan da çok sayıda topluluk bulunmaktadır. Bu toplulukları birbirlerinden farklı kılıp onlara farklı kimlik kazandıran bir takım özellikler mevcuttur. Adına kültür denilen bu özellikler günümüzde bünyesinde birçok anlam barındıran bir kavram haline dönmüştür. Öyle ki; bu kavramın içine, bir toplumun sahip olduğu mimariyi, sanatsal faaliyetleri, örf ve adetleri, gelenek ve görenekleri, yaşam tarzlarını, müzikleri, konuşma ve eğlenme biçimlerini, yiyecek, içecek ve giyecek tercihlerini belirten bir sürü özelliği koyabiliriz (Özgüç, 2003: 82). Bilgide ve teknikte yaşanan bir takım gelişmeler ışığında insanlar, zamanla dünya üzerindeki bu farklılıkları merak etmeye başlamış ve onları tanımaya yönelmişlerdir. Bu amaçla yapılan seyahatlerde kültür turizmi kavramını ortaya çıkartmıştır (Uygur & Baykan, 2007). Kültür turizmine katılan insanlar, klasik turizm anlayışından (deniz, kum ve güneş) sıyrılarak farklı bir turist tipi meydana getirmişlerdir (Altunel & Kahraman, 2012). Bu açıdan kültür turizmi deniz, kum ve güneş bakımından fakir yerler için ekonomik gelişmede önemli bir faktör haline gelmiştir (OECD, 2009). 1900’lü yılların ikinci yarısından itibaren özellikle havacılık sektöründeki gelişmeye paralel olarak turizm sektörü de hızlı bir değişim ve gelişim göstermiştir. Öyle ki 1950 yılında uluslararası boyutta turizme katılanların sayısı yaklaşık 25 milyon kişiyken, bu rakam 1960 yılına gelindiğinde yaklaşık 70 milyon kişiye ulaşmış 1970 yılında ise iki kattan fazla artarak yaklaşık 170 milyon kişi sınırına dayanmıştır. 1980’li ve 1990’lı yıllarda da artış devam etmiş ve 21. yüzyıla gelindiğinde bu yüzyılın ilk 10 yılı içerisinde uluslararası turizm faaliyetlerine katılan kişi sayısı 1 milyar kişi sınırına ulaşmıştır. Turizm sektörünün aynı zaman dilimlerindeki ekonomik olarak gelişimine göz atıldığında yine 1950 yılında 2,1 milyar dolar seviyesinde başlayan uluslararası turizm harcamalarının seyri 1960 yılında yaklaşık 5 milyar dolarlık artışla 6,9 milyar dolar olarak gerçekleşmiş 1970 yılında ise bu rakam yaklaşık 18 milyar doları görmüştür. 1980 yılında 105,4 milyar dolar, 1990 yılında 264,1 milyar dolar olarak gerçekleşen turizm harcamaları 2000’li yıllara gelindiğinde dikkat çekici artışını sürdürmüş ve 2007 yılsonu itibariyle 846 milyar dolara kadar gelmiştir (Gülbahar, 2009: 95-96). Günümüze gelindiğinde UNWTO (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü) verilerine göre 2019 yılsonunda uluslararası turizm faaliyetlerine katılan toplam kişi sayısı 1 milyar 462 milyon kişiye, uluslararası toplam turizm

harcamaları ise 1 trilyon 480 milyar dolara ulaşmıştır (UNWTO, 2020: 6-8). Kültür turizminin dünya turizm hareketleri içerisindeki payı yaklaşık % 40 oranındadır. Bu oran, az önceki uluslararası turist sayıları ve turizm harcamaları bakımından değerlendirildiğinde kültür turizminin aynı zamanda ülkeler açısından ne kadar önemli olduğunu da ortaya koymaktadır. Kültür turizmine sadece ekonomik açıdan yaklaşmak doğru değildir; çünkü kültür turizmi, gerçekleştiği ülkelere ekonomik yararlar sağlamakla beraber aynı zamanda bu ülkelerdeki kültürel değerlerin ortaya çıkartılmasına veya korunmasına neden olmasıyla da önem arz eden bir turizm çeşididir (Gülcan, 2010: 102). Türkiye de dünya turizm pastasından aldığı payı artırmak adına özellikle 1980’li yıllardan beri büyük çaba sarf etmektedir. Bu yıllarda çıkartılan 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu bu doğrultuda atılan adımlardan birisidir; ancak atılan bu adımlar genellikle kitle turizmi çerçevesinde gerçekleşmiş ve kültür turizmi hak ettiği önemi görememiştir. Oysaki Türkiye; hemen hemen her bölgesinde bulunan doğal güzellikleri, tarihi ve kültürel değerleriyle önemli bir kültür turizmi potansiyeline sahiptir ve bu potansiyelin değerlendirilmesi gerekmektedir (Üsküdar, Çakır, & Temizkan, 2014: 68). Türkiye’nin bu potansiyelinin dağıldığı şehirlerinden birisi de aynı zamanda bu çalışmanın da yapıldığı Ağrı ilidir. Geçmişte birçok devletin geçiş noktası olan Ağrı, çeşitli turizm faaliyetlerine elverişli doğal imkânlarıyla ve sahip olduğu zengin tarihi ve kültürel değerlerle öne çıkmaktadır. İlk bölümünde kültür turizmi ve kültür turizmiyle ilgili kavramların ifade ettikleri anlamların ve ortaya koydukları etkilerin ele alındığı bu çalışmanın; ikinci bölümünde, Ağrı ilinin tarihi, coğrafi özellikleri, idari ve sosyo-ekonomik yapısı değerlendirilerek başta kültür turizmi olmak üzere turizm potansiyeli incelenmiş ve yemek kültürü ile örf ve adetlerine değinilmiştir. Son bölümde ise Ağrı iline farklı illerden gelen üniversite öğrencilerinin kente ve kentin kültür turizmi potansiyeline ilişkin algılarının ortaya koymak amacıyla düzenlenen anket çalışmasının sonuçları değerlendirilmiş ve bu doğrultuda Ağrı iline yönelik birtakım önerilerde bulunulmuştur. Bu çalışmada amacı, Ağrı iline dışarıdan gelen üniversite öğrencilerinin bu şehirle alakalı kültür turizmi algılarını ölçmektir. Bu ölçüm belirtilen profildeki öğrencilere yapılan anket çalışması yoluyla sağlanmıştır. Çalışmanın birinci bölümünde kültür turizmi kavramı, ikinci bölümünde ise Ağrı ilinin kültür turizm potansiyeli ele alınmıştır. Üçüncü ve son bölümde ise araştırmanın yöntemi, verilerin değerlendirilmesi ve elde edilen bulgular belirtilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR TURİZMİ

1.1. KÜLTÜR VE TURİZM KAVRAMLARININ TANIMI

Kültür kavramı gündelik hayatta sıklıkla kullanılan bir sözcük olsa da aslında tanımlaması zor bir kavramdır. Bu zorluğun nedeni kavramın tarihsel süreçte farklı anlamlarda kullanımlarından ileri gelmektedir (Spencer-Oatey, H. 2012). Bu nedenle kültürü doğru anlamak, onu ancak tarihsel bir süzgeçten geçirmekle mümkün olur (Erdoğan & Alemdar, 2005: 13). Dil bilimciler tarafından Latince “Colere” kökenli olduğu ve sonraki zamanlarda birçok dile “Cultura, Cultur ve Culture” olarak geçtiği ileri sürülen kültür kavramı, ilk zamanlar tarımsal alanda kullanılmış ve yetiştirmek, büyütmek ve korumak gibi anlamları karşılamıştır. Romalılar döneminde doğada kendiliğinden yetişen bitkilerle, insan emeğiyle yetiştirilen ürünler arasındaki ayrımı ifade etmiştir. Günümüzde de buna benzer bir anlam içeren “Kültür Bitkisi” ifadesi hala kullanılmaktadır (Oğuz, 2011). 20.yüzyıla yaklaşıldığında kültürün karşılığı üç farklı şekilde karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan ilki, Matthew Arnolds’ın Kültür ve Anarşi (1867) adlı eserinde belirttiği ve çok da kapsayıcı bir ifade olmayan sanatsal ve düşünsel çabalar, ikincisi Taylor’un 1870’deki tanımından hareketle bir bireyin yaşamı boyunca elde edebileceği bilgi, inanç, sanat, ahlak, hukuk, gelenek, yetenek ve alışkanlıkları içeren karmaşık bir bütün şeklindeki çok daha genel ve kapsayıcı bir ifade ve son olarak da Franz Boaz ve öğrencilerinin 20. yüzyıl başlarında ortaya koyduğu yönüyle, toplumları çeşitlendiren ve birbirinden farklı kılan benzersizliklerdir (Spencer-Oatey, H. 2012).

TDK (Türk Dil Kurumu)’ya göre de kültür kelimesinin birkaç anlamı vardır. Bu karşılıklardan konuyla en ilgili olanların ilki, tarihsel ve toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada ve sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçlar; ikincisi, bir topluma veya halk topluluğuna özgü düşünce ve sanat eserlerinin bütünü ve üçüncüsü; muhakeme, zevk ve eleştirme yeteneklerinin öğrenim ve yaşantılar yoluyla geliştirilmiş olan biçimi ve bireyin kazandığı bilgi olarak karşımıza çıkmaktadır (TDK, 2019). Bu tanımlar bize kültürün hem soyut hem de somut yönleri

olan bir kavram olduğunu göstermektedir ve buradan hareketle kültür, bireyin ve toplumun soyut ve somut tecrübelerini kullanarak edindiği fiziksel ve düşünsel birikim olarak da tanımlanabilmektedir (Aktan & Tutar, 2007).

Kültür, kendiliğinden anlık olarak ortaya çıkmaz aksine temeli uzun yıllara dayanan ve toplu yaşamının gereksinimleri neticesinde meydana gelen bir süreçtir. Buna bağlı olarak kültür, bireyin ve bu bireyin içinde bulunduğu toplumun bu süreçte elde ettiği, bir nevi kendini ifade biçimidir (Erdoğan & Alemdar, 2005: 13)

Turizm kavramı ise Latince “*tornus*” kelimesinden türemiş olup basitçe bir eksen etrafında dönme hareketi anlamına gelmektedir. İngilizce, Almanca, Fransızca gibi yaygın batı dillerine ‘*tour*’ olarak girmiştir. İnsanların sürekli yaşadıkları yerlerden geçici süreyle ayrılıp değişik yerlere giderek, buralarda gezme, görme, dinlenme, eğlenme ve öğrenme gibi bir takım sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılayarak tekrar geri dönme faaliyetleri turizm olarak isimlendirilmektedir (Yıldız, 2011: 54-71). İnsanlar yaşamları boyunca, karşılaştıkları durumlara ve ihtiyaç duydukları gereksinimlere göre bir takım davranışlar sergilemektedirler. Turizm de bu tür davranışlardan biridir ve insanların sürekli bulundukları yerden başka yerlere gitme isteklerinden ve ihtiyaçlarından ileri gelmektedir (Rızaoğlu, 2012: 1-2).

Turizm kavramının günümüz karşılığını daha iyi anlamlandırmak için 19. yüzyıl sonlarına gitmek ve endüstri devriminin meydana getirdiği bir takım sosyal ve teknolojik gelişmelerin ortaya çıkardığı boş zaman ve bu boş zamanı değerlendirme açısından ele almak gerekmektedir. Nitekim turizm alanında ciddi anlamda ilk bilimsel çalışmalar yine bu dönemde görülmeye başlanmıştır (Kozak, Kozak & Kozak 2017: 1).

Turizmin ilk tanımı, 1905 yılında Guyer-Feuler tarafından ortaya konulmuştur. Bu tanıma göre turizm: “*Gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren ‘modern’ çağa özgü bir olaydır*” (Eralp, 1983: 3). Daha sonraki zamanlarda turizm başka uzmanlar tarafından; ekonomik, sosyal ve psikolojik yönleriyle ele alınmıştır. Turizm kavramının tanımı, günümüze en yakın anlamıyla 1980’li yıllara gelindiğinde Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği (AIEST)

içinde insanların sürekli ikametlerinin dışında bir yerlere seyahat etmeleri, gittikleri yerlerde turizm hizmeti veren işletmelerden yararlanmaları ve geçici konaklama faaliyetinde bulunmaları gerektiği şeklinde yeniden düzenlenmiştir (Kozak, 2012: 6). Rızaoğlu (2012)'na göre turizm, insanların sosyal ve psikolojik bir takım gereksinimlerini karşılamak üzere yaptıkları gezi veya seyahat gibi yer değiştirmeleri ve bu sırada ekonomik değer taşıyan ürün ve hizmetlerden yararlanmaları adına ortaya koydukları davranışlardır (s. 5).

Turizm alanında, kıyı turizmi tüm dünyada egemenliğini korusa da, son yıllarda dünyadaki turizm anlayışı değişmeye başlamış ve insanlar yeni arayışlar içerisine girmişlerdir. Sıradanlaşan turizm ürünleri, etkinlikleri ve bölgeleri insanlara artık sıkıcı gelmeye başlamış ve bunların yerine kültürel temalar kurup kültürel izlerin peşinde koşma, değişik yaşam tarzları, sanatsal faaliyetler, farklı inanç sistemleri, örf ve adetler daha ilgi çeker hale gelmiştir. Bu doğrultuda kültürün turizme yol açması, turistlerin de gittikleri yerlerin kültürüne olan ilgileri bu iki kavram arasında bir ilişki meydana getirmiş ve neticede kültür turizmi kavramı ortaya çıkmıştır (Emekli, 2006: 54 - 55). Kültür turizmi kavramını meydana getiren bu iki temel kavramın açıklanması, daha sonra ele alacağımız kültür turizmi kavramının anlaşılması adına yarar sağlayacaktır.

1.2. KÜLTÜR TURİZMİNİN TANIMI VE ÖZELLİKLERİ

Her milletin sahip olduğu bir takım temel özellikler vardır ve toplumların kendine özgü olan değerleri de bu özellikler kapsamında değerlendirilebilir. Kültür, toplumun sahip olduğu maddî ve manevî değerlerin bir araya gelerek oluşturduğu inanış ve yargıların, fikirlerin ve tutumların bir bütünüdür (Barakazı & Karapınar, 2015: 610). Kültür, barındırdığı değer ve anlam bakımından turizmin her zaman içerisinde yer almıştır. Kültürün, bulunduğu yöreye veya topluma özgü özellikler göstermesi, ait olduğu yöreyi başka yerlere kıyasla benzersiz kılmakta ve o yöre veya toplum için bir turizm çekiciliği oluşturmaktadır. Kültürün, turizmle olan bağı da bu noktada ortaya çıkmaktadır. Bir turizm aktivitesinin kültür turizmine dönüşmesini sağlayan etkenlerin başında yapılan seyahatlerin kültürel doygunluğa erişme ve manevi olarak *zenginleşme* güdüsüyle yapılması gelir. Kültür turizminin odağında kültürel aktivitelerde bulunma ve buna yönelik hizmetlerden yararlanma *motivasyonu* vardır (Altunel & Kahraman, 2012:

8). Mccan ve Ray (2003) de kültür turizmini bu motivasyon açısından ele almış ve kültür turizmini; bir ülke veya bölgeye, oradaki toplumun kültürel yapısını oluşturan; tarihsel, sanatsal, bilimsel, arkeolojik vb. değerleri veya yaşam biçimlerini görme ve tanıma motivasyonu ile gelen bölgeye yabancı insanlarca yapılan ziyaretler olarak tanımlamıştır (Alaeddinoğlu & Yıldız, 2007: 25). Kültür turizminde amaç yeni kültürler tanımak ve o kültürlerin oluşmasını sağlayan değerleri yerinde görmektir. Bu amaç insanların öğrenme arzusundan ileri gelmektedir. Kültür turizmine ilgi duyanların taşıdığı bu arzu aynı zamanda kültür turizminin katılımcılar yönüyle diğer turizm türlerinden ayrılmasını sağlayan temel farktır (Akınoğlu, 2010: 126). Bu fark dışında kültür turizminin taşıdığı başka temel özellikler de vardır. Kültür turizmi bir mevsime bağlı değildir. Dolayısıyla yılın her dönemi faaliyet gerçekleştirilebilir. Kültür turizmine konu olan değerler bulunduğu ülkeye özgüdür, dolayısıyla başka yerlerle avantaj veya dezavantaj noktasında kıyaslanması ve turistler tarafından beğenilip beğenilmemesi durumu söz konusu değildir. Kültürel turizmin kendisi başlı başına bir reklam aracıdır. Kültürel turizm bir ülkede turistik ürün çeşitlendirilmesinde, turistik markalar oluşturmada ve bunlara bağlı olarak turistik talebi arttırmada etkin bir rol oynar. Kültür turizmini farklı kılan önemli özelliklerden birisi de somut değerlerin yanı sıra soyut değerlerin de maddi değer kazanmasıdır (Emekli, 2006: 55).

Kültür turizmi ile ilgili yapılan çalışmalarda kültür turizminin, miras turizmi, tarih turizmi ve etnik turizm gibi kavramlarla benzeştirildiği hatta birbirlerinin yerine kullanıldıkları görülmektedir (Richards, 2003: 4). Bunun nedeni bu kavramların tamamının kültürel miras kaynaklarından beslenmeleridir. Ancak kültür turizmini diğer kavramlardan ayıran temel bir fark vardır. Bu farkı daha anlaşılır kılmak adına kültürel miras kavramına değinmekte yarar vardır. Yerleşilen her alanın kendisine has bir kültürel görünümü ve kültürel yapısı bulunmaktadır (Uygur & Baykan, 2007: 45). Bu yapı geçmişten günümüze, nesilden nesile aktararak gelen, somut ve somut olmayan değerleri kapsayan bir kültürel birikimle oluşur. Kültürel miras işte bu birikim ve değerlerin toplamıdır (Saçılık & Toptaş, 2017: 108). Nitekim 1964'te Venedik Tüzüğü, kültür mirası içeriğinin sadece büyük ve bilindik eserlerden değil bunlarla beraber kent kırsal farkı olmadan daha basit eserlerden de oluştuğunu vurgulamıştır. Kültürel miras tanımına getirilen bir başka önemli değişiklik ise 1972 yılında UNESCO (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Organizasyonu)'nun himaye ettiği "*Dünya Kültürel ve*

Doğal Mirasının Korunması Hakkında Sözleşme (Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage)” ile insanlar tarafından yapılan fiziki yapıların yanı sıra zaman içerisinde doğal olarak oluşan ve doğa ile insanın ortak üretimi olan eserler de kültür mirası kapsamına alınmıştır. Bu sözleşmeye imza atan devletler bu kapsama giren tüm eserleri koruma sorumluluğunu da almaktadırlar. Bu aşamalardan geçtikten sonra kültür mirası kavramı günümüzde doğal ya da insan yapısı fiziki yapılar, bahçeler gibi somut sayılabilecek eserleri ve bunlarla beraber örfler, gelenek ve görenekler, inançlar, yeme – içme ve yaşam tarzları gibi soyut kalıntıları da kapsar duruma gelmiştir (Aksoy & Enlil, 2012: 5).

Görüldüğü üzere kültürel miras daha çok geçmişle ilgili bir kavramdır. Dolayısıyla miras ve tarih turizmi gibi kavramlar da geçmişe dayalı kavramlar olmaktadır; ancak kültür sadece geçmiş değil bugünü de kapsayan bir kavramdır (Aklanoğlu, 2010: 126). Buradan hareketle kültür turizmini benzer diğer turizm türlerinden ayıran en büyük fark, diğerleri geçmiş çağrıştırırken kültür turizminin hem geçmiş hem de bugünü ele almasıdır (TUROFED, 2019). Dolayısıyla kültür turizmi diğerlerine göre daha kapsayıcı bir kavramken; miras turizmi, tarih turizmi ve etnik turizm kültür turizminin alt kavramları durumundadır (Alaeddinoğlu & Yıldız, 2007: 26).

1.3. KÜLTÜR TURİZMİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Teknolojinin gelişmesi, bilgiye erişimin kolaylaşmasını sağlamış ve ulaşım imkânlarını genişletmiştir. İnsanlar bu durumdan yararlanarak, farklı kültürel özelliklere sahip yerleşim yerlerinden ve buralarda yaşayan topluluklardan haberdar olup bunları yerinde görüp tanıma eğilimine girmişlerdir. Kültür turizmi kavramı bu durum neticesinde ortaya çıkmıştır (Uygur & Baykan 2007: 45). Kültür turizminin, kavram olarak çok eskiye dayandığı söylenemez. Nitekim çok değil daha 20. yüzyılın başlarından itibaren bakıldığında bile bu yüzyılın çoğu dönemlerinde kültür ile turizmin yan yana geldiği de pek görülemez. Çünkü o dönemlerde kültürel varlıklar, ulusların kimliklerinin temeli olan kültür mirasının bir parçası olarak görülürken; turizm ise bu kültürel özelliklerden ayrı bir boş zaman aktivitesi olarak görülüyordu. Bu algı, kültürel varlıkların turistleri çekmedeki rolünün daha belirgin bir hâl almasıyla beraber, ancak

yüzyılın sonlarına doğru değişmiş ve kültür turizmi 1980'lerden itibaren destinasyonlar için ekonomik gelişmede önemli bir kaynak haline dönüşmüştür (OECD, 2009: 19).

Kültür turizmi kavram olarak ilk kez 1980'li yılların başında Avrupa Komisyonu tarafından, Avrupa Birliği'nin kültürel birikim ve kimliğinin belirlenmesi bununla beraber kültürel mirasının da ortaya çıkartılması için yapılan çalışmada ortaya atılmıştır (Akınoğlu, 2010: 125). Kültür turizminin gelişme sürecinin başlaması klasik turizm endüstrisinin 1980'lerde başlayan olgunlaşma dönemiyle beraber hızlıca doyuma ulaşması neticesinde yeni pazar arayışları içerisine girilmesiyle mümkün olmuştur. Bu durum yeni turizm türlerini meydana getirmiştir. Kültür turizmi ortaya çıkan bu yeni türler içerisinde en hızlı gelişen turizm türü olmuştur (Alaeddinoğlu & Yıldız, 2007: 26).

Türk kültür tarihi incelendiğinde kültür turizmi faaliyetleri en dar kapsamıyla ilk olarak Osmanlı İmparatorluğu 18. yüzyıl döneminde görülmektedir. Nitekim bu dönemde İstanbul'un tarihi yerlerini görmek için yurt dışından insanlar gelmiştir; ancak kavramın bugünkü anlamını karşılar nitelikteki faaliyetler 1970'lerden sonra başlamış 1980'li yıllara gelindiğinde hız kazanmıştır. Bu yıllarda dünyanın birçok yerinde olduğu gibi ülkemizde de turistlerin beklenti ve tercihleri değişmiş ve insanlar deniz, kum, güneş algısından sıyrılarak farklı aktivitelere yönelmişlerdir. Türkiye' de kültürel turizm kaynaklarının değerlendirilmeye başlanması da bu durum neticesinde yine bu dönemlerde görülmektedir. 1985 yılından itibaren İstanbul'un Tarihi Alanları, Kapadokya, Nemrut Dağı gibi ülkemize ait birçok yerin UNESCO Dünya Miras Listesi'ne alınması ülkemiz adına bu sürecin hızlanmasında etkili olmuştur (Özdemir, 2011: 131). Türkiye'nin, UNESCO Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına Dair Sözleşme'yi kabul ettiği 1983 yılından bu zamana kadar geçen sürede, Türkiye'den, UNESCO Dünya Miras Listesi'ne giren değer sayısında büyük artış olmuştur. Nitekim UNESCO'nun 1972 yılında kabul ettiği Dünya Kültürel ve Doğal Mirasın Korunmasına Dair Sözleşmeye bağlı olarak oluşturulan Dünya Kültürel ve Doğal Mirası Listesinde 2019 yılında Azerbaycan'ın başkanlığı ve ev sahipliğinde Bakü'de gerçekleştirilen Dünya Mirası Komitesi 43. Oturumunda kabul edilen miraslarla birlikte 1121 miras yer almaktadır. Bunlardan 869'u kültürel, 213'ü doğal ve 39'u karma (doğal ve kültürel) miraslardır. Türkiye'nin söz konusu listede 16'sı kültürel, 2'si karma olmak üzere 18 miras alanı bulunmaktadır. Dünya Miras Komitesi tarafından UNESCO Dünya Mirası Listesine

alınan bu mirasların yanı sıra bir de bu listeye önerilmesi öngörülen ancak henüz adaylık süreçleri tamamlanmayan miraslardan oluşan geçici liste bulunmaktadır. Geçici liste üye devletler için ulusal bir envanter niteliğinde olup, asıl listeye başvurulacak olan alanlar bu listeden seçilerek belirlenmektedir. UNESCO'nun Dünya Mirası Geçici Listesi'nde 178 taraf devletin 1740 mirası yer almaktadır. Türkiye'nin geçici listede ilki 1994 yılında sunulan ve son olarak 2020 yılında güncellenen şekliyle 78 kültürel, 2 karma ve 3 doğal olmak üzere toplam 83 mirası bulunmaktadır (UNESCO, 2020).

1.4. KÜLTÜR TURİZMİNİN KAYNAKLARI

Kültürel kaynakların çekiciliği turistlerin kendi kişisel özelliklerine, amaçlarına ve beklentilerine göre değişmektedir. Bunlar aynı zamanda turist tiplerini ve turist güdülerini meydana getirmektedir. Gray (1970) turistleri güdülerine göre “Wanderlust” ve “Sunlust” diye ikiye ayırmaktadır. Wanderlust grubuna giren turistler daha çok kültürel deneyim yaşamak isteyen tiplerden oluşurken, sunlust grubunun içerisinde yer alanlar ise turizm olayının klasik tarafından yani deniz, kum ve güneş ya da kış turizminde kayak aktivitesi boyutlarında kalmak isteyenlerden oluşmaktadır. İlk grup turizm olayının soyut yönlerinin de peşinde koşarken ikinci grup olayın daha çok somut tarafıyla ilgilenirler. Dolayısıyla kültürel anlamdaki ürünlerle çok ilgilenmezler. (Özgüç, 2003: 82).

Kültür turizmi, kültürel kaynaklardan doğan ve gelişen bir turizm türüdür (Emekli, 2006: 56). Kültür turizminin beslendiği kaynaklar ECTARC (European Centre for Traditional and Regional Cultures), (1989) tarafından arkeolojik alanlar ve müzeler, mimari (ören yeri, ünlü binalar, bütün kasabalar), sanat, heykel, el sanatları, galeriler, festivaller, etkinlikler, müzik ve dans (klasik, halk, çağdaş), drama (tiyatro, filmler, oyun yazarları), dil ve edebiyat çalışması, turlar, etkinlikler, dini bayramlar, haclar, ana (halk veya ilkel) kültürler ve alt kültürler olarak ifade edilmiştir (Richards, 2003). Buradan hareketle, bir ülkenin veya bölgenin kültürel değerlerini oluşturan etmenler ve insanların kültür turizmi aktivitesine katılımını sağlayan yöresel ya da bölgesel çekiciliği artıran turizm arzı oluşturabilecek kültürel kaynakları daha detaylı olarak aşağıdaki gibi sıralanabilir (Uygur & Baykan, 2007: 35-36).

- Antik kent, kale, sur, tiyatro, hamam, su kemeri, nekropol (toplu mezar), akropol (iç kale), tapınak, kilise, sarnıç (su deposu) ile yeraltı şehirleri gibi arkeolojik değerler,
- Kaleler, tarihi ve doğal mekânlar,
- Değişik mimari özellikler taşıyan eserler ve yerel mimari şekilleri,
- Sanat galerileri, opera, resim, tiyatro ve sinema gibi sanatsal faaliyetler,
- Müzeler ve kütüphaneler,
- Yöresel mutfak kültürü ve yemek çeşitliliği
- Camii, sinagog, kilise vb. mabetler, katedraller, tapınaklar ile dini figür ve motifler,
- Geleneksel oyunlar, folklorik özellikler, spor alanları ve faaliyetleri,
- Ünlü insanlar,
- Milli parklar, bahçeler, tabiat koruma alanları, temalı parklar, anıtlar, yazıtlar, kalıntılar.

Öztaş (2002), kültür kavramının geniş kapsamından yola çıkarak, konuya daha geniş bir pencereden bakmış ve yukarıda belirtilenler dışında; bar, gazino, gece kulübü ve casino gibi eğlence olanaklarını, restoran, lokanta gibi yemek yeme yerlerini, kentleşme düzeyleri ve şehir planları, bitki örtüsü ve çeşitliliği (flora), hayvan türleri (fauna), su kaynakları, rekreasyon alanları, ormanlar, iklimsel ve mevsimsel özellikler, teknolojik imkânlar, yapay unsurlar ile jeolojik ve jeomorfolojik yapı ve kalıntıları da kültürel kaynak unsurları olarak değerlendirmiştir (s. 47-53). UNESCO Dünya Miras Komitesi'ne göre ise kültürel kaynaklar; insanın yaratıcı zekâsıyla ortaya konan ve ustalık gerektiren, uzun bir zaman diliminde ya da kültür coğrafyasında mimari ya da teknolojik gelişmeler, sanatsal anıtlar, şehir planları veya peyzaj mimarlığı açısından önemli olan ve insanlığa ait değerlerin değişkenliğini gösteren ve yok olmuş ya da yaşayan medeniyetlerin geleneklerine şahitlik eden ayrıcalıklı ve tek olma özelliği taşıyan eserler ile insanlık tarihinde önemli devletleri-olayları işaret eden, göze çarpan teknolojik ya da mimari binalar veya manzaralar, dikkat çeken geleneksel yerleşim yerleri ve topraktan yapılmış örnekler (bu örnekler kültürel niteliklere sahip, önemli etkileri-etkilenmeleri olmuş alanlardır) ve doğrudan toplumla ilgili olaylar, gelenekler, fikirler, inanışlar, dikkat çekici nitelikte sanatsal değeri olan çalışmalar olarak belirtilmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009: 8).

1.5. KÜLTÜR TURİZMİNİN SINIFLANDIRILMASI

Kültür turizmi kültürel kaynakların ortaya çıkış zamanına, yapılan turizm faaliyetlerine ve yöresel işaretlere göre sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırma, zaman açısından ele alındığında tarihi eserlerin ve mekânların değerlendirildiği “Tarih ve Miras Turizmi” ve güncel sanat ve edebiyat eserlerinin, yemeklerin, sinemanın, televizyon programlarının, festivallerin, alışveriş alışkanlıkları ve müzik tercihleri gibi çeşitli etkenlerin oluşturduğu “Popüler Kültür Turizmi” şeklinde kendini gösterirken; yöresel işaretler açısından, dini ve mimari semboller, giyim tarzları, konuşma biçimleri gibi yöresel faktörlerin ön plana çıktığı “Etnik Kültür Turizmi” olarak karşımıza çıkmaktadır (Uygur ve Baykan, 2007: 34). Kültürel kaynaklar bazı fiziksel veya toplumsal nedenlerle kayba uğrayabilmektedirler. Henüz keşfedilmemiş ya da dünyaya çok açılmamış yerlerde ve topluluklarda bu kayıp daha az görülmektedir. Kültür turizminin bir kolu olan “Etnik Turizm” de böyle bir turizm türüdür ve kültürlerin orijinale en yakın halini ortaya koymaktadır (Özgüç, 2003: 84).

Tarih ve Miras Turizmi, fiziksel (somut) kaynaklar bakımından değerlendirildiğinde kendi içinde 5 sınıfa ayrılmaktadır (Özgüç, 2003: 150-151). Bunlar:

- **Binalar ya da bina kalıntıları:** Şatolar, sanatçı konutları, ibadethaneler, fabrikalar, atölyeler vb.
- **Tarihi olayların meydana geldiği yerler:** Savaş meydanları, dinsel ya da mitolojik olayların gerçekleştiği yerler vb.
- **Arkeolojik sit alanları:** Bina şeklinde olmayan diğer kalıntılar, su kanalları, dikili taşlar, surlar, ulaşım yolları, eski tarım sistemleri veya tarlalar vb.
- **Çeşitli sitlerden toplanarak başka bir yerde bir araya getirilmiş nesneler:** Müzeler, eski araç gereçler vb.
- **Tarihsel Şehir ve Kasabalar:** Eskiden kalan terk edilmiş ya da halen aktif olarak kullanılan yerleşim yerleri, mahalleler, sokaklar, dükkânlar, belediye binaları vb. şekilde ortaya çıkmaktadır.

UNESCO Dünya Miras Komitesi tarih ve miras kaynaklarını şu şekilde sınıflandırmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009: 7):

- **Anıtlar** (Mimari çalışmalar, anıtsal heykeller ve resim çalışmaları, sanat, tarih ve bilim açısından dünyada göze çarpan mağara çizimleri, arkeolojik sit alanları ve kitabeler)
- **Grup Halindeki Binalar** (Sanat, tarih ve bilim açısından önemli olan bir aradaki

binaların doğadaki yerleri, homojenlikleri ve mimarileri)

- **Sitler** (İnsanların tek başına ya da doğanın katkısıyla oluşturdukları çalışmalar, tarihi, estetik, etnik ve antropolojik açılardan dünyada önem arz eden, göze çarpan arkeolojik alanlar).

Faaliyetleri kapsamında etkinliklerin önemli bir yer tuttuğu “Popüler (Güncel) Kültür Turizmi” ise özellikle izleyici sayıları göz önünde bulundurulduğunda kendi içinde; yöresel etkinlikler, küçük bölgesel etkinlikler, önemli bölgesel etkinlikler, ulusal etkinlikler ve uluslararası büyük etkinlikler olarak beş ana başlık altında toplanmaktadır (Çulha, 2008: 1830). Kültür turizmini toplumların bir takım geleneksel özelliklerine göre sınıflandırmak da mümkündür. Kültür turizmi gelenekler bakımından ele alındığında; dil gelenekleri, din gelenekleri, sanat gelenekleri, mimari gelenekler, devlet gelenekleri (idari ve milli özellikler, savaş alanları, milli bayramlar ve törenler vb.) olarak 5 grupta sınıflandırılabilir (Dikici, 2001: 253-257).

1.6. KÜLTÜR TURİZMİNİN ETKİLERİ

Kültür turizmi sağladığı yararlar ve ortaya çıkarabileceği olumsuzluklar bakımından değerlendirildiğinde, gerçekleştiği bölge veya ülkeler üzerinde birtakım ekonomik, sosyo-kültürel ve fiziksel etkiler bıraktığı görülmektedir (Emekli, 2006: 57). Bu etkilere aşağıda ayrıntılı bir şekilde yer verilmiştir.

1.6.1. Kültür Turizminin Ekonomik Etkileri

Turizm en çok ekonomik yönüyle ön plana çıkan bir etkinliktir ve turizmin ülke ekonomisi açısından olumlu ve olumsuz yanları bulunmaktadır (Avcı, 2020: 543). Turizm faaliyetleri turist alan ülkeler için milli gelirin artmasını sağlayan bir araç niteliği taşıırken, turist gönderen ülkelerin ise milli gelirlerinin yükseldiğine işaret etmektedir. Bu bağlamda milli geliri yükselen ülkelere vatandaşların milli gelirden aldığı pay ve refah düzeyleri de artış göstermektedir (Gülbahar, 2009: 95). Turizm sektörünün, ülke ekonomileri bakımından sağladığı önem arz eden olumlu etkilerinden birisi de istihdam artırıcı etki yapmasıdır. Turizm faaliyet alanlarında alt ve üst yapıların geliştiğinin görülmesi de turizmin faydaları arasındadır. Turizmin olumlu ekonomik etkilerinin yanı sıra olumsuz etkileri de görülmektedir. Turizmin olumsuz ekonomik etkileri; ekonominin

sadece turizm gelirlerine dayandırılması sonucu ekonomik çeşitliliğin azalması, yatırım ve harcamaların turizme yönlendirilmesiyle diğer sektörlerden gelecek gelirlerin göz ardı edilmesi olarak görülmektedir. Turizm faaliyetlerindeki sezonluk dalgalanmanın istihdam artışını geçici kılması ve yarattığı enflasyonist baskı sonucu maliyetleri arttırması da turizmin olumsuz ekonomik etkileri arsındadır. Otellerin spa ve animasyon alanlarındaki kalifiye eleman eksikliği de yabancı işgücü ihtiyacını arttırmaktadır. Dışarıdan istihdam edilen elemanların elde ettikleri gelirin az bir kısmını çalıştıkları ülkede kullanıp büyük bölümünü tasarruf ederek kendi ülkelerine götürmeleri veya göndermeleri kaynak kaybına neden olmaktadır (Kozak, 2012: 91-100). Uluslararası turizm etkinliklerine katılan bireylerin, kendi ülkelerinden kazandıkları paraları başka ülkelere götürmeleri de kendi ülkeleri açısından yine bir kaynak kaybı olarak ortaya çıkarmaktadır (Gülbahar, 2009: 95).

Kültür turizmi, turizmin genel ekonomik etkilerini göstermekle beraber kendine göre farklı etkilerde ortaya koymaktadır. Kültür turizmi hareketleri, kitle turizminde olduğu gibi belli başlı bölgelerle sınırlı olmadığından turizm yatırımları değişik bölgelere yayılmaktadır. Bununla beraber kültür turizmi, turizm faaliyetlerini kısa bir zaman diliminden alır ve yılın tamamına yayılmasını sağlayarak sezonluk dalgalanmaların daha az görülmesini sağlar. Kültür turizminin ayrıca genelde ve yerelde turizm gelirlerini arttırıcı etkisi olduğu gibi bu turizm türünde yüksek sermayeli yatırımlara ve maliyeti yüksek altyapı çalışmalarına da ihtiyaç duyulmadığı görülmektedir. Kültür turizmi, yereldeki insanların turizm olayına daha fazla katılmasına ve turizm gelirinden daha çok pay almasına neden olmaktadır (Batman & Oğuz, 2008: 203-204). Ekonomik anlamda her yatırımda olduğu gibi kültür turizmi yatırımları ve faaliyetleri de bulunduğu bölgeden başlayıp çevresine kademeli olarak yayılan bir çoğaltan etkisiyle, sektör içi (konaklama, seyahat acentaları, ulaştırma vb.) ve sektör dışı dallarda (yiyecek-içecek, hatıra eşya endüstrisi vb.) yeni iş alanları ve yeni gelir halkaları oluşturmaktadır (Şafak, 2003: 135).

1.6.2. Kültür Turizminin Sosyo-Kültürel Çevre Üzerindeki Etkileri

Turizm farklı değerlere sahip insanları bir araya getiren bir olgudur. Turizmle ilgili aktivitelerde bir takım toplumsal ilişkiler ve davranışlar ortaya çıkmaktadır (Öztaş, 2002: 21). Hem turist açısından hem de turisti kabul eden yöre halkı açısından bakıldığında

turizm aktivitesinin temelinde insan faktörü olduğu görülmektedir. Bu durum beraberinde toplumlar arası olumlu ve olumsuz bir iletişimi ve ilişkiyi meydana getirmektedir. (Kozak 2012: 109) Doxey' in 1976 yılında öne sürdüğü “*Turist Tolerasyon Yaklaşımı*” na göre yerli halkın turistlere karşı tutumları coşku, ilgisizlik, rahatsızlık ve düşmanlık olarak görülmektedir. İlk basamak olan coşku bölgenin turistlerce ziyaretine başlandığı ilk zamanlarda gerçekleşir ve bu süreç ekonomik beklentiler sebebiyle yaşanan süreçtir. İkinci basamakta zamanla ziyaretlerin artmasıyla turizm ve turistlerin artık eskisi kadar ilgi çekmediği görülmektedir. Sonraki basamakta turistik değerlerin zarar görmeye başlamasından ötürü rahatsızlık başlar. Dördüncü ve son basamakta ise yerel halkın, özellikle genç kesimdeki davranış değişiklikleri ve gelen yabancı turistlere özenme eğilimleri bu rahatsızlıkları daha ileri boyuta taşıyarak düşmanlık safhasına getirmektedir (Kaya, Küçükali & Kızılırmak, 2019: 312).

Turizm genel olarak toplumlar arası barışı tesis eder ve hoş görüyü artırır. Gerçekleştiği bölgedeki halkın yabancı dil seviyelerini ve okuma alışkanlıklarını geliştirir. Kadın erkek ilişkilerinde kadını daha özgür bir noktaya taşıyabilir ve toplumdaki sosyal etkileşimi hızlandırır. Ancak kültür turizminin sosyal ve kültürel anlamda genel etkilerinin yanı sıra toplum üzerinde daha özel etkileri olmaktadır. Bu etkiler kültür turizminin gerçekleştiği yörede, insanların kendi kültürleri hakkında daha bilinçli hale gelmelerini sağlamaktadır. Bölge halkındaki bilinç düzeyinin artması, halkın kültür turizmi faaliyetlerinin temel faktörlerinden biri olan kültürel miras unsurlarını daha çok korumalarına yol açmaktadır. Bunlarla beraber kültür turizmi yöresel el sanatlarını canlandırarak bölgedeki el sanatları geleneklerinin devamlılığını sağlamaktadır. Kültür turizmi yerel halk için yeni bir ilgi ve faaliyet alanı da meydana getirmektedir. Turizmin sosyal ve kültürel anlamda sadece olumlu etkileri bulunmamaktadır. Yöre halkının yaşam biçimlerinde değişimlerin olması, özellikle gençlerin giyim tercihlerinin değişmesi, ırksal gerginliklerin yaşanması, yöre halkının anadilinde bozulmaların görülmesi turizmin topluma olan olumsuz etkileri arasındadır (Doğan & Üngören, 2010: 400).

Kültür turizminde yerel halk kitle turizmine göre turizm faaliyetleri içerisinde daha çok yer almaktadır. Dolayısıyla turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri kültür turizminde daha çabuk gerçekleşebilir. Bunların yanı sıra kültür turizmiyle beraber bölge halkının inanç yapılarında da bozulmalar görülebilir ve insani davranışların yerini

menfaat ilişkileri alabilir. Kültür turizmi faaliyetleriyle gelenek ve göreneklerin ticari kaygılarla etkisiz hâle gelmesi de mümkündür (Avcı, 2020: 543-544).

1.6.3. Kültür Turizminin Fiziksel Çevre Üzerindeki Etkileri

Turizm faaliyetlerinin büyük çoğunluğu çevresel kaynakların kullanılmasıyla sağlanmaktadır. Bu durum turizm faaliyetlerinin fiziksel çevreyi hem olumlu hem de olumsuz anlamda etkilemesine neden olmaktadır (Öztaş, 2002: 41). Dünya nüfusundaki artışın yine dünya turizm rakamlarına olan yansıması bize aynı zamanda turizm etkinliklerinin çevreye olan etkilerinin de arttığı konusunda fikir vermektedir (Kozak, 2012: 114) Tablo 1.1.'de turizmin fiziksel çevreye olan etkileri genel hatlarıyla ortaya koyulmuştur. Bu etkiler, turizm hareketliliğinin daha yoğun yaşandığı ve kitle turizmi olarak da adlandırılan klasik turizm faaliyetlerinin sonucunda daha belirgin görülmektedir. Tablo 1.1. incelendiğinde turizmin fiziksel çevreye olan olumlu etkilerinden, tarihi yerlerin korunması ve iyileştirilmesi ve eski eserlerin günümüzde çekicilik unsuru olarak ortaya konulması etkileri turizmin daha çok kültür boyutuyla ilgilidir ve bu etkilerin kültür turizmin fiziksel çevreye olan etkisi olarak değerlendirilmesi daha doğru olacaktır.

Tablo 1.1. Turizmin Fiziksel Çevreye Olan Etkisi.

Olumlu Etkileri	Olumsuz etkileri
- Turizm, tarihi yerlerin korunmasına ve bu tür yerlerin yenileme veya iyileştirilmesine olumlu etki yapar. - Turizm, eski eserlerin günümüzde de kullanılarak çekim merkezleri haline gelmesini sağlar. - Doğal güzellikler turizm açısından en iyi pazarlanabilecek değerlerdir ve turizm böyle yerlerin korunmasına yönelik politikalar geliştirilmesine neden olur. - Turizm sürdürülebilirlik açısından çevre ile ilgili toplumsal farkındalık oluşturur.	- Turistik gelişmeler dikkat edilmediği durumlarda doğal çevreyi bozabilir. - Alt yapısı düzgün olmayan turizm bölgelerinde, turistik faaliyetler sonucu zararlı atıklar ortaya çıkabilir ve bu durum doğayı ve insan sağlığını olumsuz etkileyebilir. - Turizmin çevreye olumsuz etkilerinden biri de gürültü kirliliğidir. Uçakların inip kalkması, kara taşıtlarının sesi, inşaat çalışmaları vb. durumlar bu unsurlara örnektir. - Turistik açıdan yoğun bölgelerde çarpık kentleşme, aşırı betonlaşma durumları görülebilir.

Kaynak: Öztaş, K. (2002)

Kültür turizmi bir alternatif turizm çeşididir ve alternatif turizm anlayışı, fiziksel çevreye olan etkileri bakımından Tablo 1.1.'de belirtilen turizmin genel çevresel etkilerine paralellik gösterse de, daha özele inildiğinde ve kitle turizmi ile kıyaslandığında ortaya bir takım farklılıklar çıktığı görülmektedir. Dolayısıyla bir alternatif turizm türü olan kültür turizmi de çevresel etkiler noktasında bu farklılıkları taşımaktadır. Nitekim alternatif ve kitle olmak üzere bu iki turizm anlayışının göstermiş olduğu farklı çevresel etkilerin karşılaştırılması Tablo 1.2.'de ele alınmıştır.

Tablo 1.2. Kitle Turizmi ile Alternatif Turizmin Karşılaştırılması.

Kitle Turizmi	Alternatif Turizm
Bölgenin taşıma kapasitesini zorlayan çok sayıda katılım görülür.	Bölgenin taşıma kapasitesini zorlamayan sınırlı katılım görülür.
Turizm hareketleri aynı döneme denk geldiğinden mekân ve zaman yoğunluğu olur.	Turizm hareketleri farklı dönemlerde de olabileceğinden mekân ve zamanda yayılma olur.
Hızlı ve denetimsiz gelişim görülür.	Yavaş ve denetimli gelişim görülür.
Büyük ölçekli ve uluslararası standartlara sahip işletmelere ihtiyaç duyulur.	Küçük ölçekli işletmelerle de talep karşılanabilir.
Genellikle kıyılara ve özgün doğa parçalarına yönelim olur.	Klasik anlayışın yanı sıra, merkezden kırsala birçok alanda katılım gerçekleşir.
Yereli dışlayan anonim turizm mimarisi görülür.	Çevreye uyumlu özgün turizm mimarisi görülür.
Yerel halk ile turist arasındaki iletişim sınırlıdır.	Yerel halk ile turizm arasındaki iletişim daha geniştir.
Ulusal ölçekte turizm planlaması yapılır.	Yerel ölçekte turizm planlaması yapılır.
Turizm istihdamı değişik bölgelerden sağlanabilir.	Turizm istihdamında yöre halkına öncelik verilir.
Yerel turistik ürünler ticarileşip özelliklerini yitirebilir.	Geleneksel ve özgün değerler daha iyi korunur.

Kaynak: Hacıoğlu & Avcıkurt, 2008: 10

Tablo 1.2 incelendiğinde alternatif turizm aktivitelerinin, mevsimsel veya dönemsel anlamda belirli bir zaman aralığına bağlı olmadığı görülmektedir. Bu durum, alternatif turizm bölgelerini, kitlesel bir yığılmadan koruduğu gibi aynı zamanda çevresel tahribatı da minimum düzeye indirmekte, etkinlik süresince bölgeyi daha kontrol edilebilir kılmaktadır. Bu kontrolün sağlanmasında yerel halkın önemi büyüktür. Avcı (2020)'ya göre doğal ve kültürel unsurlar turizmin temel varlık sebepleridir ve turizmin gelişimi ve devamlılığı da bu unsurların barındığı fiziksel çevreye bağlıdır. Dolayısıyla turizmin

sürdürülebilirliği açısından hem kültürel ve doğal unsurların hem de fiziksel çevrenin korunması için turizm faaliyetlerinin her aşamasında yerel halka da yer verilmelidir. Özellikle kırsal yerleşim yerlerinde gerçekleştirilen turizm faaliyetleri, yerel halkın turistlerle daha iç içe olmasına yol açtığından turizm etkinliği sırasında yerel halk, çevre ve turistik çekicilikler konusunda daha hassas ve daha sahiplenici bir tavır sergileyebilmekte ve turistik kaynakların yoğun kullanımından doğabilecek zarar ve kayıpların önüne geçebilmektedirler (s. 543).

1.7. KÜLTÜR TURİZMİNE YÖNELİK YAPILAN ARAŞTIRMALAR

Kültür Turizmi, turistlerin değişen tercihleri, kültürler arası diyaloga sunduğu katkı ve ülkelerin gelirlerine sağlamış olduğu olumlu etkiler sonucunda günümüzde giderek rağbet gören bir kavram ve alternatif turizm çeşidi haline gelmiştir (Urošević, 2012). Bu durum bu kavram üzerine yapılan araştırmaların sayısının da artmasına neden olmuştur (Mousavi, Doratlı, Mousavi, & Moradiahari, 2016). Kültür turizmi ile ilgili uluslararası alanda daha önce yapılan çalışmalara göz attığımızda; Lynch vd. (2011) tarafından Kanada'nın Yeni İskoçya eyaleti için kültürel talepleri belirlemek amacıyla 394 kişi üzerine bir çalışma yapılmış ve bu çalışmanın dikkat çeken sonuçlarından biri olarak 3. Yaş Grubu turistlerin kültürel beklenti düzeylerinin daha düşük olduğu ve yaşlıların fiziksel aktivitesi daha az olan turizm hareketlerine daha çok yöneldikleri ortaya çıkmıştır (Lynch, Duinker, Sheehan, & Chute, 2011). Bunu destekler nitelikte Arima & Vergori (2020) tarafından İtalya'daki kültürel ve kültürel olmayan turizm üzerine yapılan ve sadece 2002 ile 2016 yıllarının dikkate alındığı bir araştırmada genelde 3. Yaş Grubu (65 yaş ve üstü) turistlerle ilişkilendirilen kültür turizminin, İtalya'da belirtilen yıllar arasında sanılanın aksi yönde bir sonuçla karşımıza çıkmaktadır. Çalışmanın verilerine ve sonuçlarına göz attığımızda 2002 ve 2016 yılları karşılaştırıldığında, İtalya'ya kültürel amaçlarla gelen turistlerin yaş ortalamaları daha çok genç ve orta yaştaki insanlardan oluşurken, yaşlıların ise daha çok kültürel olmayan turizm aktivitelerine yöneldiği görülmektedir. Aynı yıllar arasında bu ülkeye kültürel amaçlarla gelen genç ve orta yaştaki turistlerin sayısındaki artış, aynı yaş grubunda kültürel olmayan amaçlarla gelenlerin sayısından fazlayken, yaşlılarda bu durum tam tersi yönde gerçekleşmiş ve 2002 yılında oranlar nerdeyse eşitken, 2016 yılına gelindiğinde, kültürel olmayan turizm aktivitesine katılan yaşlıların sayısı oldukça öne geçmiştir (Vergori & Arima, 2020).

Richards tarafından 2018 yılında yapılan ve kültür turizmi ile ilgili gerçekleştirilen araştırmaların ve güncel eğilimlerin incelendiği çalışmada, İkinci dünya Savaşı'nın bitmesiyle bu alanda başlayan ufak tefek hareketlerin 80'li yılların ortasından 90'lı yılların sonuna kadar büyük bir ivme kazandığı tarihsel bir süreçten bahsedilmiştir. Dünya Turizm Örgütü verilerine göre kültür turizmi hareketlerinin günümüzdeki turizm faaliyetlerinin yaklaşık % 40'lık dilimini oluşturduğunun belirtildiği çalışmada, kültür turizmi faaliyetlerinde yaşanan bu oransal artış neticesinde bu turizm çeşidinin 2000'li yılların başlarından itibaren de akademik çalışmalara konu olacak kadar önemli hale geldiği ortaya konmuştur. Çalışmada, bu alanda yapılan akademik çalışmaların son 10 yılda giderek arttığı ve kültür turizminin; sanat turizmi, gastronomi turizmi, miras turizmi, film turizmi gibi yeni ortaya çıkan türlere bölünerek daha detaylı ele alındığı da ayrıca belirtilmiştir. Çalışmada kültür turizminin ortaya çıkardığı bu alt bölümlerin ileride daha fazla akademik çalışmaya konu olacağı, kültür turizminin tanımının sürekli değişebilir bir hal alacağı ve özellikle de teknolojik uygulamalar hayata geçirildikçe, gerçek ve sanal deneyimlerin örtüşmesi gelecekteki kültür turizmi araştırmalarının önemli bir unsuru haline geleceği sonucuna ulaşılmıştır (Richards, 2018). Stratan vd. (2015) tarafından Moldova'nın Kültür Turizmi Potansiyeli ve Turistlerin kültürel tüketimlerini belirleme üzerine yapılan çalışmada, Kültür Turizminin dünyada önemi giderek artan bir turizm çeşidi haline dönüştüğünü vurgulanmıştır. Çalışmada, Moldova'nın bu anlamda harekete geçirilememiş büyük bir potansiyele sahip olduğu belirtilmiş ve bu potansiyelin harekete geçirilmesi için daha yenilikçi bir kültürel yönetime ihtiyaç duyulduğu, kültürel mirasın daha iyi korunması ve halkın kültürel etkinliklere daha yüksek katılımının sağlanması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışma ayrıca; Moldova'nın kültürel turizminin geliştirilmesinin daha etkin bir tanıtımdan ve etkin bir pazarlamadan geçtiğini ortaya koymuş bunun da modern pazarlama karmasıyla (7P) gerçekleştirilebileceğini ortaya koymuştur (Stratan, Perciun, & Gribincea, 2015). Groizard ve Gallego (2018) tarafından Arap ülkeleri üzerine yapılan çalışmada, özellikle 2011 yılında başlayan "Arap Baharı"ndan etkilenen ülkelerdeki turizm faaliyetleri ele alınmış, bu ülkelerdeki karışıkların buralardaki turizm faaliyetlerine ve gelirlerine olan etkisi incelenmiştir. Araştırma neticesinde, araştırmaya konu olan ülkelerdeki kültürel mirasın, yaşanan olaylara rağmen bu ülkelerdeki turizm faaliyetlerinin devam etmesini sağlayan ana etken olduğu ortaya konulmuş ve Arap Baharı'ndan etkilenen ülkeler içerisinde kültürel mirası zarar gören

Ülkelerin milli gelirlerinde, kültürel miras değerleri zarar görmeyen ülkelerinkine göre dikkat çeken düşüşlere neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Groizard & Santana-Gallego, 2018). Chen ve Rahman tarafından 2018 yılında kültürel temasın, turistlerin seyahat deneyimlerini daha unutulmaz kılmasına olan etkisini araştırmak amacıyla 43 ülkeden 149 şehir üzerine bir çalışma yapılmış ve turistlerin gittikleri yerlerde kültürel aktiviteler içerisinde bulunmalarının, bu destinasyonları yeniden ziyaret etme isteklerine, bu yerleri başkalarına tavsiye etme eğilimlerine ve unutulmaz turizm deneyimleri yaşamaları üzerine olumlu etki yaptığı sonucuna varılmıştır (Chen & Rahman, 2018). Kültürel turizm konusunda Türkiye’de yapılan çalışmalara bakıldığında; Saçılık ve Toptaş (2017) tarafından yapılan bir çalışmada; kendi kültürel değerlerinin farkında olup olmadıklarını tespit etmek ve gelecekte kültürel değerleri yayma konusundaki düşüncelerini belirlemek amacıyla Bandırma Onyediyl Üniversitesi Erdek Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otel İşletmeciliği bölümü nlisans programı I. ve II. sınıfında öğrenim gören on biri kız ve dokuzu erkek olmak üzere toplam 20 ğrenci üzerine nitel bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında kendi görüşlerini belirtmesi istenen öğrencilerin, özellikle kültür ile kültür turizmini kavramlarını kavramsal anlamlarına yakın ifadelerle tanımlamaları dikkat çekerken; çalışmanın sonunda araştırmaya katılan öğrencilerin büyük bölümünün (% 75) yaşadıkları yerlerdeki kültürel değerlerden haberdar oldukları, az sayıdaki öğrencinin (% 25) ise kendi kültürel değerlerinin farkında olmadıkları sonucuna ulaşılmıştır (Yıldırım Saçılık & Toptaş, 2017). Karapınar ve Barakazı (2017) yaptıkları çalışmada kültürel miras turizmini sürdürülebilir turizm açısından değerlendirmiş ve şanlıurfa’da bulunan Göbeklitepe ren yerinin kültür turizmi potansiyelini swot analiziyle ortaya koymuşlardır. Nitel veri toplama yöntemlerinden yapılandırılmamış gözlem türünün kullanıldığı çalışmanın sonucunda; merkeze yakınlık, doğal mirasa sahip olması, eşsiz olması ve ikame olanağının olmaması gibi zellikler Göbeklitepe ren yerinin güçlü yanları olarak ortaya çıkarken; tanıtım ve pazarlama eksiklikleri, alt ve üst yapı ile ulaşım imkanlarının beklenen düzeye çıkamaması, evre düzenlemesi ve turistik çekicilik oluşturabilecek rekreasyon alanlarının yetersiz kalması gibi faktörler de zayıf yönleri olarak belirtilmiştir (Karapınar & Barakazı, 2017). Gültekin ve Uysal (2018) tarafından yapılan çalışmada Karaman’a bağlı Taşkale Köyü halkının buradaki taşınmaz kültür mirası değerlerine ilişkin (kaya oyma mekânları) bilinç ve farkındalık düzeylerini değerlendirmişlerdir. Çalışma kapsamında kadın ve erkek olmak

üzere toplam 63 kişiye anket uygulanmış olup çalışma sonunda Taşkale Köyü halkının buradaki kültürel değerlerin öneminin farkında oldukları ancak bu değerlerin korunmasında kendilerini sorumlu hissetmedikleri, halktaki bilinç ve farkındalık düzeyi arttıkça bu değerlerin korunmasında daha çok sorumluluk hissettikleri ve Taşkale Köyü'ndeki taşınmaz kültür mirası değerlerinin korunmasının bu mekânların sürdürülebilir kılınması bakımından sit alanı sayılmasından çok yerel halkın desteğiyle sağlanabileceği sonucuna ulaşılmıştır (Turgut Gültekin & Uysal, 2018). Üsküdar, Çakır ve Temizkan (2014) yaptıkları çalışmada yerli turistlerin Eskişehir'in kültür turizmi algılarını ölçmüşlerdir. Çalışma kapsamında, Eskişehir'e gelen yerli turistlerin Eskişehir ile ilgili algılarını ve buradaki kültür turizmi potansiyelinden ne ölçüde yararlandıklarını ortaya koymak adına; Odunpazarı Sit Alanı, Kentpark, Sazova Bilim ve Sanat Parkı ve Seyitgazi ilçe merkezine gelen 387 yerli turiste anket uygulaması yapılmıştır. Çalışmanın neticesinde, Eskişehir'i kültür amaçlı ziyaret edenlerin genellikle 26-31 yaş arası genç bir kitleden oluştuğu ve araştırmaya katılanların büyük bölümünün lisans mezunu oldukları gözlenmektedir. Bu sonuç kültür turistinin genel özelliklerinden biri olan eğitim düzeylerinin yüksekliği özelliğiyle de örtüşmektedir (Üsküdar, Çakır, & Temizkan, 2014). Göker Erköse (2010) tarafından Bergama'da kültürel turizmin geliştirilmesine yönelik bir yüksek lisans tez çalışması yapılmış ve bu çalışma kapsamında Bergama ile Midilli Adası arasında bu iki yerin ortak tarihi ve kültürel geçmişleri de göz önünde bulundurularak yeni bir kültür ve turizm rotasının oluşturulması konusu üzerinde durulmuştur. Bu rotayla ilgili olarak Bergama'daki yeni kültür turizmi ürünlerinin potansiyel analizinin de yapıldığı çalışma kapsamında nitel ve nicel araştırmalardan yararlanılmıştır. Çalışmanın neticesinde Bergama'da var olan Selçuklu ve Osmanlı dönemlerine ait değerlerin antik değerler kadar ilgi görmediğine, tur şirketlerinin ilgi görmeyen bu değerleri yaptıkları tur kapsamına alarak yeni turistik ürünlerin ortaya konulması gerektiği ile Bergama'nın kültürel turizminin gelişmesinin yolunun buradaki otel veya yatak sayısının artırılmasından daha çok bu yeni değerlerinin turizme kazandırılmasından geçtiği sonucu ortaya konulmuştur. Bunlara ek olarak Midilli'yle oluşturulacak olan kültürel rotayla buradaki turist potansiyelinin Bergama'ya da kazandırılması durumunun Bergama'daki kültür turizminin gelişmesinde önemli bir rol oynadığı vurgulanmıştır (Göker Erköse, 2010). Uca Özer (2010) tarafından, İstanbul'u ziyaret eden yabancı turistlerin bu destinasyonu kültürel açıdan değerlendirmelerine

yönelik bir doktora tezi çalışması yapılmıştır. Çalışma kapsamında 516 turiste anket uygulaması yapılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre yabancıların İstanbul'a öncelikli geliş amaçları buradaki kültürel çekicilikleri ziyaret etmek olarak ortaya çıkmıştır. Gelen ziyaretçi profillerine bakıldığında ziyaretçilerin ağırlıklı olarak genç ve orta yaş grubunda olduğu, gelenlerin gelir ve eğitim düzeylerinin ise yüksek olduğu görülmüştür. Ziyaretçilerin ağırlıklı olarak kadın turistlerden oluştuğu da dikkat çeken diğer bir sonuç olarak ortaya koyulmuştur (Uca Özer, 2010). Buluk, Eşitti ve Erdem (2017) tarafından yapılan araştırmada, Çanakkale'nin kültür turizmi potansiyeli üzerine bir çalışma yapılmıştır. Çalışma kapsamında 410 yerli turiste yapılan anket uygulaması yapılmış ve bu uygulamadan elde edilen veriler neticesinde, Çanakkale'ye kültürel amaçla gelenlerin 25-35 yaş aralığındaki genç bireylerden oluştuğu, eğitim düzeylerinin yüksek ama gelir seviyelerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç kültür turistinin genel özelliklerinden "Gelir düzeylerinin yüksek olması." özelliğine göre farklılık göstermiştir (Buluk, Eşitti, & Erdem, 2017).

1.8. KÜLTÜR TURİSTİNİN TANIMI VE ÖZELLİKLERİ

Turist kavramı sanayinin özellikle de turizm endüstrisinin, teknolojinin ve kitle iletişim araçlarının gelişmesiyle sık rastlanılan bir kavram haline gelmiştir (Yu, Kim, Chen & Schwartz, 2012). Tarihi 17. Yüzyıla kadar uzanan turist kavramı 1600'lü yılların başlarında İngiliz Krallığı'nda okumuşlar sınıfının siyasal, sosyal ve kültürel gelişim ve değişimleri gözlemlene adına Kıta Avrupa'sına yapmış oldukları seyahatlere daha sonraları soyluların da katılmasıyla ortaya çıkmıştır. Bu dönemde, yurtdışına gidenlerle, yurt içinde seyahat edenleri ayırt etmek adına "*Tourist*" kelimesi kullanılmıştır (Eralp, 1983: 3). Günümüzdeki anlamına daha yakın tanımlamalar 20. Yüzyıl başlarında görülmüştür. Norval tarafından 1936 yılında turist "*Sürekli ikamet etmek ve gelir sağlamaktan farklı bir amaç ile yabancı bir ülkeye giden ve geçici süre kalacağı bu ülkede başka yerde kazandığı parayı harcayan kimse*" olarak tanımlanmıştır (Kozak, 2012: 7). Bir sonraki yıl, Milletler Cemiyeti İstatistik Uzmanları komitesi; bir ülkeye sosyal, bilimsel, ticari, dini, ailevi vb. nedenlerle gelip burada en az 24 saat geçiren insanları turist olarak tanımlamıştır. İster kamu sektörü, ister özel sektör olsun bir yere sürekli çalışmak için gelenler, öğrenciler, göçmenler ve transit yolcular bu tanımın dışında tutulmuştur (Eralp, 1983: 39-40.). 1960'lara gelindiğinde OECD (Ekonomik Kalkınma

ve İşbirliği Örgütü) Turizm Komitesi turist tanımında yerli ve yabancı ayrımını getirmiştir. Buna göre bulunduğu ülke içerisinde daha önce belirtilen amaçlar doğrultusunda 24 saatten az olmamak kaydıyla geçici yer değiştirenleri de turist olarak kabul etmiştir. Seyahatlerinin süresi 24 saatten az olanları ise günübirlik ziyaretçiler olarak tanımlamıştır (Kozak vd. 2017: 6-8). Sonraki zamanlarda ise UNWTO turist tanımına, seyahat süresinin bir (1) yılı aşmaması koşulunu getirmiş ve bir (1) yılı aşkın bir süre için yer değiştirenleri turist kabul etmemiştir (UNWTO, 2008). Türkiye’de ise kapsamlı bir turist tanımı 1996 tarihinde değiştirilen 22747 sayılı Seyahat Acentaları Yönetmeliğinde yapılmış olup, yukarıda da belirtilen eğlenme, dinlenme, dini, idari, kültürel vb. nedenlerle para kazanma amacı olmaksızın sürekli bulunduğu yer dışına çıkan ve turizm alanında mal ve hizmet sağlayan yerlerden yararlanıp belli bir süre seyahat ettikten sonra geri dönen kişiler olarak tanımlanmıştır (Kozak, 2012: 8). Rızaoğlu’na göre ise turist, farklı güdülerle turizm davranışında bulunan kişilerdir (2012: 57-60).

Kültür turizmi, kültürel değer taşıyan yer ve mekânların, etkinliklerin, sanat eserlerinin turistik bir ürüne dönüştürülüp bu anlamda hizmet almak isteyen insanların tüm ihtiyaçlarını karşılayabilecek şekilde onların hizmetine sunan bir seyahat ve turizm hareketidir (Barakazı & Karapınar, 2015: 610). Kültürel ihtiyaçlarını tatmin etme adına bu seyahati gerçekleştiren kişiler de kültür turisti olarak tanımlanır. Kültür turistleri bu yönleriyle diğer turistlerden ayrılırlar (Altunel & Kahraman, 2012: 8). Kültürel turistler, bir bölgeyi gezerken o bölge hakkında kültürel anlamda birçok bilgiye sahip olmaktadır ve sahip oldukları bu bilgilerin çokluk ve doğruluk seviyesi de gerçekleştirilen turizm faaliyetinin ne kadar etkin ve başarılı olduğunun göstergesidir. (Barakazı & Karapınar, 2015: 610). Konuyla ilgili Amerika ve Avrupa pazarında yapılan araştırmalar kültür turistlerinin diğer turistlere göre yaşça daha büyük, eğitim, kariyer ve gelir seviyelerinin daha yüksek, gittikleri yerlerde uzunca bir süre kalmayı seven kişiler olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. Bunların yanı sıra kültür turistleri gittikleri yerlerde alışverişe diğer turistlere göre daha ilgili oldukları gibi hem alışveriş sırasında hem de tüm seyahatleri boyunca da daha çok harcama yapmaktadırlar. Ayrıca kültür amaçlı seyahate katılan kadınların oranının erkeklere göre daha fazla olduğu görülmektedir (Kızılırmak & Kurtuldu, 2005: 103-104). Bunların yanı sıra kültürel amaçlı seyahatlere katılan turistlerin; kişisel gelişimlerine önem veren, turizm bilinciyle

hareket eden, başka kültür ve deneyimlere meraklı kişiliklere sahip oldukları gözlenmektedir. Kültür turistleri aynı zamanda yılda birkaç defa tatile çıkan, daha çok kalabalık gruplarla veya turlarla hareket etmeyi seven ve gittikleri yerlerde daha çok lüks otelleri tercih eden kişilerden oluşmaktadır (Ayaz & Yaylı, 2017: 56). Kültür turistleri daha önce yapılan başka çalışmalarda ise ilgi ve motivasyon durumlarına göre gruplara ayrılmış ve kültür turistleri tipolojileri geliştirilmiştir. Foo ve Rosetto 1998 yılında kültür turistlerini, güdülerine göre değerlendirmiş ve onları salt (kültürel amaç taşıyanlar) ve genel (kültür güdüsü taşımayanlar) olmak üzere iki gruba ayırmıştır. Genel gruptaki turistler kültür güdüsü taşımasalar da seyahatleri esnasında kültürel bir etkinliğe katılabilmekte veya bu yönde bir hizmet alabilmektedirler. Silberberg 1995 yılında kültür turistlerini motivasyon düzeylerine göre sınıflandırmış ve onları kültür olgusundan yüksek derecede, kısmen, ikinci plana koyarak ve kazara güdülenmiş olmak üzere 4 grupta ele almıştır. Burada kazara güdülenmiş kültür turistleri herhangi bir kültürel motivasyon taşımamakla birlikte arkadaş ısrarı gibi nedenlerle kültürel hizmet tüketmektedirler. Hughes (2002) ise kültür turistlerini yine amaçlarına göre sıralamıştır. Ancak bunu yaparken turistlerin kültürü daha öncelikli durumlarını da dikkate almıştır. Bunların sonucunda Hughes, kültür turistlerini Esaslı-Tek Amaçlı, Esaslı-Çok Amaçlı, Dolaylı-Rastlantısal ve Dolaylı-Kazara şeklinde 4 grupta toplamıştır. İlk gruptakiler sadece tamamen kültürel nedenlerle ve amaçlarla hareket ederken, ikinci gruptakiler kültürel nedenler öncelikli olsa da başka güdülerle de hareket etmektedirler. Üçüncü gruptakiler seyahatlerinde kültürü ilk sıraya koymasalar da kültürel aktivitelere kapalı değildir ve fırsat buldukça kültürel hizmetlerden yararlanmaya önem vermektedirler. Dördüncü grup turistler ise kültürel amaç hiç taşımamaktadırlar ve başka güdülerle seyahat ederlerken bir şekilde kültürel hizmetlerden yararlanmaktadırlar (Altunel & Kahraman, 2012: 9). McKercher (2002) ise kültür turistlerini hem kültürel motivasyon durumlarına hem de kültürel hizmeti alırken yaşadıkları deneyim ve etkileşim düzeylerine göre iki boyutta değerlendirmiştir. Buna göre kültürel turistler; Amaçlı-Derin Deneyimli, Gezici-Yüzeysel Deneyimli, Sıradan-Yüzeysel Deneyimli, Kazara-Yüzeysel Deneyimli, Rastlantısal-Derin Deneyimli olmak üzere 5 grupta toplanmıştır. Bunlar içerisinde kültürel motivasyonu en yüksek grup Amaçlı-Derin Deneyimli turist gruplarıdır. Bu gruptakiler tamamen kültürel nedenlerle seyahat ederken, gittikleri yerlerde derin bir kültürel deneyim yaşamaktadırlar. Kültürel amaçlar, Gezici-Yüzeysel Deneyimli

turistlerde de ön plandayken bu gruptakiler deneyimlerini daha yüzeysel yaşamakta ve olayın biraz da eğlence, gezip ve görme tarafıyla ilgilenmektedirler. Sıradan-Yüzeysel Deneyimli turistlerde kültürel motivasyon orta düzeydedir ve deneyimlerini yüzeysel olarak yaşamaktadırlar. Kazara-Yüzeysel Deneyimli, Rastlantısal-Derin Deneyimli turistler ya çok az kültürel motivasyonu olan ya da hiç kültürel amaç taşımayan insanlardan oluşurken aralarındaki fark kültürel deneyimleri yaşama düzeylerinde ortaya çıkmaktadır (Sert, 2019: 537-538).



İKİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR TURİZMİ BAĞLAMINDA AĞRI İLİNİN ÖZELLİKLERİ

2.1. AĞRI İLİNE GENEL BAKIŞ

Ağrı ve çevresi bulunduğu bölgede, geçmişten günümüze kadar her dönemde bir geçiş noktası olma özelliği taşımış ve stratejik açıdan önemli bir yer tutmuştur. Sahip olduğu coğrafi konumun elverişliliği nedeniyle Anadolu'yu ele geçirmek isteyen, Asya kavimleri, dağlık Kafkasya bölgesinden inemedikleri için genellikle İran üzerinden gelmişler ve Ağrı onlara her zaman ilk geçiş kapısı olmuştur. Genelde bir geçiş noktası olarak kullanılması nedeni ile Ağrı, kültür ve medeniyet anlamında kalıcı bir merkez olamamasına rağmen yine de büyük ve küçük birçok uygarlığın izini günümüze taşımıştır. *Ağrı sırasıyla Hititler, Huriler, Urartular, Kimmerler, Meddiler, Ermeniler, Selökid İmparatorluğu, Sakalar, Arsaklılar, Artaksıyaslı Krallığı, Sasaniler, İlhanlılar, Çağataylar, Oğuzlar, Araplar, Abbasiler, Bagratlılar, bazen Bizanslılar, Selçuklular, Sökmenli Devleti, Harzemşahlar, Moğolların bir kolu olan Celayırlılar, Karakoyunlular, Akkoyunlular ve Temürlüler sınırları içerisinde yer almıştır* (Yıldırım, 2012: 3). Çaldıran Savaşı sonunda ise Yavuz Sultan Selim tarafından Osmanlı topraklarına katılmıştır. Osmanlı döneminde Şorbulak olarak anılan ilin adı, Ermeni işgali zamanında Karakilise olarak değiştirilmiştir. Kazım Karabekir Paşa tarafından geri alındıktan sonra Karakilise ismi değiştirilerek Karaköse diye adlandırılmıştır. Nuh Tufanı ile ilgisinden dolayı Tevrat'ta adı geçen Ararat Dağı'nın bulunduğu yerin Ağrı ve çevresi olarak düşünülmesi sebebiyle Ağrı'ya Batılılar tarafından Ararat da denilmektedir. 1834 yılında bucak, 1869 yılında ilçe olan Ağrı; Cumhuriyet döneminde, 1927'ye kadar merkezi Bayezid olan vilâyetin il merkezi 1927 yılında Karaköse'ye nakledilmiş, 1938'de ise 5.137 m yüksekliğiyle Türkiye'nin en büyük dağı olan Ağrı Dağı'ndan dolayı il Ağrı adını almıştır (T.C. Ağrı Valiliği (1), 2019; Halaçoğlu, 1988).

2.2. AĞRI İLİNİN İDARİ YAPISI

Ağrı ili, idari olarak merkez ilçe dâhil toplamda 8 ilçeden oluşmaktadır. Bunlar Diyadin, Doğubayazıt, Eleşkirt, Hamur, Patnos, Taşlıçay ve Tutak ilçeleridir. Bu

ilçelerden, Eleşkirt ilçe sınırları içerisinde üç (Yücekapı, Tahir ve Yayladüzü Beldeleri), Patnos ilçe sınırları içerisinde ise bir (Dedeli Beldesi) olmak üzere toplam dört belde yerleşkesi bulunmaktadır (Kocaman & Kaya, 2014: 17). Bunlara ek olarak ildeki belediye ve köy sayıları da Tablo 2.1.'de belirtilmektedir.

Tablo 2.1. Ağrı İli İdari Durumuna Göre Yerleşmeler.

İlçe Adı	Belediye Sayısı	Köy Sayısı
Merkez	1	105
Diyadin	1	62
Doğubayazıt	1	85
Eleşkirt	4	55
Hamur	1	46
Patnos	2	92
Taşlıçay	1	37
Tutak	1	80
Toplam	12	562

Kaynak: Kocaman & Kaya: 2014: 18

Tablo 2.1. incelendiğinde ildeki toplam belediye sayısı 12 olarak görülmektedir. Bu belediyelerin dağılımı, merkez ilçeyle beraber 8 ilçe belediyesi, Eleşkirt ilçesinde 3 ve Patnos ilçesinde 1 olmak üzere toplam 4 belde belediyesi şeklindedir. İldeki toplam köy sayısı ise 562 olarak görülmektedir. Bu köylerden 105'i merkeze bağlıyken, 62'si Diyadin, 85'i Doğubayazıt, 55'i Eleşkirt, 46'sı Hamur, 92'si Patnos, 37'si Taşlıçay, 80'i ise Tutak ilçelerine bağlıdır.

2.3. AĞRI İLİNİN COĞRAFİ YAPISI VE İKLİMİ

Ağrı, coğrafi konum olarak; 39.05 ve 40.07 kuzey enlemleri ile 42.20 ve 44.30 doğu boylamları arasında yer almaktadır. Deniz seviyesinden 1640 metre yükseklikte kurulmuştur. Anadolu İran'la bağlantısını sağlayan yolun üzerinde bulunması ile önemi artan ilin doğusunda İran (Maku İli), batısında Erzurum, güney batısında Muş, kuzeyinde Kars ve Iğdır, güneyinde Van ve Bitlis illeri bulunmaktadır. Doğu Anadolu Bölgesi'nin Yukarı Murat-Van bölümü içinde kalan yüksek Anadolu yaylasının devamı üzerinde yer almaktadır. Yüzölçümü 11376 kilometrekaredir. Topraklarının % 46'sını dağlık alanlar, % 29'unu ovalar, % 18'ini platolar ve % 7'sini yaylalar oluşturmaktadır. Ülkemizin en

doğusunda yer alan il toprakları, doğuda Küçük Ağrı Dağı'nın doğu etekleri, batıda Saç Dağı Geçidi, kuzeyde Aras Güneyi dağları, güneyde ise Süphan Dağı kuzey etekleri doğal sınıрыyla çevrilidir (Kaya ve Kocaman, 2014: 17; T.C. Ağrı İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (1), 2019). İlin coğrafi konumu nedeniyle ilde, içerisinde bulunduğu bölgenin de iklimi olan karasal iklim özellikleri görülür. Günlük ve yıllık farklarının fazlalığı ve özellikle de kış aylarının çok soğuk ve sert geçmesi, ilin yıllık sıcaklık ortalamasını ilçelere göre değişkenlik göstermesi de dikkate alındığında 6 – 9 derece aralığında tutmaktadır. İl merkezinin sıcaklık ortalaması 6 dereceyken; Doğubayazıt 9 derecelik ortalamasıyla en sıcak ilçe, Diyadin ilçesi 5 derecelik ortalamasıyla en soğuk ilçe konumundadır (Kocaman & Kaya, 2014: 27,28)



Kaynak: (Laf Sözlük Web Sitesi, 2020)

Şekil 2.1. Ağrı İli Coğrafi Görünümü Haritası

2.4. AĞRI İLİNİN SOSYO-EKONOMİK YAPISI

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)'nin 2019 yılsonu verilerine göre Ağrı ilinin toplam nüfusu 536.199'dur. Bu nüfusun 277.887'si (% 51,83) erkek, 258.312'si (% 48,17) ise kadındır. Bu rakamlara göre il, nüfus sayısı olarak Türkiye'de 81 il arasında 41. sırada olsa da nüfus yoğunluğu (47 kişi/km²) bakımından 61. sıradadır. 2019

verilerine göre ilin nüfusu bir önceki yıla göre 3,458 kişi (% 0,64) azalmıştır (TÜİK (1), 2020). İl nüfusunun ilçelere göre dağılımı ise Tablo 2.2’de belirtilmiştir. Tablo 2.2.’ye göre ilçeler nüfus sayıları bakımından karşılaştırıldığında, Ağrı ilinin merkez ilçeden sonra en kalabalık ilçelerinin sırasıyla Patnos ve Doğubayazıt olduğu görülmektedir.

Tablo 2.2. Ağrı İli 2019 Yılı İlçelere Göre Nüfus Dağılımı.

Ağrı İli İlçeleri	Toplam Nüfus	Erkek Nüfusu	Kadın Nüfusu	Toplam Nüfus	Nüfus Yüzdesi
Merkez	149.188	76.416	72.772	149.188	% 27,64
Patnos	122.833	64.732	58.101	122.833	% 22,76
Doğubayazıt	121.263	63.952	57.311	121.263	% 22,47
Diyadin	42.123	21.970	20.153	42.123	% 7,81
Eleşkirt	34.180	17.723	16.457	34.180	% 6,33
Tutak	30.505	15.690	14.815	30.505	% 5,65
Taşlıçay	20.450	10.469	9.981	20.450	% 3,79
Hamur	19.115	9.971	9.144	19.115	% 3,54

Kaynak: (TÜİK (2), 2020)

Karasal iklimin hâkim olduğu ilin ekonomisi tarım ve hayvancılığa dayanmaktadır. Ancak yıllık sıcaklık ortalamasının 6-7 °C olduğu ve özellikle de kış mevsiminin uzun ve sert geçtiği iklim şartları bu durumu olumsuz etkilemektedir. İlin geçim kaynağı büyük ölçüde tarım ve hayvancılıktır. Olumsuz coğrafik şartlar ve iklim koşullarından dolayı sanayinin gelişemediği, tarım ve hayvancılık faaliyetlerinin de yetersiz gelmesi işsizlik sorununu tetiklemekte ve Ağrı ilini en çok göç veren yerlerden biri haline getirmektedir. Bütün bu olumsuzluklarla beraber, çözülmeyi bekleyen sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel sorunları, yatırıma muhtaçlık ve kalkınma problemleri ve son olarak da potansiyel kaynakların yeterince kullanılamaması durumu Ağrı’yı ülkedeki en geri kalmış kentler sınıfına sokmaktadır (Kaya, Yalçınkaya & Yazgan, 2018: 4-7). İlde bu durumu değiştirmeye yönelik adımlar da atılmaktadır. Ağrı Valiliği tarafından 2017 yılında dört etaplı olarak başlatılan ve 2019 yılında da üç etabı faaliyete geçirilen “Tekstilkent” projesi ile hâlihazırda 11.000 kişilik istihdam alanı oluşturulmuştur. Kısmi olarak üretimin başladığı bu projeyle kentteki işsizlik sorununun önüne geçilmesi planlanmakta ve dördüncü etabın da bitirilip projenin tam kapasiteye ulaşmasıyla beraber kente, toplamda 20.000 kişilik istihdam sağlanması öngörülmektedir. Yürütülen bu

çalışmayla il ekonomisinin canlanması ve ekonomik kaygılarla başka şehirlere gidişlerin önünün kesilmesi, özellikle de genç nüfus göçünün durdurulması beklenmektedir (T.C. Ağrı Valiliği, 2020). Ağrı ili sosyal ve kültürel imkânlar açısından incelendiğinde ilin oldukça geri kaldığı görülmektedir. İldeki sinema ve tiyatro altyapısı yeterli değildir ve ilde henüz kapsamlı bir alışveriş merkezi bulunmamaktadır. 2007 yılında ilde kurulan Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi yapmış olduğu sosyal ve kültürel etkinliklerle ildeki bu alanda bulunan boşluğu doldurmada önemli bir görev üstlenmektedir. İldeki eğitim durumuna bakıldığında ise önceleri okullaşma oranı düşük olsa da son yıllarda yapılan çalışmalar ve geliştirilen politikalarla ilköğretim düzeyinde okullaşma oranı % 98 seviyesine çıkmıştır; ancak bu durum eğitim düzeyi arttıkça aksi bir durum söz konusu olmaktadır. Ağrı ilinde lise düzeyinde okullaşma oranı ortalaması (% 50), Türkiye ortalamasının (% 80) çok altında kalmaktadır. Bunun en önemli nedeni olarak eğitim olanaklarına erişim ve ulaşım imkânlarındaki yetersizlik olarak gösterilebilir. Bu oranlar cinsiyete göre ele alındığında, kadınlarda daha da düşük bir seyir izlemektedir. (SERKA, 2016). İldeki cinsiyetler arasındaki eşitsizlik düzeyinin yüksek olması da kadınların eğitim durumunu etkileyen faktörlerden biridir. Nitekim Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı (TEPAV) tarafından yapılan bir çalışmaya göre, Ağrı ili 2015 yılında Türkiye'deki cinsiyet eşitsizliği endeksi sıralamasında 62. sıradayken, 2017 yılında 19 basamak gerileyerek son sırada (81.) yer almaktadır (Kavas, 2018: 9).

2.5. AĞRI İLİNİN TURİZM POTANSİYELİ

Türkiye bulunduğu konum itibarıyla oldukça zengin bir turizm potansiyeline sahiptir. Ancak bu potansiyeli etkili bir biçimde kullanamamaktadır. Nitekim Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'nın 2019 verilerine göre Türkiye, ülkelere göre gelen turist sayısı sıralamasında 51.2 milyon kişiyle Avrupa'da dördüncü dünyada ise altıncı sıradadır. Ancak ülkelerin 2019 turizm gelirlerine bakıldığında Türkiye'nin 29.8 milyar dolarla dünyada on üçüncü sırada olduğu görülmektedir. Türkiye gibi birer Akdeniz ülkesi olan İspanya ve İtalya sırasıyla 79.7 ve 49.8 milyar dolar olan turizm gelirleriyle yine sırasıyla dünyada ikinci ve altıncı sıralarda yer almaktadırlar ve turist sayıları Türkiye'den oldukça fazladır (UNWTO, 2020: 6-7). Bu durum Türkiye'nin turizm potansiyelinin yeterince kullanılmadığının ispatı niteliğindedir. Bunun nedeni olarak Türkiye'nin ağırlıklı olarak klasik turizm anlayışını benimsemesidir.

Türkiye'nin dünyadaki turizm payını arttırması alternatif turizm türlerine yönelmesinden ve kırsaldaki potansiyeli ortaya çıkartmasından geçmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019: 18-22). Ağrı ili de Türkiye'deki turizm potansiyelinin ortaya çıkartılması noktasında dikkat çeken turizm kaynakları bulunan önemli yerlerdendir. Ağrı ili turizm potansiyeli açısından değerlendirildiğinde; ilin, kendisini önemli turizm kentleri arasına sokabilecek düzeyde güçlü niteliklere sahip olduğu görülmektedir. İlde bulunan çok sayıdaki doğal, tarihi ve kültürel değer bu niteliklerin başında gelmektedir. Bunlarla beraber kış mevsiminin Ağrı ilinde uzun sürmesi, ildeki dağlık alanların çokluğu, zengin flora ve fauna çeşitliliği, yöresel lezzetlerin ve geleneksel el sanatlarının varlığı gibi durumlar Ağrı ilini turizm alanında güçlü kılan diğer özelliklerdir (Karabulut & Köksal, 2018: 220-222).

2.5.1. Ağrı İlinin Turizm İstatistikleri

Bir ilin turizm potansiyeli değerlendirilirken, o ilin turizm arzını oluşturan ulaşım imkânları, doğal güzellikleri, kültürel ve tarihi değerleri, turizme yönelik hizmet veren tesisleriyle beraber değerlendirilmelidir (Yazgan & Kadanalı, 2012: 8). Ağrı, ulaşım olanakları bakımından incelendiğinde, kente diğer şehirlerden kara ve hava yolu ile ulaşım mümkünken demiryolu ulaşımı bulunmamaktadır. İl en yakın demiryolu hattı 94 km. uzaklıktaki Erzurum'un Horasan ilçesinden geçmektedir. İlde yıllık 3 milyon yolcu kapasitesi olan bir adet havalimanı (Ağrı Ahmed-i Hânî Havalimanı), bir adet de şehirlerarası otobüs terminali bulunmaktadır. 2023 yılına kadar tamamlanması planlanan ve yaklaşık uzunluğu 1.268 km olan Gerede, Merzifon, Gürbulak otoyolu ilin en önemli karayolu projesidir. *Ağrı ili, Portekiz'den başlayarak Gürbulak'ta son bulan, 10 ülkeyi birbirine bağlayan ve batı-doğu rotası olarak adlandırılan yaklaşık 5.700 km uzunluğundaki E-80 (Avrupa rotası) yolunun bitiş noktasıdır. Bu yolun 195 km'si Ağrı ili sınırlarında kalmaktadır. Bu noktanın devamı Gürbulak'tan sonra Asya yolu ile birleşmekte ve Japonya'ya kadar uzanarak dünyanın en uzun rotasını (20.557 km) oluşturmaktadır.* Ağrı ilini komşu illere bağlayan karayollarının bölünmüş yollarla desteklenmesi kente daha rahat ve güvenli bir ulaşım imkânı sağlamaktadır. İl merkezinin, ilçelere ve belli başlı büyükşehirlerle olan uzaklığı tablo 2.3.'te belirtilmektedir (Tutar (ed.), 2013: 15-17). Tablo 2.3.'e göre Ağrı iline en yakın ilçe Hamur (14 km) ilçesiyken, en uzak ilçe Doğubayazıt (94 km) ilçesidir. İllere olan

mesafesi incelendiğinde, ilin sınırı olduğu diğer illerden Ağrı'ya en yakın olanı Iğdır (143 km) iliyken, Erzurum ilinin, büyükşehir düzeyindeki en yakın komşu il olduğu görülmektedir. Ağrı ili, Türkiye'nin nüfus bakımından en önde gelen 3 büyükşehir statüsündeki illerinden; Ankara'ya 1054 km, İstanbul'a 1407 km ve İzmir'e 1640 km uzaklıktadır.

Tablo 2.3. Ağrı İl Merkezinin İlçelerine ve Belli Başlı İllere Uzaklığı.

İlçe Adı	Uzaklık (km)	Yakın İller	Uzaklık (km)	Uzak İller	Uzaklık (km)
Diyadin	59	Ardahan	308	Adana	966
Doğubayazıt	94	Bitlis	234	Ankara	1054
Eleşkirt	33	Erzurum	183	Gaziantep	754
Hamur	14	Iğdır	143	İstanbul	1407
Patnos	79	Kars	214	İzmir	1640
Taşlıçay	31	Muş	245	Kayseri	812
Tutak	40	Van	228	Trabzon	476

Kaynak: (T.C. Karayolları Genel Müdürlüğü, 2020)

Ağrı ilinin turizm arzı bileşenlerinden bir diğeri de doğal, kültürel ve tarihi değerlerinden oluşan turistik çekicilikleridir. Serhat Kalkınma Ajansı (SERKA)'nın 2015 yılında Ağrı'nın da içinde bulunduğu TRA2 bölgesi turizmi üzerine yapmış olduğu çalışmada Ağrı ilinin turizm değerlerini de analiz etmiştir. *Turizm varlığının sanatsal değeri, ulusal / uluslararası ünü, insanlara çağrışımları, genel fiziksel durumu kriterlerinin incelendiği "İçsel Değer" ve ziyaretçi sayısı, yakınlık, ulaşılabilirlik (ulaşım, engellilere kolaylığı gününbirlik ihtiyaçların karşılanması vb.), koruma kriterleri kapsamında incelenen "Kullanım Değeri" temel alınarak yapılan bu analizin değerlendirme sonuçları* Tablo 2.4.'de gösterilmiştir (Çalışkan & Eryıldırım, 2015: 20-21). Tablo 2.4.'e göre Ağrı ilinin en önemli ve en önde gelen turizm değerlerinin en yüksek ortalamayla Ağrı Dağı ve çevresi olduğu gözlenmektedir. Bu değerlerden Ağrı Dağı 4,25'lik genel değerlendirme ortalamasıyla en başta gelirken, onu 3,69'luk ortalamayla İshakpaşa Sarayı ve 3,25'lik ortalamayla İshakpaşa Sarayı'nın çevresinde bulunan Ahmed-i Hani Türbesi, Bayazıt Camii, Urartu Kalesi gibi yapılar izlemektedir. Tablo 2.4.'teki duruma göre Ağrı ilinin önem arz eden turistik değerlerinden 5'i ilk sıralarda olmak üzere toplamda 6 değeri Doğubayazıt ilçesinde bulunmaktadır. Buradan hareketle Ağrı ilinin,

turizm sektörü açısından çıkış noktasının Doğubayazıt olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Tablo 2.4. Ağrı İli Somut Varlıklar Değerlendirme Sonuçları.

DEĞERLENDİRME ALANI	İÇSEL DEĞER ORTALAMASI	KULLANIM DEĞERİ ORTALAMASI	GENEL ORTALAMA
Ağrı Dağı	4,50	4,00	4,25
İshakpaşa Sarayı	3,63	3,75	3,69
İshakpaşa Sarayı Çevresindeki Yapılar	3,00	3,50	3,25
Nuh'un Gemisi	3,88	2,13	3,00
Balık Gölü	2,75	2,00	2,38
Diyadin Kaplıcaları	2,00	2,75	2,38
Meteor Çukuru	2,00	2,00	2,00
Kümbet	2,00	2,00	2,00
Buz Mağarası	1,50	1,69	1,59
Meya Kaya Yerleşimi	1,81	1,13	1,47
Patnos Baraj Gölü	1,38	1,50	1,44
Şoşik Kalesi	1,38	1,00	1,19
Anzavur Kalesi	1,13	1,13	1,13
Karagöz Kaya Kilisesi	1,00	1,00	1,00

Kaynak: Çalışkan & Eryıldırım, 2015: 21

Turizme yönelik hizmet veren tesis ve işletmeler turizmin sektörün temel unsurlarından birisidir. Bu doğrultuda Ağrı ilinin turizm arzı konaklama imkânları incelendiğinde 2019 yılsonu itibarıyla (Tablo 2.5.) ilde toplam 39 konaklama tesisi olduğu görülmektedir. Bu tesislerden 26'sı bakanlık işletme belgeliyken, 3'ü bakanlık yatırım belgelidir. Geriye kalan 10 tesis ise belediye belgeli işletmelerden oluşmaktadır. İldeki konaklama tesislerinin toplam oda sayısı 1406 adet, toplam yatak sayısı ise 2658 adet olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 2.5. Ağrı İli 2019Yılı Konaklama Tesisleri İstatistikleri.

		TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI
BAKANLIK BELGELİ TESİS	İşletme Belgeli	26	785	1491
	Yatırım Belgeli	3	221	442
BELEDİYE BELGELİ TESİS		10	400	725
TOPLAM		39	1406	2658

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (1), 2020

5 yıldızlı otelin hiç olmadığı ve nitelikli tesislerin azlığının hemen farkedildiği ilde bu tür işletmelerin yoğunlukla Doğubayazıt ilçesinde olduğu göze çarpmaktadır. Bu durumun nedeni olarak, ilin en önemli somut turizm varlıklarının bu ilçede bulunması gösterilebilir. Ağrı İli Bakanlık Turizm İşletme Belgeli Başlıca Konaklama Tesisleri (Tablo 2.6.) incelendiğinde ilin, bir adet 4 yıldızlı, 7 adet 3 yıldızlı ve 2 adet 2 yıldızlı otele sahip olduğu görülmektedir. Bu otel işletmelerinin 5'i Ağrı il merkezinde 5'i ise Doğubayazıt'ta bulunmaktadır. Söz konusu işletmelerin oda ve yatak kapasiteleri, bu tesislerin türlerine ve bulundukları yerlere göre sınıflandırıldığı Tablo 2.6.'da belirtilmektedir.

Tablo 2.6. Ağrı İli Bakanlık Turizm İşletme Belgeli Başlıca Konaklama Tesisleri.

TESİS	TESİSİN TÜRÜ	TESİSİN BULUNDUĞU YER / İLÇE	ODA SAYISI	YATAK SAYISI
GRAND CENAS	4 Yıldızlı Otel	Merkez	89	120
CENAS OTEL	3 Yıldızlı Otel	Merkez	56	120
HATEMOĞULLARI OTEL	3 Yıldızlı Otel	Merkez	27	32
OTEL BİRLİK ŞAHİN	3 Yıldızlı Otel	Merkez	24	52
METECAN OTEL	2 Yıldızlı Otel	Merkez	20	36
GOLDEN HILL OTEL	3 Yıldızlı Otel	Doğubayazıt	90	160
GRAND AĞA OTEL	3 Yıldızlı Otel	Doğubayazıt	60	137
SİM-ER TURİSTİK TESİSLERİ	3 Yıldızlı Otel	Doğubayazıt	125	250
NUH OTEL	3 Yıldızlı Otel	Doğubayazıt	57	107
OTEL DOĞUŞ	2 Yıldızlı Otel	Doğubayazıt	30	60

Kaynak: T.C. Ağrı İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (1), 2020

Tablo 2.6’da belirtilen tesisler dışında Ağrı il merkezinde ve ilçelerinde olmak üzere misafirhaneler ve bakanlık belgeli çok sayıda apart otel bulunmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (1), 2019). Ağrı ili ve ilçelerindeki bakanlık turizm işletme belgeli konaklama tesisleri; tesislere geliş, tesislerde geceleme, ortalama kalış süreleri ve doluluk oranları bakımından incelendiğinde (Tablo 2.7), 2019 yılında ildeki tesislere gelişlerin sayısı 3.952’si yabancı ve 43.701’i yerli olmak üzere toplam 47.653 olarak görülmektedir. Tesislerdeki toplam geceleme sayısı 74.101 olarak görülürken; bu gecemelerin 7.077’si yabancı, 67.024’ü ise yerli ziyaretçiler tarafından gerçekleştirilmiştir. Tesislerdeki toplam ortalama kalış süresi 1,56 gündür. Bu süre yabancı ziyaretçilerde 1,79, yerli ziyaretçilerde 1,53 olmuştur. Tesislerdeki toplam doluluk oranı % 27,41 olarak gerçekleşmektedir. Bu oranın % 2,62’lik kısmını yabancı ziyaretçiler oluştururken, % 27,41’lik kısmını yerli ziyaretçiler oluşturmaktadır. Tablo 2.7. ilçeler için değerlendirildiğinde, tesise geliş ve geceleme toplam sayılarında merkez ilçe diğer ilçelerin önünde yer alırken, sadece yabancı ziyaretçiler dikkate alındığında Doğubayazıt ilçesi diğer ilçelerin önüne geçmektedir. Tesise geliş ve geceleme sayıları bakımından en düşük değerlere sahip ilçe ise Hamur ilçesi olarak görülmektedir.

Tablo 2.7. Ağrı İlindeki Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Tesislere Geliş, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi Ve Doluluk Oranlarının İlçelere Göre Dağılımı (2019).

		AĞRI						
		MERKEZ	DOĞUBAYZIT	ELEŞKİRT	PATNOS	TUTAK	HAMUR	TOPLAM
TESİSE GELİŞ SAYISI	YABANCI	766	2 157	403	254	371	1	3 952
	YERLİ	29 894	6 545	2 852	1 838	2 502	70	43 701
	TOPLAM	30 660	8 702	3 255	2 092	2 873	71	47 653
GECELEME	YABANCI	961	3 966	846	531	772	1	7 077
	YERLİ	38 327	11 699	7 729	3 645	4 964	750	67 024
	TOPLAM	39 138	15 665	8 575	4 176	5 736	751	74 101
ORTALAMA KALIŞ SÜRESİ	YABANCI	1,25	1,84	2,10	2,09	2,08	1,00	1,79
	YERLİ	1,28	1,79	2,71	1,98	1,98	10,71	1,53
	TOPLAM	1,28	1,80	2,63	2,00	2,00	10,58	1,56
DOLULUK ORANI (%)	YABANCI	0,71	5,01	3,53	4,43	4,66	0,03	2,62
	YERLİ	28,17	14,77	32,20	30,38	29,98	26,04	24,79
	TOPLAM	28,88	19,78	35,73	34,80	34,64	26,08	27,41

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2), 2020

Ağrı ili ve ilçelerindeki belediye belgeli konaklama tesisleri; tesislere geliş, tesislerde geceleme, ortalama kalış süreleri ve doluluk oranları bakımından incelendiğinde ortaya çıkan durum Tablo 2.8.'de ifade edilmektedir. Tablo 2.8.'e göre, 2019 yılında ildeki belediye belgeli tesislere gelişlerin sayısı 7.039'u yabancı ve 23.978'i yerli olmak üzere toplam 31.020 olarak görülmektedir. Belediye belgeli tesislerdeki toplam geceleme sayısı 58.093 olarak görülürken; bu gecemelerin 11.854'ü yabancı, 46.239'u ise yerli ziyaretçiler tarafından gerçekleştirilmiştir. Tesislerdeki toplam ortalama kalış süresi 1,87 gündür. Bu süre yabancı ziyaretçilerde 1,93, yerli ziyaretçilerde 1,68 olmuştur. Tesislerdeki toplam doluluk oranı % 22,26 olarak gerçekleşmektedir. Bu oranın % 4,54'lük kısmını yabancı ziyaretçiler oluştururken, % 17,72'lik kısmını yerli ziyaretçiler oluşturmaktadır.

Tablo 2.8. Ağrı İlindeki Mahalli İdarelerce Belgelendirilen Konaklama Tesislerinde Tesislere Geliş, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi Ve Doluluk Oranlarının İlçelere Göre Dağılımı (2019).

		AĞRI			
		MERKEZ	DOĞUBAYAZIT	PATNOS	TOPLAM
TESİSE GELİŞ SAYISI	YABANCI	264	5 526	1 249	7 039
	YERLİ	6 370	13 480	4 133	23 983
	TOPLAM	6 634	19 006	5 382	31 022
GECELEME	YABANCI	460	9 108	2 286	11 854
	YERLİ	11 435	27 414	7 390	46 239
	TOPLAM	11 895	36 522	9 676	58 093
ORTALAMA KALIŞ SÜRESİ	YABANCI	1,74	1,65	1,83	1,68
	YERLİ	1,80	2,03	1,79	1,93
	TOPLAM	1,79	1,92	1,80	1,87
DOLULUK ORANI (%)	YABANCI	1,06	5,71	3,92	4,54
	YERLİ	26,47	17,19	12,67	17,72
	TOPLAM	27,53	22,90	16,59	22,26

Kaynak: T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı (3), 2020

Tablo 2.8.'deki veriler ilçeler bazında incelendiğinde belediye belgeli tesislerin değerlendirmesine merkez ilçe dışında sadece Doğubayazıt ve Patnos ilçelerinin girebildikleri görülmektedir. Tablodaki toplam geliş sayıları, geceleme ve kalış süreleri ile ilgili değerlendirmelerin tamamında Doğubayazıt ilçesinin diğer ilçelere göre oldukça

önde olduğu görülmektedir. Özellikle yabancı gelişler ve gecelemlere bakıldığında Doğubayazıt ilçesinin diğer ilçelerle aralarındaki sayısal farklar dikkat çekmektedir. Tablo 2.7. ve Tablo 2.8. karşılaştırıldığında Doğubayazıt ilçesindeki belediye belgeli tesislerin, tesise geliş ve geceleme noktasında bakanlık işletme belgeli tesislere göre daha çok tercih edilmesi ise dikkat çeken başka bir durumdur.

2.5.2. Ağrı İlindeki Alternatif Turizm Türleri

Alternatif turizm, kitle turizmine karşı ortaya çıkan, klasik turizm anlayışına bir tepki olarak gelişen bir turizm anlayışıdır. Butler' a göre (1990) gidilen yerler ve bu yerlerde yaşayan insanlar üzerindeki olumsuz etkilerin, ekonomik kazançların zarar görmeden en aza indiği turizm şeklidir (Özgüç, 2003: 189). Alternatif turizme başlarda, kitle turizminin tamamlayıcısı gözüyle bakılsa da son dönemlerde hem dünyada hem de ülkemizde kendine özgü bir takım özellikler taşıyan yeni bir turizm anlayışı olduğu görüşü ağır basmaya başlamıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı “2023 Turizm Stratejileri” kitapçığında alternatif turizmle ilgili olarak sağlık turizmi ve termal turizm, kış turizmi, golf turizmi, eko ve yayla turizmi, kongre ve fuar turizmi gibi alternatif türlere öncelik vermiştir (Hacıoğlu & Avcıkurt, 2008: 9).

Tablo 2.9.'da Türkiye'nin alternatif turizm konusunda sahip olduğu güçlü ve zayıf yanları değerlendirilmiştir. Tablo 2.9. incelendiğinde Türkiye'nin turizm alanında sadece deniz, kum ve güneş anlayışına değil bunların dışındaki farklı turistik beklentilere de cevap verebilecek bir ülke olduğu görülmektedir. Kültürel çeşitlilik, yeraltı ve yerüstü kaynaklarının çokluğu, dağlık alanlarının fazlalığı, yıl boyunca bütün mevsim özelliklerinin görülmesi, tarihi ve dini çok sayıda değere sahip olunması gibi özellikler Türkiye'yi alternatif turizm kapsamında güçlü kılan unsurlardır.

Tablo 2.9. Türkiye'nin Alternatif Turizmdeki Güçlü ve Zayıf Yanları

GÜÇLÜ YANLARI	ZAYIF YANLARI
Alternatif turizme elverişli doğal kaynaklara, iklime ve bozulmamış çevreye sahip olması.	Alt yapının alternatif turizm faaliyetleri için yeterince gelişmemiş olması.
Kültür turizmine uygun kültürel zenginliğe sahip olması.	Finansman yetersizliği.
Termal turizm için çok sayıda termal kaynağın bulunması.	Toplumda alternatif turizm bilincinin gelişmemiş olması.
Başta Karadeniz olmak üzere birçok bölgede yayla turizmi potansiyelinin olması.	Alternatif turizm kaynaklarının yeterince tanıtılamaması ve bütçe yetersizliği
Kongre turizmi için uygun birçok tesisin olması.	Turist sağlığı ve güvenliği konusundaki yetersizlikler.
Başta Antalya ve çevresi olmak üzere çeşitli bölgelerin yüksek gelir getirici golf turizmine olanak sunması.	Çarpık yapılaşma nedeniyle doğal çevrenin zarar görmesi.
İnanç turizmi açısından önemli sayılabilecek ve birçok dine hitabeden eserlere sahip olması.	Doğal, kültürel ve tarihi mirasın yeterince korunamaması.
Çeşitli doğal alanlara ve tabiat harikalarına (Kapadokya, Pamukkale) sahip olması.	Ülke ve turistik ürün imajının alternatif turizm imkânlarını olumsuz etkilemesi.
Dağcılık ve kış turizmine katkı yapabilecek çok sayıda dağın olması. (Ağrı, Erciyes, Kaçkar, Palandöken, Süphan vb.)	Alternatif turizme yönelik yatırım teşviklerinin yetersiz kalması.
Akarsu turizmi için uygun çok sayıda akarsuyun bulunması.	Yerel yönetimlerin alternatif turizm ürünlerine yeterince önem vermemesi.

Kaynak: Hacıoğlu ve Avcıkurt 2008: 11-12

Türkiye, turizmden elde ettiği geliri arttırmak adına, dünyada değişmeye başlayan turizm anlayışına ayak uydurmak ve alternatif turizme yönelmek durumundadır. Bu noktada Ağrı ili, alternatif turizm türlerinin Türkiye'deki gelişimine katkı sağlayabilecek önemli yerlerden birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Tablo 2.9.'da alternatif turizmde Türkiye'yi güçlü kılan unsurlara Ağrı ilinde de rastlamak mümkündür. İldeki bu unsurlar; örf ve adetler, coğrafi özellikler, akarsular, termal kaynaklar, mağaralar, dağlar, yaylalar, camii, kilise ve kümbetler, saraylar, tarihi kalıntılar, eski yerleşim yerleri gibi değerler olarak ortaya çıkmaktadır (T.C. Ağrı İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2), 2020). İnsanlar turizm faaliyetine katılma kararı aldıklarında bir takım amaçlara ve özelliklere dikkat ederler. Bu amaçlar kitlelerin kararlarını ve aldıkları kararlardan sonrasını etkilemektedir. Kişilerin içerisinde bulundukları sosyal ve ekonomik durumları da yapmak istedikleri etkinlik kararını etkileyen diğer faktörlerdir. Bütün bu durumlara bağlı olarak turizm

türleri diye bir sınıflandırma yapılmıştır. Bu sınıflandırma, yapılacak aktivite ve sunulan turistik ürünlere göre fiziksel ve kültürel amaçlar doğrultusunda yapılabilir (Ürger, 1993: 108). Bu amaçlar doğrultusunda sahip olduğu ve daha önce de belirtildiği gibi doğal, tarihi ve kültürel değerler dikkate alındığında, Ağrı ilinde yapılabilecek alternatif turizm faaliyetleri; kültür turizmi, inanç turizmi, kış ve dağ turizmi, doğa veya özel ilgi turizmi, yayla turizmi, mağara turizmi, av turizmi ve termal turizm şeklinde sıralanabilir. (Karabulut ve Köksal, 2018: 208).

2.5.2.1. Kültür Turizmi

Kültür turizmi kavramı birçok turizm faaliyetini içine alabilen karmaşık yapıya sahip bir kavramdır. Kültür kavramının içine bir toplumla alakalı olarak tarihten doğaya, sanattan edebiyata, mimariden müzik ve eğlenceye, yaşam biçiminden geleneklere ve davranışlara kadar birçok faktör girmektedir. Bütün bunlar toplumların geçmişten devraldıkları, günümüzde de canlı tuttıkları ve yarınlara aktaracakları miraslarıdır. Ancak olayın turizm boyutuna gelince, bu faktörler başka gruplara veya toplumlara ait bireylere, onların kültürlerine açık olan ve yakın gelen yönleriyle bir anlam ifade etmektedir (Özgüç, 2003: 82). Kültür turizmi, insanlara her ziyaret ettikleri yerler için ayrı bir kültürel kimlik kazandırmaktadır (Urusevic, 2012: 68) Kültür turizmi, bir ülkenin ya da milletin temel değerlerini yansıtan; gelenekleri, sanat anlayışları ve eserleri, özel günleri, yaşam biçimleri gibi çeşitlilikleri yerinde görerek tecrübe etmektir (Hargrove, 2014: 3)

Kültürel anlamda bir değer ifade eden bu etmenler dikkate alındığında, eski zamanlarda birçok uygarlığa geçiş noktası olan ve günümüzde de bu jeopolitik önemini devam ettiren Ağrı ilinin çok sayıda kültürel değere sahip olduğu bilinmektedir. Kaleler, eski mezarlıklar (nekropol), antik kentler, eski yerleşim yerleri ve su kanalları, höyükler (altında eski kalıntıların olduğu toprak tepeler) gibi çok sayıda kültürel anlamda önem arz eden bir mirasın sahibi olarak Ağrı'nın kültür turizmi potansiyeli Tablo 2.10'da belirtilmektedir.

Tablo 2.10. Ağrı İlinin Kültür Turizmi Potansiyeli

Turizm Türü	İlçeler	Turistik Alanlar
Kültür Turizmi	Merkez	Harabegöl ve Pazı Kaleleri, Suçatağı Yerleşimi, Yığın-tepe Höyüğü
	Diyadin	Diyadin, Tokluca, Avnik ve Kuje Kaleleri, Meya Antik Kenti, Dedebulak Köyü Kalesi ve Nekropolü, Heybeliyurt Kalesi ve Nekropolü, Büvetli Köyü ve Nekropolü, Yeşildurak Köyü Höyüğü
	Doğubayazıt	İshak Paşa Sarayı, Doğubayazıt Kalesi, Beyazıt Eski Camii, Kızıl Ziyaret, Gürgüre, Ardıç ve Balıklıgöl Kaleleri, Ferhat Su Kanalı, Pınarcık Kalesi ve Nekropolü, Şorik Kalesi ve Nekropolü, Alacalı Köprüsü
	Eleşkirt	Toprakkale Antik Kenti, Toprakkale Camii, Sadaklı Köyü Höyüğü, Pirabat Höyüğü
	Hamur	Şoşık, Haveran ve Karlıca Kız Kaleleri, Hamur Kümbetleri, Gültepe Höyüğü, Yamaç Mezrası Höyüğü, Beklemez Köyü Kardeşler Mezrası Kaya Yerleşimi ve Kaya Mezarları
	Patnos	Patnos Kümbetleri, Anzavur Tepe Höyüğü ve Kalesi, Girik Tepe, Esenbel (Meciya) Kalesi, Keçi/Kalebızın Kalesi, Kuli/Kalekuli Kalesi, Liç Kalesi ve Nekropolü, Dedeli Köyü Kalesi ve Nekropolü, Konakbey ve Gavurdağı Nekropolü, Köşeler Köyü Kümbeti, Bağdışan Höyüğü
	Taşlıçay	Gündoğdu Köyü Mağara Mezrası ve Kaya Mezarları, Dumanlı Köyü Kaya Yerleşimleri ve Kaya Mezarları, Akyıldız Köyü Nekropolü, Taşlıçay Höyüğü, Yassı Höyük
	Tutak	Karagöz Kilisesi, Kan, Zincir, Çırpılı Köyü Kaleleri, Atabindi Köyü Kaya Mezarları ve Kaya Yerleşimi, Atabindi Köprüsü

Kaynak: Karabulut ve Köksal, 2018: 219

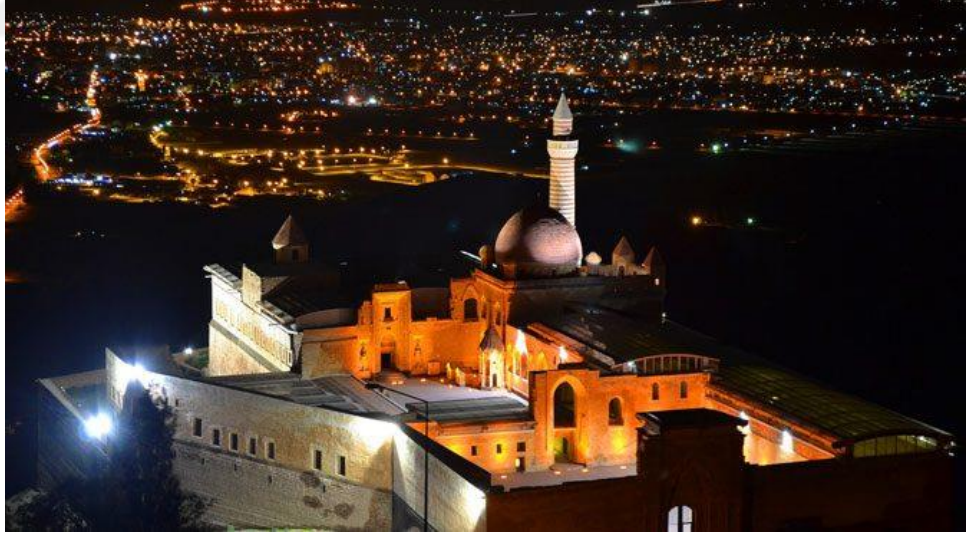
Ağrı ilinin sahip olduğu bir çok kültürel değer arasında ismi en çok duyulan kuşkusuz Doğubayazıt ilçesinde bulunan İshak Paşa Sarayı'dır. Bu saray, Ağrı ilindeki turizm potansiyeli açısından büyük önem arz eden eserlerin başında gelmektedir. Gerek mimari özellikleriyle gerekse de dikkat çeken görseliyle ülkemizdeki kültürel mirasın en önde gelen örneklerinden biridir. Sarayın yapımına 1685 yılında Doğubayazıt Sancak Beyi Çolak Abdi Paşa zamanında başlanılsa da, bitirilmesi 1784 yılında II. İshak Paşa döneminde gerçekleşir. Saray, Osmanlı döneminin Lale Devri'ne ait eserlerden biridir; ancak Selçuklu mimarisini anımsatan gösterişli süsleme ve bezemeler de görülür. Topkapı Sarayı'nın minyatürü benzetmesi yapılan saray "U" şeklinde tasarlanmış

binaları, iki adet avlusu ve dünyanın ilk kalorifer sistemine sahip olmasıyla özgün bir kimliğe bürünmektedir (Serka, 2012: 22).



Kaynak: Anadolu Ajansı, 2019

Fotograf 2.1. İshak Paşa Sarayı'nın Kış Mevsiminde Dışarıdan Görünüşü



Kaynak: Sözcü, 2014

Fotograf 2.2. İshak Paşa Sarayı'nın Gece Görünüşü



Kaynak: Türkiye Kültür Portalı (1), 2019

Fotograf 2.3. İshak Paşa Sarayı'nın Üstten Görünüşü

Üç bölümden meydana gelen sarayın ilk bölümü, en dıştaki mukarnaslı taç kapıdan girildikten sonra ulaşılan genişçe alandır. Bu bölümde muhafız odaları, çeşme ve alt katında ise zindanlar bulunur. Birinci bölümün batısındaki kapı ise ikinci bölümün girişidir. İkinci bölüm sarayın ortasında kalan selamlık, camii, kümbet ve divan odası gibi kısımların bulunduğu bölümdür. Üçüncü ve son bölüm ise saray sakinlerinin özel ve aile yaşamlarının geçtiği “Harem” bölümüdür. Burada da mutfak, hamam gibi alanlar ve saray sakinlerinin odaları bulunmaktadır. Saray mimarisinde genelde sarı kalker kesme taşlar görülmektedir. Çeşitli kısımlarda kırmızı renkli taşlarla süslenmiştir.



Kaynak: Türkiye Kültür Portalı (1), 2019

Fotograf 2.4. İshakpaşa Sarayı'nın Mukarnaslı Taç Giriş Kapısı

Harem bölümündeki muayede (kutlama, bayramlaşma) odasında sarı kesme taşlar siyah bazalt taşlarla kombinlenmiştir. Bu taşların özelliği toprak altından yumuşak olarak çıktıktan sonra kolayca şekil verilebilmesi ve havayla temas ettikçe giderek sertleşmesidir. Bazı bölümlerde kullanılan taşların üzerlerinde küçük işaretler görülmektedir. Bu işaretler işi yapan taş ustaları tarafından işin kim tarafından yapıldığı bilinsin diye kasıtlı olarak bırakılan “Taşçı Markaları”dır. Sarayın başta muayede odasının pencerelerinin üstünde olmak üzere muhtelif yerlerinde içerisinde ayet, kaside ve beyit içeren çerçevesi süslü kitabeler bulunmakla beraber yine değişik noktalarda nişler, oyulmuş taşlardan süslemeler, kabartmalı bordürler ve lale, sümbül, gül, karanfilkiraz, nilüfer ve nar çiçeklerinden bezemeler görülmektedir. Bu bölümde bir de hasbahçe bulunmaktadır.



Kaynak: T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2019

Fotograf 2.5. Muayede Odası

Sarayın dikkat çeken başka bir noktası da selamlık kısmı balkonunun destekleridir. Bu destekler en altta insan onun üstünde aslan en üstte ise kartal figürlerinin işlendiği üç katlı ahşap taşıyıcılardır. Doğubayazıt ilçesinin yaklaşık 8 km. dışında Ağrı Dağı'nın eteklerinde ovaya hakim bir tepede yer alan saraydaki harem bölümünün pencerelerinin sadece ovayı görecek şekilde konumlandırılması da başka bir mimari detaydır.



Kaynak: Tırak & Erdin, 2009: 127-128

Fotograf 2.6. Figürlü Ahşap Taşıyıcılar

Saray içerisinde tabandan giden su kanallalları mevcuttur. Günümüze kadar gelemeyen bir kazan dairesi olduğu düşünülen sarayda ısınmanın bu kanallardan geçirilen sıcak su ve su buharıyla ısıtıldığı ileri sürülmektedir. İçme suyu ihtiyacının giderilmesi

için saray dışından su kanallarıyla su getirildiği ve bu suyun borular yardımıyla dağıtıldığı düşünülmektedir. Sarayda da bunu doğrular nitelikte taştan boru kalıntıları bulunmaktadır. (Bingöl, 2008: 67,69,167,198; Bulut, 2014: 43-47,105,119).



Kaynak: Türkiye Kültür Portalı (1), 2019

Fotograf 2.7. İshakpaşa Sarayı'nın İç Avlusu

Daha önce çok defa restorasyon geçiren İshak Paşa Sarayı'nın önceki restorasyonlarda üstü açık olan bir çok alanı bakır çatı ile kaplanmıştır. Yapının bundan zarar görmesi nedeniyle 2008 yılında tekrar restore edilmeye başlanmış ve bakır çatılı alanlar şeffaf cam çatıyla kaplanarak çatı restorasyonu 2011 yılında tamamlanmıştır (<https://www.milliyet.com.tr>).

2.5.2.2. İnanç Turizmi

İnsanları turizm hareketine katan önemli psikolojik etkenlerden birisi de dini simge ve motiflerdir. Bireyler kendilerince kutsal gördükleri yerleri ve imgeleri ziyaret etmek isterler. Bütün semavi (tek tanrı inancını benimseyen) dinlere hitap eden özelliklere ve motiflere sahip olan Anadolu bu tür yerlere en iyi örneklerden biridir (Öztaş, 2002: 25). Anadolu'nun sınır şehirlerinden biri konumunda ve tarih boyunca birçok devletin hem geçiş noktası hem de konak yeri olan Ağrı ili bu durum neticesinde çok sayıda inanç değerine de sahip olmuştur. Bütün bunlar Ağrı ilinin inanç turizmi noktasında bir potansiyelinin olduğunu ortaya koymaktadır. Ağrı ilinin camii, türbe, kilise, kümbet,

mezarlık, höyük gibi değerlerden oluşan inanç turizmi potansiyeli Tablo 2.11.'de belirtilmektedir.

Tablo 2.11. Ağrı İlinin İnanç Turizmi Potansiyeli.

Turizm Türü	İlçeler	Turistik Alanlar
İnanç Turizmi	Merkez	-
	Dişadin	-
	Doğubayazıt	İşhak Paşa Sarayı, Beyazıt Eski Camii, Ahmed-i Hani Türbesi, Nuh'un Gemisi'nin izi, Seslitaş Köyü Mezarlığı, Seslitaş Kurganı
	Eleşkirt	Toprakkale Antik Kenti, Toprakkale Camii, Sadaklı Köyü Höyüğü, Pirabat Höyüğü
	Hamur	Hamur Kümbetleri ve Sürmeli Mehmet Paşa Kümbeti, Beklemez Yeraltı Kilisesi
	Patnos	Patnos Kümbetleri
	Taşlıçay	Üçkilise
	Tutak	Karagöz Kilisesi, İsaabat Köyü Kilisesi Kalıntısı

Kaynak: Karabulut ve Köksal, 2018: 219

Tablo 2.11'de görüldüğü üzere Ağrı ilinde inanç turizmine hitap edebilecek çok sayıda değer bulunmaktadır. Bunların çoğu tam anlamıyla turizme kazandırılmamış olsa da, yöre halkı ve civar illerdeki insanlar açısından önem arz eden "Ahmed-i Hani Türbesi" ve bütün semavi dinlerce değer gören "Nuh'un Gemisi'nin İzi" bu inanç değerlerinin en önde gelenleridir. Miladi 1651 yılında doğan Ahmed-i Hani'nin ismini bugünkü Hakkâri ili yakınlarında bulunan Han Köyü ve buradaki Hani Aşiretinden aldığı tahmin edilmektedir. Cizre de bulunduğu sırada kaleme aldığı Leyla ile Mecnun veya Ferhat ile Şirin türünden bir mesnevi olan Mem u Zin adlı mesnevisi en çok bilinen eseridir. Döneminin önemli âlimlerinden biri olarak sayılan Ahmed-i Hani günümüzde de bölgedeki insanlar tarafından önemli bir manevi şahsiyet olarak görülmektedir. Eserlerinde yöresel dil olan Kürtçeyi de kullanması onu farklı kılan özellikler arasında gösterilmektedir. Eserlerinden birindeki bir ifadeden yola çıkılarak 1707 yılında vefat ettiği öne sürülen Ahmed-i Hani'nin türbesi Doğubayazıt ilçesindeki İşhak Paşa Sarayı'nın yakınlarında bulunmaktadır (Özervarlı, 1997).



Kaynak: T.C. Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi (1), 2019

Fotograf 2.8. Ahmed-i Hani Türbesi



Kaynak: Anadolu Ajansı, 2017

Fotograf 2.9. Ahmed-i Hani Türbesi'nin Girişi

Ağrı ilini ön plana çıkartan diğer bir inanç değeri de “Nuh’un Gemisi’nin İzi” dir. Ağrı Dağı’nın eteklerinde bulunan ve şekil yönünden gemiye benzetilen bu izi ilginç kılan ise Büyük Tufan’dan sonra Hz. Nuh’un gemisinin buraya indiğini anlatan efsanelerin dolaşmasıdır (SERKA, 2012). *“Nitekim geminin burada olduğuna başka din ve ülke mensupları da inanmaktadır. Bunu destekler nitelikte, geminin Ararat Dağları’nın üzerinde olduğuna dair iddialar İncil’in Genesis bölümünde de geçmektedir. Bu tür iddialara başka dağların adı karışmış olsa da Ağrı Dağı üzerinde bulunan ve bir gemi izine benzediği söylenen kalıntılar Ağrı Dağı’nı turizm ve dinler tarihi açısından*

diğerlerinden birkaç adım daha öne çıkartarak daha cazip bir destinasyon haline getirmektedir” (Ali Nasuh Mahruki Web Sitesi, 2009).



Kaynak: Ağrı İl Halk Kütüphanesi, 2013

Fotograf 2.10. Nuh'un Gemisi İzi

Kalıntı, Ağrı dağının tam güney karşısında, Doğubayazıt - Gürbulak yolunun güneyinde, Telçeker ve Üzengili köylerinin yamaçlarındadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Taşınmaz Kültür ve Tabiat Varlıklar Yüksek Kurulu 17 Eylül 1987 tarih ve 3657 sayılı kararı ile gemi küntlesinin “korunması gerekli taşınmaz kültür ve tabiat varlığı” özelliğı gösterdiği belirtildiğinden, doğal sit alanı ve açık hava müzesi olarak koruma altına alınan ve insanoğlunun yaptığı ilk gemilerle benzer özellikler taşımakla beraber kutsal kitaplardaki ölçülere (165 m. x 50 m. x 13 m) de uyan bu alan Türkiye-İran Transit yoluna 3.5 km. mesafededir (T.C. Ağrı İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2), 2019).

2.5.2.3. Kış ve Dağ Turizmi

Dağ turizmi denildiğinde akla ilk gelen aktivite kayaktır. Ülkeler turizm faaliyetlerini canlı tutmak ve yılın tamamına yaymak için sınırlarında bulunan kayak başta olmak üzere kış sporlarına uygun dağları ve bölgeleri değerlendirme çalışmaları yapmaktadırlar. Son zamanlarda bu turizm türü de ülke ekonomilerine gözle görülür katkılar sağlamaktadır. Kış ve dağ turizmi, bütün dünya ülkeleri gibi Türkiye için de son derece önem arz etmektedir. Türkiye, 1100 metrelik ortalama yükseltisiyle bu turizm türüne oldukça elverişli bir ülkedir. Ülkenin batısında 500 metreyle başlayan ortalama

yükselti doğuya gittikçe 1000 metrenin üzerine çıkarak yer yer 2000 metreleri bulur ve en doğu da Ağrı Dağı'nda 5137 metre ile en üst noktayı görür. Türkiye'deki dağlık alanların fazla oluşu ülkeyi kış ve dağ turizmi konusunda etkin kaynaklara sahip kılmaktadır. Bursa-Uludağ, Erzurum-Palandöken, Kayseri-Erciyes, Kars-Sarıkamış, Kastamonu-Ilgaz, Gümüşhane-Zigana, Bolu-Kartalkaya, Antalya-Saklıkent, Niğde-Aladağlar kış ve dağ sporları açısından iç ve dış turizme yönelik merkezlerin bulunduğu başlıca dağlardır (Öztaş, 2002: 26-27). Türkiye'de bulunan kayak merkezleri ve bu merkezlerin bulunduğu yerler Şekil 2.2. üzerinde belirtilmiştir.



Kaynak: Bluesyemre Web Sitesi, 2019

Şekil 2.2. Türkiye'deki Kayak Merkezlerinin İllere Göre Dağılımı

Ağrı ili dağlık alan açısından son derece zengin olsa da, kış ve dağ turizmi anlamında oldukça yoğun faaliyetlerin söz konusu olduğu söylenemez. İl merkezi yakınlarında olan Bubi Dağı ve Küpkıran Kayak tesisleri günümüzde günübirlik tesisler olarak kullanılırken, Eleşkirt ilçesi yakınlarındaki Güneykaya Kayak Merkezi atıl durumda olup kullanılmamaktadır. Bu kayak tesislerinin yakın zamanda faaliyete geçirilmesi planlanmaktadır (T.C. Ağrı Valiliği (2), 2019)._Bunun dışında dağcılık faaliyetlerinin en yoğun geçtiği nokta, bu vilayete de adını veren Ağrı Dağı'dır.Tablo 2.12.'de Ağrı ilinin kış ve dağ turizmi potansiyeline ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 2.12. Ağrı İlinin Kış ve Dağ Turizmi Potansiyeli.

Turizm Türü	İlçeler	Turistik Alanlar
Kış ve Dağ Turizmi	Merkez	Bubi Dağı Kayak Tesisleri, Küpkıran Kayak Tesisleri
	Diyadin	Tendürek Dağı, Murat Kanyonu, Diyadin travertenleri ve traverten köprüleri
	Doğubayazıt	Büyük ve Küçük Ağrı Dağı
	Eleşkirt	Güneykaya Kayak Tesisleri, Köse Dağı
	Hamur	Aladağlar

Kaynak: Karabulut ve Köksal, 2018: 219

Batılı toplumlarca Ararat olarak adlandırılan Ağrı Dağı 5137 metrelik yükseltisiyle Türkiye'nin en yüksek dağıdır. Bu yükseklik, Avrupa'nın en yüksek dağı olarak kabul edilen ve aynı zamanda Fransa ile İtalya'yı doğal bir sınır olarak ayıran Mont Blanc (Beyaz Dağ)'tan 330 metre daha fazladır (Habertürk, 2017).



Kaynak: T.C. Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, 2019

Fotograf 2.11. Büyük ve Küçük Ağrı Dağı

İğdır ve Doğubayazıt ovalarının arasında kilometrelerce uzaklıktan rahatlıkla görülebilen Ağrı Dağı'nın doğusunda 3896 metre yüksekliğinde Küçük Ağrı diye adlandırılan başka bir dağ daha vardır. Bu iki kardeş dağ 2687 m. rakımda 14 km. uzunluğundaki Serdarbulak Geçidi birbirinden ayırır. Sönmüş bir yanardağ olan Ağrı Dağı ve bu dağın çevresi oldukça engebeli bir yapıya sahiptir ve belli yüksekliklere çıkıldıkça buralarda daha önceki volkanik yapıya işaret eden lav kalıntıları görülebilir. Lavların aktıkları ve yerleştikleri yerlerde zamanla oluşan çökmelerin bazılarında buz

mağarası oluşumları görülür. Kuzeyde Ahura Çukuru ve güneyde Öküz Deresi adı altında iki adet buzul vadisi vardır (SERKA, 2012: 14-15).

“Ünlü gezgin Marco Polo tarafından ihtişamından ötürü asla çıkılamayacak olarak tanımlanan dağın zirvesine ilk tırmanışı dağcılığımızda çok değerli bir yeri olan Estonyalı bilim adamı ve gezgin Johann Jakob Friedrich Wilhelm Parrot, Tartu Üniversitesi’nde fizik profesörüyken, üç öğrencisi ve daha sonra ünlü bir şair olacak Khachatur Abovian’la birlikte gerçekleştirmiştir. Profesör Parrot’ın yazdığı çok sayıda araştırma ve kitaplarından birini de Ağrı Dağı’nı keşfi oluşturmaktadır. Beş kişilik ekibin Ağrı Dağı’nın zirvesine ulaştığı 9 Ekim 1829 tarihi, hem Türkiye’de hem de Estonya’da dağcılığın başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Yaz tırmanışlarının herhangi bir teknik zorluk içermemesi nedeniyle Ağrı Dağı, her yıl çok sayıda yerli ve yabancı dağcının ve dağ yürüyüşçüsünün ziyaret ettiği ve çoğu zamanda hayatlarının en yüksek zirvesine tırmanmış olarak büyük bir mutluluk ve heyecanla evlerine döndükleri bir dağdır. Kış tırmanışları ise, hem kış şartlarının ağırlığı hem de 5000 metre civarındaki buzul yan geçişi nedeniyle ciddiye alınması ve iyi hazırlanılması gereken bir dağ özelliğine sahiptir. Ağrı Dağı’nın ilk kış tırmanışı 21 Şubat 1970 tarihinde Dr. Bozkurt Ergör tarafından yapılmıştır. Dağa en rahat tırmanış Doğubayazıt üzerinden gidilen güney yüzü üzerinden yapılmaktadır” (Ali Nasuh Mahruki Web Sitesi, 2009).

5137 metre yüksekliği Türkiye’nin aynı zamanda Avrupa Kıtası’nın en yüksek, Dünyanın ise ikinci en büyük volkanik dağı olma özelliğini de gösteren ve zirvesinde Türkiye’nin en büyük buzulunu barındıran Ağrı Dağı (Büyük) ile yakın çevresini kaplayan 88.104 hektarlık alan 17.11.2004 tarihli ve 25643 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren 2004/8078 sayılı Bakanlar Kurulu Kararıyla “Ağrı Dağı Milli Parkı” olarak ilan edilmiştir (T.C. Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, 2019).

2.5.2.4. Sağlık Turizmi ve Termal Turizm

İnsan sağlığı günümüz dünyasının yoğun çalışma temposundan ve ortam kirliliğinden olumsuz etkilenmektedir. Bunlara bağlı olarak insanlar iki nedenle sağlık amaçlı seyahatlere katılmaktadırlar. Bu nedenlerin ilki var olan sağlıklarını koruma düşüncesiyle; ikincisi bozulan sağlıklarını düzeltmek ve eski sağlıklı hallerine geri

dönme isteğidir. Sağlık Turizmi faaliyetleri dört başlıkta ortaya konulmaktadır (Öztaş, 2002: 24-25). Bunlar:

Termalizm: Yer altından yüzeye çıkan ve içerisinde sağlığa yararlı bir takım mineral ve elementler bulunduran doğal sıcak suların kaplıca, ılıca ve içmeler şeklinde tedavi aracı olarak kullanılmasıdır.

Klimatizm: Bölgelerin sahip olduğu iklim, doğal ortam ve temiz havanın tedavi amaçlı kullanılmasıdır.

Üvalizm: Yörelere sahip olduğu meyve, sebze ve bitkilerin yapılan kürler aracılığıyla tedavi amaçlı kullanılmasıdır.

Thalassotherapie: Deniz suyunun, ikliminin ve havasının tedavi amaçlı kullanılmasıdır. Bu durum deniz ve yat turizmi açısından da önemlidir.

Sağlık turizmi içerisinde de görebileceğimiz termal turizm; insanların sağlıkla ilgili sıkıntılarını gidermek adına sıklıkla tercih ettikleri turizm aktivitelerinden biridir. Kişiler sağlık sorunları nedeniyle ya da sağlıklarını korumak bazen de dinlenmek amacıyla şifalı sulara veya çamurlara sahip kaplıcaları, ılıcaları ve içmeleri ziyaret edebilirler. Bu tür faaliyetler, turizm olayını deniz kum güneş üçlemesinden çıkartıp kıyı turizmine alternatif olabileceği gibi turizm hareketlerini de mevsimlik ve bölgesel olmaktan kurtarmaktadır (Ürger, 1993: 115). Dünyada ve ülkemizde sağlık turizminin temelinde kaplıcalar bulunmaktadır. Termal turizmin son yıllarda genel turizm pazarındaki payını arttırması ve ülkemizin termal kaynaklar bakımından oldukça zengin olması bu turizm türünü Türkiye için çok önemli kılmaktadır. Nitekim gerekli yatırımların yapıp daha fazla potansiyelin ortaya çıkartılmasıyla beraber yılın tamamında kullanılabilecek ve gelir sağlanabilecek arz kaynakları elde edilecektir. İnsanların sağlık ve tedavi ihtiyaçları bu durumu mümkün hale getirmektedir (Selvi, 2008: 282). Ülkemizdeki illerin yarısından çoğunda en az bir termal tesis ya da kaynak bulunmaktadır. Kaynak zenginliği bakımından dünyada ilk sıralarda yer alan Türkiye'nin termal kaynakları debi, sıcaklık, fiziksel ve kimyasal özellikler göz önüne alındığında Avrupa'daki termal sulardan çok daha nitelikli olduğu görülmektedir. Ülkemizde debileri 2-500 lt/sn arasında değişen 1300 civarında termal su kaynağı bulunmaktadır (Selvi, 2008: 287). Türkiye termal jeotermal elektrik üretiminde (A.B.D., Filipinler, Endonezya, TÜRKİYE ve Yeni Zelanda) ve jeotermal ısı ve kaplıca uygulamalarında (A.B.D, Çin, İsveç, TÜRKİYE ve

Almanya) ülkeler sıralamasında ilk beş ülke içerisinde 4. sıradadır (T.C. Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü, 2019). Türkiye’de 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu’na göre ilan edilmiş hemen hemen ülkenin her bölgesinden 34 adet termal turizm merkezi bulunmaktadır. Ağrı ili Diyadin ilçesi de bu kapsamdaki merkezlerden biridir (Selvi, 2008, 287). Diyadin ilçesindeki kaplıcalar bölgesi; Yılanlı, Davut ve Köprü olmak üzere birbirinden kopuk 3 ayrı termal kaynaktan meydana gelmektedir. Kaplıca sularının sıcaklıkları 40-75 derece aralığında değişmektedir. Kaplıcaların romatizma, kadın hastalıkları ve cilt hastalıkları gibi sağlık sorunlarına iyi geldiği söylenmektedir. Kaplıcalar bölgesi, tesisleşme bakımından incelendiğinde nitelikli tesis sayısının azlığı dikkat çekmektedir (T.C. Diyadin Kaymakamlığı, 2019).



Kaynak: Anadolu Ajansı, 2016

Fotograf 2.12. Diyadin Kaplıcalarından Bir Bölüm



Kaynak: Anadolu Ajansı (1), 2018

Fotograf 2.13. Diyadin Kaplıcalar Bölgesindeki Termal Kaynaklar

Ağrı ilinde Diyadin ilçesi dışında, Merkez ilçe ve Tutak ilçelerinde de termal sular görülmektedir. Doğubayazıt ve Hamur ilçelerinde de şifalı olduğu söylenen içmelere rastlanılmaktadır. Ağrı ilindeki sağlık turizmine yönelik termal ve şifalı sular Tablo 2.13.'de belirtilmektedir.

Tablo 2.13. Ağrı İlinin Sağlık Turizmi veya Termal Turizm Potansiyeli.

Turizm Türü	İlçeler	Turistik Alanlar
Sağlık Turizmi ve Termal Turizm	Merkez	Yolluyazı (Dambat) Çermiği ve Maden Suyu
	Diyadin	Yılanlı, Davut, Köprü Kaplıcaları, Tazekent Kaplıcası (Çermiği), Kaymakamlık Kaplıcası (Çermiği)
	Doğubayazıt	Sağıksuyu Köyü Su Kaynağı
	Hamur	Karlıca Şifalı Suları
	Tutak	Tutak Çermiği

Kaynak: Karabulut ve Köksal, 2018: 219, Kocaman ve Kaya, 2014: 123

2.5.2.5. Özel İlgi Turizmi

Özel ilgi turizmi hareket olarak kiteselden çok bireysel aktiviteleri içermektedir. Kentsel, kırsal ve doğal faktörler olan müze, kültürel miras ve sanat galerileri ziyaretleri; sağlık, spor, gibi etkinliklerle beraber (Türsoy & Yürük, 2008: 259), macera ve doğa yürüyüşü ya da gezileri (trekking, yayla, akarsu vs.), doğal hayatı gözlemleme (bitki ve hayvan), kuş gözlemleme (ornitoloji), örnek köy hayatı; at, eşek ve deve turları, geleneksel adetler, düğün, kına gecesi vs. gibi törenler bu turizm türüne yönelik aktivitelerdir (Öztaş, 2002: 28). Tüm bu aktiviteler incelendiğinde, kuş gözlem alanları, köy ve çiftlikler, yaylalar, akarsular ve dağlar kırsal turizmin de arz kaynakları arasında gösterilebilir. Buradan hareketle olayın aslında kırsal da içine alan bir boyutu olduğu görülmektedir. Bundan dolayı kırsal turizmi de özel ilgi turizmi başlığı altında göstermek yanlış olmaz. Geçmişe duyulan özlem, şehirde doğup büyüyen çocuklar için farklı deneyim kazandırma, dinlenmek için temiz hava, sakinlik ve doğal çevreye kavuşma ihtiyacı, bir takım hobi aktiviteleri, vahşi yaşam, kent yaşamından ve yoğunluğundan uzaklaşma gibi nedenler kırsal turizm talebini meydana getirmektedir (Avcıkurt & Köroğlu, 2008: 61-80). Ağrı ili barındırdığı coğrafi özelliklerle yukarıda sayılan etkinliklerin neredeyse tamamına hitap edebilecek bir potansiyele sahiptir. Ağrı Dağı Milli Parkı kapsamında İran-Turan floristik bölgesinde olup B9-B10 kareleri içerisinde bulunan alanda tespit edilen türlerden 12'sinin endemik, 17'sinin tehlike kategorisinin

hassas (VU), 3'ünün ise tehlike altında (EN) olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Bunlardan Ardıç, Gürgen, Huş, Kafkas Üçgülü, Kırmızı Üçgül, Aküçgül, Yabani Fiğ, Yabani Yonca, Kılçıksız Brom, Tilki Kuyruğu, Koyun yumağı, Yabani Arpa, Yabani Buğday ve Yabani Çavdar alanda yayılış gösteren önemli bitki türlerindendir (T.C. Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, 2019). Bunlara ek olarak Ağrı İli'nde, önemli doğa alanları kapsamında değerlendirilebilecek 8 saha bulunmaktadır. Bunlar; Tendürek Dağı ve Çevresi, Balık Gölü, Ağrı Ovası, Yukarı Murat Vadisi, Patnos Ovası, Süphan Dağı ve Çevresi, Sarısu Sulak Alanı, Ağrı Dağı, Doğubayazıt Sazlığıdır. Bu sahalarda tespit edilmiş 62 endemik tür bulunmaktadır (Kocaman ve Kaya, 2014: 146). İl hayvan çeşitliliği açısından değerlendirildiğinde Acem Güzel Esmeri, Apollo Kelebeği, Sibiry Perisi, Kalın Kıskaçlı Akrep, Doğu Sarı Akrebi, Süphan Kertenkelesi, Yaban Keçisi, Bildircin, Ur Keklik, Kızıl Şahin, Gökkuşgun, Bayağı Kirazkuşu, Gök Doğan, Sakallı Akbaba, Kızık Sırtlı Örümcekuşu, Kırmızı Gagalı Dağ Kargası, Leylek, Kurt, Yaban Domuzu, Çakal, Vaşak, Tilki, Yaban Tavşanı, Fare benzeri Yedi Uyur gibi hayvan türleri yine Ağrı Dağı Milli Parkı sınırları içerisinde yer almaktadır (T.C. Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, 2019). İl ornitolojik açıdan da önemli kaynaklara sahiptir. Bu kaynakların başında Doğubayazıt Sazlığı ile Balık Gölü ve çevresi gelmektedir. Gölün çevresindeki sazlık ve bataklıklar yılın çeşitli zamanlarında yaklaşık 100 kuş türüne durak noktası olmaktadır. Bunun yanı sıra ilin sahip olduğu diğer akarsu havzaları, göl ve göletler de kuş türleri açısından ili *ekolojik* bir koridor haline getirmektedir (Kocaman ve Kaya, 2014: 147). İlin özel ilgi turizmi kapsamındaki unsurları Tablo 2.14'de belirtilmektedir.

Tablo 2.14. Ağrı İlinin Özel İlgi Turizmi Potansiyeli.

Turizm Türü	İlçeler	Turistik Alanlar
Özel İlgi Turizmi	Diyadin	Tendürek Dağı, Murat Kanyonu, Diyadin travertenleri ve traverten köprüleri
	Doğubayazıt	Hız. Nuh'un Gemisi kalıntısı, Meteor Çukuru, Büyük ve Küçük Ağrı Dağı, Balık Gölü, Gülyüzü Gölü ve Saz Göl, Krater Gölü (Tendürek Dağı üzerinde), Buz mağarası, Keşişin Bahçesi, İpek Geçidi (İpek Yolu), Doğubayazıt Sazlıkları,
	Eleşkirt	Köse Dağı
	Hamur	Aladağlar
	Patnos	Sarısu Ovası Sulak Alanları (Kuş Gözlemciliği)

Kaynak: Karabulut ve Köksal, 2018: 219

Ağrı akarsuları açısından da oldukça zengindir. Murat, Eleşkirt, Güzeldere, Karasu, Bağdişan, İncesu, Malhas, Gürlevik, Kesik, Sarısu ve Balık Gölü çayları bölgenin en önemli su havzalarıdır. Bunlar içerisindeki Murat Suyu kent sınırlarındaki en uzun ırmaktır ve şehri baştanbaşa kat ederek Muş Ovası üzerinden geçip Fırat Nehri'ne dökülmektedir. Doğubayazıt ilçesi sınırları içerisinde yer alan Balık Gölü şehrin en büyük ve en önemli gölüdür. 2250 m rakımlı bu gölün alanı 34 km² iken derinliği yer yer 100 metreyi geçmektedir. Türkiye'nin bu rakımdaki en büyük gölü olan Balık Gölü doğanın maviyle buluştuğu müthiş görseli ve Ağrı Dağı manzarasıyla ilin gelişmeye açık turizm alanlarından (SERKA, 2012: 10).



Kaynak: Türkiye Kültür Portalı (2), 2019

Fotograf 2.14. Balık Gölü

Ağrı ilinin özel ilgi turizmine yönelik diğer bir unsuru da, Doğubayazıt ilçesinde bulunan ve yöre halkı tarafından “Keşişin Bahçesi” olarak bilinen yeşil alandır. İshak Paşa Sarayı'nın hemen altındaki bu alan, etrafındaki çorak arazilerin ortasında gür ağaçlarıyla dikkat çekmektedir. Yerel halk tarafından, Türk Halk Edebiyatı'ndaki halk hikâyelerinden biri olan ve birbirlerini sevip de kavuşamayan iki gencin hikâyesinin anlatıldığı Aslı ile Kerem efsanesinin burada geçtiğine, hikâyedeki Aslı ile Kerem'in buluşma yerlerinin burası olduğuna inanılmaktadır (Doğubayazıt Ticaret ve Sanayi Odası, 2020).



Kaynak: Doğubayazıt Ticaret ve Sanayi Odası, 2020

Fotograf 2.15. Keşişin Bahçesi

2.5.2.6. Mağara Turizmi

Mağaralar jeolojik yapı gereği karbonatlı biçimlenmelerden oluşmaktadır. Bu tür yapıların Türkiye’de oldukça fazla olması ülkemizi mağara turizmi açısından son derece elverişli kılmaktadır. Dağlık alanların fazla oluşu da bu duruma olumlu katkı sunmaktadır. Ülkemizde hemen hemen her yerde mağaralara rastlamak mümkündür (Öztaş, 2002: 26). Türkiye’de çeşitli bölgelerde olmak üzere turizme açık otuz bir adet mağara bulunmaktadır. Ağrı ili Doğubayazıt ilçesinde bulunan Buz Mağarası da bunlardan biridir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2), 2019).

Buz Mağarası, Küçük Ağrı Dağının güney eteğinde Hallaç köyünün yaklaşık 3 km kuzey doğusunda, meteor çukuru ile aynı lav tüneli sistemi üzerinde bulunan doğal bir anıt mağarasıdır. Mağara uzun eksenli, elips biçiminde, yaklaşık 100 m uzunluğunda, 50 metre genişliğinde, 8 m derinliğinde elips biçimli bir çukurdur. Mağara dışarıdaki havaya göre yazları çok serin kışları ise daha sıcaktır. Hava akımından dolayı içerisinde buz tabakaları, sarkıtlar ve dikitler bulunmaktadır. İçerisine girildiğinde etrafa tutulan ışığın buz parçalarına çarparak adeta kristal etkisi yapıp renkten renge girerek dağılması ziyaretçilere görsel bir şölen sunmaktadır (T.C. Ağrı İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (3), 2019).



Kaynak: Türkiye Kültür Portalı (3), 2019

Fotograf 2.16. Buz Mağarası Çıkışı



Kaynak: GeziHocası Web Sitesi, 2020

Fotograf 2.17. Buz Mağarası İçinde Oluşan Buz Kütleleri

Ağrı ilinde mağara denince önem arz eden bir başka yer de Diyadin ilçesine yaklaşık 15 km uzaklıktaki G nbuldu (Meya) Köyü'nde bulunan Meya Mağaralarıdır. 100-150 metrelik dik bir yamaç üzerindeki kayalıklara oyulan mağaralar dizisi antik bir kent görüntüsü vermektedir. Kayalara oyularak yapılmış barınma yerleri, değişik inançların izlerini taşıyan tapınak ve ibadethane, oda ve mağaralar oldukça ilgi çekicidir. Mağara girişlerinde çeşitli dini sembollere ve hayvan figürlere rastlamak mümkündür. Güvenlik ve ulaşım sorunları nedeniyle günümüzde turistik açıdan değerlendirilemeyen Meya kalıntıları bakıma muhtaç durumdadır (Kocaman ve Kaya, 2014: 115).



Kaynak: CNNTÜRK, 2018

Fotograf 2.18. Meya Mağaralarının Dışarıdan Görünümü



Kaynak: Anadolu Ajansı (2), 2018

Fotograf 2.19. Meya Mağaralarının İçeriden Görünümü

Tablo 2.15’de Ağrı ilinin mağara turizmi potansiyeli özetlenmiştir. İlin dört ilçesinde mağara bulunmaktadır ancak turistler tarafından daha fazla ziyaret edilmesi sağlanmalıdır.

Tablo 2.15. Ağrı İlinin Mağara Turizmi Potansiyeli.

Turizm Türü	İlçeler	Turistik Alanlar
Mağara Turizmi	Diyadin	Meya (Günbuldu) Mağaraları
	Doğubayazıt	Buz Mağarası
	Hamur	Hamur Mağarası
	Patnos	Hesar Mağarası

Kaynak: Karabulut ve Köksal, 2018: 219

2.5.2.7. Av Turizmi

Faaliyette bulunmak için özel şartları olan ve özel izin gerektiren bu turizm türü, av kaynaklarının yerli ve yabancı avcılarının kullanımına sunulmasıyla beraber turistik yönlerden değerlendirilmesi bu kaynakların ülke ekonomisine kazandırılması faaliyetleri olarak tanımlanabilir. Günümüzde her ne kadar doğaya ve doğal yaşama sahip çıkma hareketleri artış gösterse de avcılığın bilinçli ve kontrol altında yapılmasını sağlamak özellikle üst gelir grubuna dâhil olan insanların ilgilendiği bu turizm türünden yüksek gelir elde etmeyi mümkün kılmaktadır (Öztaş, 2002: 27). İnsanlık tarihinin başlarından itibaren beslenme ihtiyaçlarını karşılamak için yapılan avcılık faaliyetleri günümüzde bu amaçtan daha çok bir hobi halini almıştır. İnsanların bu tür aktiviteleri bilinçsiz ve ölçüsüzce yapmaları birçok hayvan türünün bitmesine birçoğunun da azalmasına neden olmuştur. Bu olumsuz gelişmeler neticesinde 1960'lı yıllardan itibaren başta Afrika olmak üzere birçok bölgede milli parklar oluşturulmuş ve hayvan türleri koruma altına alınmıştır. Böylece avcılık faaliyetleri kontrol altına alınarak denetime tabi tutulmuş ve bir ölçü mekanizması oluşturulmuştur. Ülkemizde de değişik hayvan türleri için farklı zaman aralıklarında avlanma izni verilerek bu tür faaliyetler sınırlandırılmış hayvan türlerinin devamlılığı koruma altına alınmıştır (Ürger, 1993: 111). Ağrı ilinin sahip olduğu sulak alanlar, göçmen kuşların göç yolları üzerinde birer mola noktası durumundadırlar. Bu durum Ağrı'da bir av turizmi potansiyeli açığa çıkarmaktadır. Her yıl 15 Ağustos ile 20 Eylül tarihleri arası bıldırcın; 20 Eylül ile 15 Ağustos arası keklik, ördek ve tavşan avcılığı dönemidir. Domuz avcılığı ise yılın tamamında yapılabilmektedir. Kars ili Kağızman ilçesi sınırından başlayıp Süphan Dağı güneyine kadar olan yer ile Ağrı Dağı Milli Parkı sahası olan bölgede avcılık faaliyetleri yasaktır (Kocaman ve Kaya, 2014: 123).

2.5.2.8. Yayla Turizmi

Yaylalar, insanlara çekici gelen doğal özellikleriyle, özellikle yaz aylarının bunaltıcı sıcağına nazaran taze ve ferah havasıyla, klasik turizm anlayışının dışına çıkmak isteyen insanların katıldığı turizm türüdür. Ülkemizde Karadeniz bölgesi yayla turizmi açısından ön plana çıksa da, hemen hemen her yerde yayla turizmine katkı sunabilecek zenginlikte yaylalar mevcuttur. Çeşitli bitki örtülerine, ormanlara, ırmaklara vb. kıymetlere sahip olmaları bu yüksek

alanları turizm için çekim noktası haline getirmektedir (Öztaş, 2002: 28). Türkiye'nin dağlık alanlar açısından zengin olması, yayla turizmi açısından geniş imkânlarla sahip olmasını da beraberinde getirmekte ve bu yönüyle dünyada önemli bir arz kaynağı oluşmasını sağlamaktadır (Zengin, 2008: 140-141). Türkiye'nin bütün coğrafi bölgelerinde birçok yayla ve buna bağlı olarak da çok sayıda yaylacılık faaliyeti görülmektedir. Bu alanların birçoğu geçici yerleşke ve otlak alanları olarak kullanılmaktadır. Olaya turizm boyutundan bakıldığında Karadeniz Bölgesi eşsiz doğasıyla ve son yıllarda artan turist sayısı ile yayla turizmi açısından bu bölgelerde de ön plana çıkmaktadır. Ağrı ili de sahip olduğu dağlık alanlar neticesinde çok sayıda yaylaya sahiptir. Doğubayazıt ilçesinde bulunan Ağrı Dağı, bu ilin sahip olduğu en önemli yayla turizmi potansiyelidir (Zengin, 2008: 154). Bölgedeki en önemli geçim kaynaklarından birinin hayvancılık olması, yayla ihtiyacı doğurmaktadır. Karasal iklimin hüküm sürdüğü bölgede, bozkır olan bitki örtüsü kışların sert geçmesine neden olsa da, bahar ve yaz aylarında yüksek ve ağaçsız tepeleri çayırılık ve otlak olarak verimli hâle getirerek, yaylaları ve yaylacılığı da önemli kılmaktadır. Ağrı ilinin yayla turizmi potansiyeline ilişkin bilgiler Tablo 2.16.'da yer almaktadır. Buna göre Ağrı'daki yaylaların en ünlüleri; güneyde Hamur, Diyadin ve Taşlıçay ilçelerinin kullandığı Aladağ yaylaları ile kuzeyde Doğubayazıt ve Taşlıçay ilçesine bağlı köylerde yaşayanların çıktığı ve Ahtalar Gediği ile Balık Gölü arasına yayılan Sinek Yaylası'dır. Ayrıca Eleşkirt ile Tutak arasındaki Mirgemir Çakmak (Kılıç) Yaylaları, Eleşkirt ve Ağrı ovalarının kuzeyindeki Davul (Dehol) Yaylası, Balık Gölü yakınındaki Çift Öküz Dağı ile Ağrı Dağı arasına konumlanan Kraktin Yaylası, Patnos'un güneydoğusundaki Pani ve Katavin yaylaları, Patnos'un güneyindeki Süphan yaylaları (Beyaz Kom, Keleşkomu, Hasretpınar, Aşare, Kıcak ve Usokomu) yaz mevsiminde Ağrı'nın yükseklerdeki yaşam alanlarıdır (SERKA, 2012: 10-11).

Tablo 2.16. Ağrı İlinin Yayla Turizmi Potansiyeli.

Turizm Türü	İlçeler	Turistik Alanlar
Yayla turizmi	Merkez	
	Diyadin	
	Doğubayazıt	Belopınar, Kandil, Hatunpınarı, Alikasım, İsabey, Cimşit, Yemliyurt, Aligülkan, Demyurdu, Mehmetali, Rasulbey, Musayurdu, Haskipiri ve Kerro Yaylaları
	Eleşkirt	Davul Yaylası
	Hamur	
	Patnos	Pani Yaylası, Katavin Yaylası, Süphan Yaylaları
	Taşlıçay	Sinek ve Aladağ Yaylaları
	Tutak	

Kaynak: Karabulut ve Köksal, 2018: 219

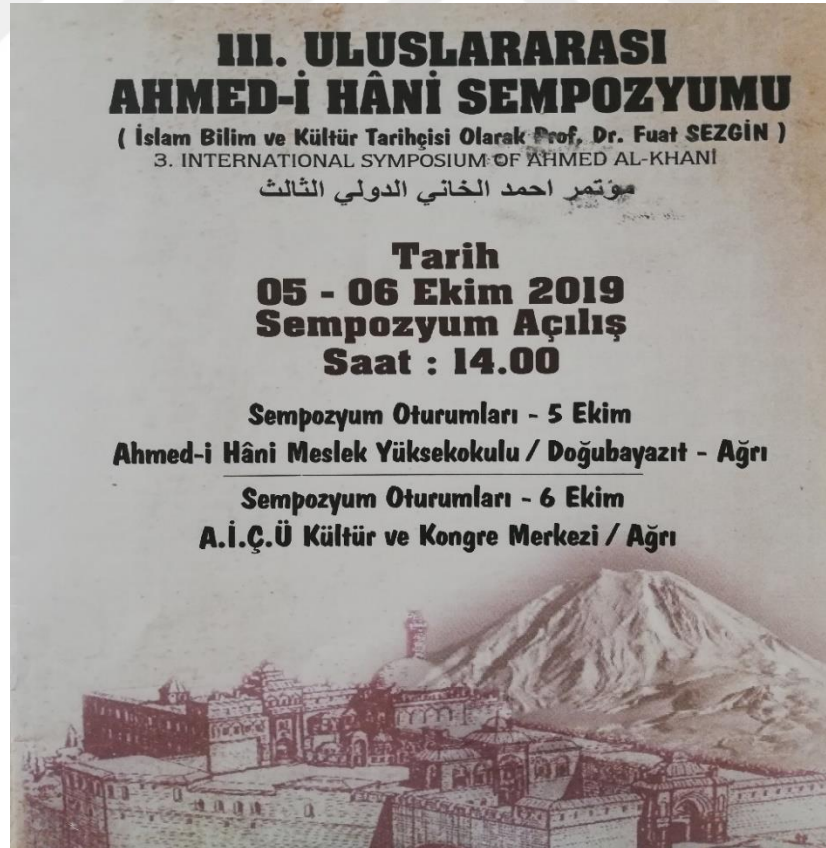
2.5.3. Ağrı İlinde Yapılan Festivaller ve Özel Etkinlikler

Belirli bir amaç ve program dâhilinde yürütülen; dönemi, yapıldığı çevre, katılımcıların niteliği gibi bilgilerin önceden belirtildiği; yapıldığı yer ve katılımcılar açısından özel bir anlam taşıyan; eğlence, gösteri, şenlik veya tören türü etkinliklere festival ya da özel etkinlik adı verilmektedir. Bu tür etkinlikler, toplumlarda birlik ve beraberlik duygusunu pekiştirdiği gibi, yeni arkadaşlıkların kurulmasını veya farklı kültürlerin bir araya gelmesini teşvik ederler (Çulha, 2008: 1832-1833). Festivaller, turizm açısından değerlendirildiğinde az önce ifade ettiğimiz sosyal etkilerin yanı sıra düzenlendiği yerler için aynı zamanda önemli bir tanıtıcı unsur olmakta ve turistik bir çekicilik oluşturmaktadırlar. Bu tür organizasyonların sayısının artırılması veya aynı etkinliklerin sonraki yıllara da taşınarak geleneksel hale dönüştürülmesi bölgesel ve ülkesel turizmin geliştirilmesine sağlayacağı katkı nedeniyle önem arz etmektedir (Kocaman ve Kaya, 2014: 159).

Ağrı ili bu çerçevede değerlendirildiğinde, ilin ve bu ile bağlı ilçelerin tanıtımına katkı sağlayacak turistik etkinliklerin, bu kentte de düzenlendiği görülmektedir. İlde, yılın belli dönemlerinde küçük veya büyük çaplı organizasyonlar yapılmaktadır. Ağrı'nın 1918 yılında düşman işgalinden kurtuluşunun yıldönümü olarak kutlanan ve her sene Nisan ayının 15. gününde düzenlenen, Ağrı İli Kurtuluş Şenlikleri, taşıdığı anlam bakımından kentte yapılan etkinliklerin başında gelmektedir. Ağrı Valiliği'nin öncülüğünde gerçekleştirilen etkinlik kapsamında ilk olarak, şehirdeki Abide Meydanı'nda bulunan Atatürk Anıtı'na çelenk bırakılıp, şehitler ve gaziler için saygı duruşunda bulunulduktan sonra İstiklal Marşı okunmaktadır. Daha sonra, mahalli idareciler tarafından günün

anlamını ve önemi belirten konuşmalar yapılmakta ve başta halk oyunları olmak üzere çeşitli gösteriler, şiir dinletileri ve resim sergileri gibi aktiviteler düzenlenmektedir (T.C. Ağrı Valiliği, 2016; Habertürk, 2019).

Ağrı ilinde gerçekleştirilen diğer bir önemli etkinlik ise Doğubayazıt ilçe merkezinde düzenlenen ve 2017 yılından beri geleneksel hale getirilen Ahmed-i Hani Kültür, Sanat ve Turizm Festivali'dir. Kesin tarihi belli olmamakla beraber her sene Ağustos, Eylül veya Ekim aylarından birinde yapılan ve Ağrı Valiliği tarafından koordine edilen etkinlik 2 gün sürmektedir. Organizasyon kapsamında, Ahmed-i Hani Türbesi alanında yapılan çeşitli dini aktivitelerin yanı sıra İshak Paşa Sarayı'nda folklor gösterileri, el sanatları sergisi, yerel ve ulusal sanatçılar tarafından verilen konserler gibi sanatsal etkinlikler ortaya koyulmaktadır. Etkinlik alanında yöre halkı tarafından, yöresel ürünlerin tanıtımının yapıldığı stantlar da açılmaktadır. Ayrıca, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi (AİÇÜ) tarafından 2 gün süren ve Ahmed-i Hani adıyla uluslararası düzeyde akademisyenlerin katıldığı bir de sempozyum düzenlemektedir (Türkiye Kültür Portalı (4), 2019).



Fotograf 2.20. III. Uluslararası Ahmed-i Hâni Sempozyumu'nun Afişi

Ağrı ilindeki turistik anlam ifade eden geleneksel etkinliklerden biri de, Taşlıçay ilçesinde düzenlenen Balık Gölü Festivali'dir. Doğal güzelliğiyle dikkat çeken Balık Gölü'nün tanıtılması ve turizme kazandırılmasını amaçlayan festivalin her sene Ağustos ayında yapılması planlanmaktadır. Taşlıçay Belediyesi tarafından organize edilen etkinliğin, Şubat ayında da kış festivali olarak gerçekleştirilmesi düşünülmektedir (T.C. Taşlıçay Kaymakamlığı, 2019; İhlas Haber Ajansı, 2019). Ağrı ilindeki yüksek alanların çokluğu ve bu alanlarda var olan zengin bitki örtüsü çeşitliliği, bu ilde arıcılık faaliyetleri yapılmasını da mümkün kılmaktadır ancak uygun şartlar bulunmasına rağmen Ağrı ilindeki kapasite tam olarak kullanılamamaktadır. Dolayısıyla ildeki arıcılık faaliyetlerinin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması gerekmektedir (Kaya, 2008). Bu doğrultuda ildeki arıcılık faaliyetlerinin desteklenmesi ve "Ağrı Balı"nın tanıtımı adına Ağrı Valiliği'nin öncülüğünde Ağrı Belediyesi, Ağrı İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, Serhat Kalkınma Ajansı (SERKA) ve Ağrı Arı Yetiştiricileri Birliği işbirliğiyle kentte "Ağrı Bal Festivali" adıyla bir festival düzenlenmektedir (T.C. Ağrı Valiliği (3), 2019). 2017 yılından beri düzenlenen her sene Eylül ayında yapılan etkinlik kapsamında Ağrı ilindeki arıcılar tarafından üretilen ballar sergilenmekte ve katılımcılara müzik dinletileri ve halk oyunları gösterisi sunulmaktadır. Üniversitelerin, bulundukları yerlere sosyal, kültürel ve ekonomik anlamda önemli katkılar sağladıkları tartışma götürmez bir gerçektir. Üniversitelerin faaliyetlerini sürdürülebilmeleri adına onları ayakta tutan temel faktörlerden biri de öğrencilerdir. Bu bilinçle hareket eden üniversiteler, yıl içerisinde öğrencileri için bir takım sosyal etkinlikler düzenlemektedir. Bu kapsamda Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi (AİÇÜ) de faaliyetlerinde bu tür etkinliklere yer vermekte ve öğrencileri için çeşitli organizasyonlar düzenlemektedir. Bunlardan en kapsamlı olanı, akademik yılın bitmesine yakın gerçekleştirdiği "Üniversite Bahar Şenlikleri"dir. Her sene Mayıs ayında düzenlenen etkinlikler kapsamında; bisiklet turları, satranç turnuvaları, spor müsabakaları, uçurtma şenliği, şiir dinletileri, tiyatrolar ve konserler olmak üzere sosyal ve kültürel anlamda çok sayıda faaliyette bulunmaktadır (T.C. Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi (2), 2019).

2.5.4. Ağrı İlinin Gelenek ve Görenekleri

Her toplumda insan davranışlarına bir ölçü getiren değerler vardır. Bu değerler uzun bir zaman içerisinde toplumu oluşturan bireyler tarafından benimsenerek kalıplaşmakta ve geleneksel bir hâl almaktadır. İnsan davranışlarını sınırlandıran veya yönlendiren ölçülere gelenek adı verilmektedir. Geleneklerin kökeni çok eskiye dayandığı için değişmesi de bir o kadar uzun zaman alır ve çok sık görülen bir durum değildir (Dikici, 2001: 53). Görenekler ise geleneklerden beslenen ama değişmesi gelenek kadar zor olmayan, değişen zamana paralel olarak değişim yönünden daha esnek olan alışkanlıklardır. Buradan hareketle, Türk Dili'nde gelenek ve görenek kavramları her ne kadar birbirlerine benzetilip hatta çoğu zaman birbiri yerine kullanılsa da farklı anlam taşıdıkları görülmektedir. Geleneklerin amaçları ve özellikleri değişmezken, görenekler değişime açık örf ve adetlerden oluşmaktadır (Tokmakoğlu, 2018). Gelenek ve görenekler ülkeleri, milletleri hatta kimi zaman aynı ülkenin şehirlerini bile birbirinden ayırıp onları farklı kılan özellikler taşımaktadır. Bu farklılıklar yaşam biçimi, giyim tarzı, yeme- içme kültürü, inanç değerleri, kutlamalar, törenler, el sanatlar vb. konularda karşımıza çıkmaktadır. Anadolu'nun birçok kentinde olduğu gibi Ağrı ilinin de kendine özgü gelenek ve görenekleri bulunmaktadır. İl, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş döneminden günümüze kadar geçen sürede giyim tarzı olarak incelendiğinde, merkez nüfusun giyim tercihlerinin çevre illerle benzerlik gösterdiği görülmektedir (Kaya ve Karataş, 2014: 168). Gençlerin günümüz modasını takip ettiği ilde, özellikle köylerde orta yaş ve üstü erkekler kumaş pantolon gömlek ve ceket giyinmeyi tercih etmektedirler. Yılın büyük bölümünün serin geçtiği Ağrı'da yaşlı erkekler gömlekle ceket arasına yün süveter, yelek ya da hırka giyerler. Pantolon altlarında genelde içlik kullanırlar. Genç kızlar gündelik hayatlarında entari yada elbise giyip, başlarına eşarp örterlerken; orta yaş ve üstü kadınlar, leçek adı verilen işlemeli ve dantelli beyaz tülbentler kullanırlar. Özel gün ve törenlerde ise genç yaşlı farketmesizin renkli bezlerle ve çeşitli takılarla bezenmiş "Kofi" adındaki fesleri başlarına takarlar. Bindallı tarzı işlemeli kadife elbiseler yine en çok tercih edilen özel gün elbiseleridir. Keçilerden elde edilen tiftik yünlerinden yapılan iplerle yörede papak denilen bereler, atkılar, eldivenler ve çoraplar örülmektedir. Koyun yünlerinden ise sıcak tutma özelliği bulunan ve kış aylarında yere kilim ya da halı şeklinde örtülerek kullanılan keçeler elde edilmektedir. Doğum, nişan, düğün ve cenaze

adetleri bir çok bölgeyle benzerlik göstermektedir. Halk arasında, nazardan ve kötülüklerden koruduğuna inanılan “Üzerlik Otu” nun ayrı bir yeri vardır. Özellikle ilçe ve köylerde bu otun tomurcuklarını ipe dizerek duvara asmak veya düğün ve nişan gibi törenlerde bu otu yakıp dumanını tütsülemek yaygın görülen davranışlardır. Davul ile zurna bu il için de düğünlerin vazgeçilmez çalgılarıdır. Sünnet düğünlerinde kirvelik geleneği devam etmektedir ve kirveler yakın akraba kadar önemli sayılmaktadırlar (Diyadinnet Web Sitesi, 2006).

Ağrı ilinde halay (govend) ve bar türü oyunlar en sık rastlanılan halk oyunlarıdır. İlde oynanan 6’sı bar 13’ü halay türü olmak üzere 19 çeşit halk oyunu görülmektedir. Bunlar; Laççi, Zeyno, Çep, Koffi, Sarma, Çimen-i Çiçek, Meyriko, Hessike, Ağrı Sallaması, Basso(Besra), Çoban Eli, Ömer Ağa, Ağrı Gülüm, Serhat Barı, Koçaklama Barı, Yüksel Barı, Sürgün Barı, Ata Barı, Ülker Barı halk oyunlarından oluşmaktadır. Bu oyunlardan yazılma sırasıyla ilk 7’si ve Ülker Barı kadınlar tarafından oynanırken, Ülker barı dışında son 8 oyun erkekler tarafından oynanmaktadır. Hessike, Ağrı Sallaması ve Basso oyunlarını ise erkekler ve kadınlar beraber oynamaktadır. Hem erkekler hem de kadınlar halk oyunlarını oynadıkları esnada Ağrı ili yöresel giysilerini giymeyi tercih etmektedirler. Bu giysiler erkekler için; Frenk Gömleği, Yelek, Pantolon - Şalvar, Kaytan, Dizleme - Çorap, Çarık, Kûlah - Papak - Şapka, Köstek, Cepken ve Kuşaktan oluşurken; kadınlar içinse, Entari, Yelek, Palaska, Önlük, Kolçak, Çorap, Kemerli Ayakkabı gibi giyeceklerden oluşmaktadır (Topragizbiz Web Sitesi, 2013).



Kaynak: Topragizbiz Web Sitesi, 2013

Fotograf 2.21. Ağrı İli Yöresel Giysileri

Günümüzde daha çok köylerde yaşatılan Şah Bezeme ve Kösâ gelenekleri ili farklı kılan diğer geleneklerdir. Ağrı'nın eski adetlerinden biri olan şah bezeme günümüzde özellikle Karapapak Türklerinin yaşadığı köylerde yaşatılan bir Kafkas geleneğidir. Şah bezeme işi düğünlerde sağdıç tarafından yerine getirilen bir görevdir. Şah, adına ağaç denilen, genelde dört köşeli taban üzerinde duran, en az dört bacaklı ahşaptan yapılan bir gereçtir (Köylerdeki Şah Ağacı sayısının genelde 1 veya 2 adetle sınırlı olması nedeniyle, uzun ömürlü olması bakımından demirden yapılan ağaçlar da görülmektedir). Bezeme ise bu ağacın türlü yiyeceklerle süslenmesidir. Bezeme işini sadece kadınlar yapar ve erkekler bu işe karıştırılmaz. Bezeme işlemi esnasında; Şah'ın bacaklarına elma, nar gibi çeşitli meyveler geçirilirken, etrafı da iplere dizilen kuruyemişler ve çikolatalarla donatılır. Daha sonra Şah'ın üzerine önce kırmızı veya beyaz renkli çarşaf türü bir bez geçirildikten sonra en üste Türk Bayrağı örtülür. Bezeme işi tamamlandıktan sonra akşam olması beklenir. Karanlığın çökmesiyle beraber damat, sağdıç ve onların arkadaş ve yakınları Şah'ı almak için ellerinde meşalelerle beraber şahın tutulduğu eve gelirler. Sağdıçın kardeşi eğer o yoksa en yakın arkadaşı şahı almak için eve girer ve süslemeyi yapanlara bahşış verdikten sonra şahı başının üzerinde dışarıya çıkartır. Şah çıkartılırken bir yandan da dualar edilerek salavatlar getirilir. Şah, çıkartıldıktan sonra Şah en önde damat ve sağdıç hemen onun arkasında olacak şekilde kalabalık bir grup eşliğinde damat evine doğru yola çıkılır. En uzun güzergâhın seçildiği bu yolda ara ara oyunlar oynanır, davul zurna çalınır türküler söylenir ve zılgıtlar atılır. Şah, damat evine gelmeden önce sağdıçın evinin önüne getirilir ve burada bir süre oynatılıp halaylar çekildikten sonra tekrar yola çıkılır ve damadın evine gelinir. Burada da bir süre oynandıktan sonra damat evine önce şah sonra damatla sağdıç sokulur. Bu sırada damat ve sağdıç eve girene kadar arkadaşları tarafından göstermelik olarak dövülür. Düğünün sonunda evde yalnız bırakılan gelin ve damat şahın üzerindeki yiyecekleri yerler (Aydoğdu, 2019). Eski Türklerden günümüze kadar bir Şaman geleneği olarak gelen Şah Bezeme geleneği çevre köylerde veya illerde Şah Kaldırma geleneği olarak da bilinmektedir. Bazı köylerde gelin ve damat evi olmak üzere iki ayrı Şah Ağacı hazırlandığı da görülmektedir (Altunsabak, 2016).



Fotograf 2.22. Şah Ağacının Bezenme Aşaması

Kösâ da Ağrı ve civarının eski geleneklerinden biri olup günümüzde unutulmaya yüz tutmuş ve genelde köylerde hayvancılıkla uğraşan insanlar öncülüğünde köy halkı tarafından yerine getirilen kutlama niteliğinde bir adettir. Kösâ süreci yaz aylarını koyunlardan ayrı geçiren koçların sonbaharın gelmesiyle koyunların arasına katılmasıyla başlar ve ilk katılımın olduğu zamandan yüz gün geçmesi beklenir ve tam yüzüncü gün kösâ kutlaması yapılır. Kösâ, erkekliği ve dişiliği simgelemesi bakımından bir erkek ve bir kadın figürden meydana gelir. Kadın figür gerçekte kadın olmayıp değişik giysilerle kadın kılığına sokulmuş bir erkektir. Erkek ve dişi kösâlar, yüzleri görünmeyecek ve kim oldukları bilinmeyecek şekilde giydirilir, kamburlaştırılıp üzerlerine kan görüntüsü vermek için kırmızı boyalar sürülür. Erkek kösâların başlarına büyük ya da küçükbaş hayvan boynuzu takılır ayaklarına ise ot bağlanır. Bütün bunların yapılmasındaki amaç daha sonra köyde dolaştırılacak olan kösâlara korkutucu bir görünüm kazandırmaktır. Bütün bu işlemlerden sonra kösâlar kalabalık bir grup eşliğinde tenekelere vura vura köyde dolaştırılmaya başlanır. Kösâlar rastgele bir evin kapısını çalıp içeriye girer ve arkadaşından bütün grup eve hücum eder. İçeride biraz eğlenilip oyunlar oynandıktan sonra erkek kösâ kendini yere atar ve bayılma numarası yapar. Dişi kösâ bu esnada erkeğinin üzerine kapanarak bağırmaya ve ağlamaya başlar. Ev sahibi hediye olarak para ya da bulgur, peynir, tereyağı gibi ürünler verene kadar bu feryat devam eder. Hediye alındıktan sonra başka bir eve gitmek için oradan çıkılır. Hemen hemen her eve girilip

çıkıldıktan sonra toplanılan bütün hediyeler kösâ ekibi arasında paylaşılır. Erkek kösâ dişisine sahip çıkmak durumundadır. Eğer dişi kösâ birileri tarafından kaçırlırsa bütün hediyeler onu geri almak için kaçıran kişiye fidye olarak verilir (Aydoğdu, 2019).



Fotograf 2.23. Köşâ Figürleri

2.5.5. Ağrı İlinin Yemek Kültürü

Ülkemizin sahip olduğu yemek çeşitliliği ve mutfak zenginliği Ağrı’da da kendisini göstermektedir. Birçok yemeğin bölgedeki diğer illerle de benzerlik gösterdiği Ağrı’daki yemek çeşitliliği aşağıda (Tablo 2.17.) tablolştırılmıştır.

Tablo 2.17. Ağrı İlinde Görülen Yemek Çeşitleri.

ÇORBALAR	ET YEMEKLERİ	ETSİZ YEMEKLER
Katığ Aşı (soğuk çorba)	Sac Kavurma (Selekeli)	Keledoş (Kuru Meyveli)
Bulgurlu/ Pirinçli Kazayağı	Dağ Kebabı	Tırşok
Aşı	Güveçte Kuzu Tandır	Kürt Köftesi
Pışruk	Abdigör (Kör Abdi) Köftesi	Yağ Bozbaş
Erişte (Kesme Aşı)	Helise	Taze Fasulye Kavurması
Hörre	Bozbaş (Piti)	Taze Maş (Göymaş)
Şile Aşı (Süt Hörresi)	Zor Kızık	Pazı Kavurması
Evelik Aşı	Lahana (Kelem) Sarması	Salmanca Kavurması
Kelecoş	Pazı Sarması	Çobankirpiği Kavurması
Helim Aşı	Üzüm Yaprağı Sarması	Ispanak
Arpa Yarmalı Sebze Aşı	Dut Yaprağı sarması	Kazayağı Kavurması
Bulgur Aşı (boz aş)	Bağa Yaprağı Sarması	Çaşır Kavurması
Gıraradev	Evelik Sarma	Çirişli Kayganak (omlet)
Bozpört	Şeker Pancarı Yaprağı	Uşkun Çullaması
Tavuk Çorbası	Sarması	Haşıl
Borç Çorbası	Sebze Dolmaları (Patlıcan, Biber vs.)	Soğan Yahnisi (Eppek Aşı)
Kırmızı Mercimek Çorbası	Kuşbaşı Sebze dolması	Avsirk (Saitbegi)
Maş Çorbası	Soğan dolması	Sengesir
Lahana (Kelem) Çorbası	Tuzda Tavuk	Cılbır
Çiriş Aşı (Gulik Aşı)	Tavuk Şorva (tavuklu bozbaş)	Kayganak (Omlet, sahanda yumurta)
Sütlü Aş	Keklik Yahnisi	
Kurut Aşı	Kuzu Haşlama	
Ayran Aşı (Gendime Aşı)	Goşteberg (Çoban Buğulama)	
Ebegümeci Aşı	Taş Köfte	
Kuş Ekmeği Aşı	Kekikli sulu Köfte	
Sabah Aşı	Arzuman Köfte	
Perzana	Kuru Köfte (Gatlet)	
Paça	Bedir Köftesi	
İşkembe	Ekşili Et	
Kelle – Paça	Etli Topalak	
Poç (Poççik) Çorbası	Tandır Şiş	
	Şırdan	
	Tencerede Şiş Kebap	
	Sahan Kebabı	
	Tava Kebabı	
	Zeğme	
	Misembe	
	Et Kavurma	
	Pilavbaşı (Pilavüstü)	
	Etli Kuru Fasulye	
	Etli Nohut	
	Yumurtalı Kavurma	
	İşkembe Kavurması	
	Mumbar Kebabı	
	Tandırda Balık	
	Tandırda Balık Buğulama (Balık Kelle - Paça)	

Tablo 2.17. (Devamı)

PİLAHLAR	HAMUR İŞİ YEMEKLER	TURŞULAR
Bulgur Pilavı Erişte Pilavı Pirinç Pilavı Çilav Pilavı Mercimekli Bulgur Pilavı Çekme Pilav Safranlı Pilav Lepeli safranlı Pilav Nohutlu Pilav Maşlı Bulgur Pilavı Zibilli Pilav Keklik Etli Pilav Tavuk Etli Pilav Kuzu Etli Pilav Köy Pilavı Kavurmalı Pilav Karınlı Pilav İlikli Pilav Kuru Kaburgalı Pilav Cızdıklı Pilav Poççıklı Pilav Mantarlı Pilav Sirmonlu Pilav Çirişli Pilav Kengerli Pilav Evelikli Pilav Yağlıcalı Pilav Salmançalı Pilav Hoşık Pilavı (Yarma Pilavı) Cızda Pilav Müsembeli Pilav Sütlü Pilav Yufkalı Kazmak Kükülü Pilav Yumurtalı Pilav Erişteli Pilav Kazayaklı Pilav Şirin Pilav Kuru Üzümlü (Çekirdeksiz) Pilav Kaklı Pilav Dutlu Pilav	Taptapa (Gıllık) Ekmeği Tapan ekmeği Sac Ekmeği Lavaş Ekmeği Kete Bişi (Pişi - Mafış) Katmer (Feselli) Gözleme Döğmeç (Hevşirk) Salmanca Ketesi Çiriş Ketesi Bınsel (Kılör) Fetir Su Böreği Sütlü Kalın Hengel Mantı Etli Çörek Soslu Avsirk Nazıkhan Yufka Yağlama Murtuğa Lalanga Sirerun Gavut Eğirdek (Kalburbastı) Demir Tatlısı	Karışık Turşu Lahana Turşusu Kenger Turşusu Çaşır Turşusu Kazayağı Turşusu Çiriş (Gulık) Turşusu Kekire (Yabani Melek Otu) Turşusu Kocabaş (Pancar) Turşusu
TATLILAR	REÇELLER	
Bal Sütlü Aş Kaysefa Kayısı Kızartması Kayısı Dolması Maçlı Helva (Umaç Helva)	Ceviz Reçeli Kayısı Reçeli Gül Reçeli Vişne Reçeli Erik Reçeli Patlıcan Reçeli	

Tablo 2.17. (Devamı)

Pekmezli Helva Hasude (Hasde) Ağuz (Ağız) Kuymak Bulama Pestil Kavurması Zülbiya (Zülbiye) Aşure		
---	--	--

Kaynak : Belli, G. ve Belli, O. (2018)

İlin en ön plana çıkan yemeği daha çok Doğubayazıt ilçesinde görülen “Abdigör Köftesi” dir. Yerelde Abdigor olarak da bilinen köftenin, ismini ilçedeki İshak Paşa Sarayı’na adını veren İshak Paşa’nın babası olan Kör Abdi’den aldığı ve ilk defa hastalığından dolayı midesi hiçbir yemeği kabul etmeyen Kör Abdi için yapıldığı bilinmektedir. Abdigör yapılırken, sığırın but kısmından elde edilen çok beklememiş yani henüz taze olan yağsız ve sinirsiz etin taş üzerinde tahta tokmaklarla dövülmesiyle başlanır. Et bir yandan dövülürken bir yandan ise tuz ve soğan ilave edilir. Macun kıvamına geldikten sonra avuç içinde yuvarlanarak büyük topaklar elde edilir. Bu topaklar daha sonra kaynar suyun içine atılarak pişirilir. İsteğe bağlı olarak pişirme suyuna daha sonra pirinç ilave edilerek tenceredeki su çektirilir ve köfte pilavla beraber servis edilir. Yemeğin yaklaşık 400 yıllık geçmişiyle Anadolu’nun en eski diyet yemeği olduğu söylenmektedir (SERKA, 2019: 21-22).



Kaynak: Hürriyet, 2018

Fotograf 2.24. Abdigör Köftesinin Hazırlanışı

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN KÜLTÜR TURİZMİ ALGILARI: AĞRI İBRAHİM ÇEÇEN ÜNİVERSİTESİNE FARKLI ŞEHİRLERDEN GELEN ÖĞRENCİLER ÜZERİNE BİR UYGULAMA

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu tez çalışmasının amacı Ağrı iline başka şehirlerden gelen üniversite öğrencilerinin, bu ilin turizm potansiyeli ve kültürel değerleriyle ilgili farkındalık düzeylerini, bu potansiyel ve değerlerden ne ölçüde yararlandıklarını tespit etmek ve Ağrı iline ilişkin algıları belirlemektir. Çalışmanın sonunda elde edilen bulgulardan bu ilin kültür turizm potansiyelinin ortaya konulması ve kentin bu potansiyelden daha fazla yararlanması adına önerilerde bulunmaktır.

Ağrı gibi kitle turizmine uygun şartları barındırmayan illerin turizm gelirlerini arttırmalarının yolu, alternatif turizm potansiyellerinin değerlendirilmesinden geçmektedir. Bu durumun gerçekleşmesi Türkiye'nin turizmdeki payının artmasını da sağlayacaktır. Bu tez çalışması Ağrı ilinin başta kültür turizmi olmak üzere diğer alternatif turizm potansiyelini ortaya konulması, Ağrı ili ile ilgili bu tür çalışmaların azlığı ve her ne kadar turist kategorisine girmeseler de çoğu zaman kente bir turist gözüyle bakabilen ve turizm alanında kente farklı şehirlerden gelen üniversite öğrencilerine yönelik yapılan az sayıdaki çalışmalardan birisi olması nedeniyle önem arz etmektedir.

3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.2.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezlerin Geliştirilmesi

Model, araştırmanın içerdiği değişkenler arasındaki ilişkiyi temsil eden bir örüntü (Karabey, 2020: 93) veya önemli görülen değişkenleri içine alacak şekilde gerçek durumun özetlenmiş hali (Karasar, 2008: 76) olarak ifade edilmektedir. Sosyal bilimler alanında araştırma modeli, araştırmaya konu olan sistemin amaçlara yönelik olarak basitleştirilmesini sağlamaktadır. Araştırma modeli kurulurken araştırmanın probleminin doğru tanımlanması ve probleme ilişkin tüm değişkenlerin araştırma modelinde yer

alması gerekmektedir (Karabey, 2020). Sosyal bilimlerde niceliksel yaklaşım ve niteliksel yaklaşım olmak üzere araştırma modellerinin iki grupta toplandığı görülmektedir (Kırcaali-İftar, 1999: 7). Bu araştırmanın problemine ve amacına bağlı olarak tercih edilen araştırma modeli niceliksel araştırma modellerinden bağıntısal (ilişkisel) araştırma modelidir. Bağıntısal araştırma modelinin amacı neden-sonuç ilişkisi ortaya koymaktır. İstatistikten güç alan ve hipotez testine olanak tanıyan bu araştırma modelinde (Başol, 2008: 4) iki veya daha fazla değişken arasındaki ortak bağ üzerinde durulmaktadır (Erdoğan, 2003: 140). Araştırmanın modeli belirlendikten sonra araştırmanın konusuna yönelik literatür araştırması çerçevesinde hipotezler belirlenmiştir. Hipotez, ortaya konan problemle ilişkili olarak yanıtı aranacak sorular (Kırcaali-İftar, 1999: 5) veya bir ya da daha fazla ana kütle hakkında ileri sürülen ve doğru ya da yanlış olması mümkün olan iddialardır (Kartal, 2006: 3). Sosyal bilimlerde alanında hipotezi kanıtlamak gibi bir amaç bulunmamakta, oluşturulan hipotezi destekleyici bulgular elde edilmektedir. Bu araştırmada ortaya konulan problem ve amaç doğrultusunda araştırmaya ilişkin geliştirilen hipotezler şu şekildedir:

H1: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından erkek ve kadın öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H2: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından farklı yaş grubundaki öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H3: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya daha önce gelme durumlarına göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H4: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya kültürel bir tatil için uygun bulma durumlarına göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H5: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’nın kültür turizmi potansiyeli hakkında bilgi sahibi olma durumlarına göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H6: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik yerel ulaşım hizmetleri hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H7: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik konaklama hizmetleri hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H8: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik yiyecek-içecek hizmetleri ve mutfak hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H9: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik kültürel ve tarihi kaynaklar hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H10: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik kültürel etkinliklerin çeşitliliği hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H11: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik gece yaşamı hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H12: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik yerel halkın konukseverliği hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H13: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik alışveriş tesisleri hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H14: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik görülecek ve yapılacak etkinliklerin çeşitliliği hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H15: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik genel fiyat seviyesi hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H16: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik kişisel güvenlik hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H17: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik temizlik hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H18: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik toplam seyahat deneyimi hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

3.2.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Bu araştırmanın evrenini farklı şehirlerden Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesine öğrenim görmeye gelen öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmanın amacı Ağrı’da uzunca bir süre boyunca ikamet etmemiş, Ağrı ilini kapsamlı bir şekilde tanımayan öğrencilerin ile yönelik algılarını ortaya koymaktır. Bu amaç dolayısıyla araştırmada evren üzerinden yalnızca Ağrılı olmayan ve Ağrı’da yaşamayıp üniversite öğrenimini ilde gerçekleştirmek üzere ile gelen öğrenciler örneklem olarak belirlenmiştir. Araştırmada evrenin tamamına ulaşmanın hem imkân dâhilinde olmadığı hem de anket çalışmasının yapıldığı zaman diliminin akademik dönemin bitişine yakın olması nedeniyle öğrencilerin Ağrı ilinden ayrılma ihtimalleri de göz önünde tutularak zaman sorunu yaşamamak için örnekleme yoluna gidilmiştir. Bu evreni % 95’lik bir güven ve % 5’lik bir hata payı öngörülerek temsil edebilecek en az olması gereken kişi sayısı belirlenerek örneklem oluşturulmuştur (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2012: 137). Araştırmanın gerçekleştirilmesinde oluşabilecek cevaplama hataları göz önünde bulundurulmuş ve anket formu dağıtımı buna göre gerçekleştirilmiştir. Anket çalışması 30 Eylül 2019- 27 Ocak 2020 tarihleri arasında üniversitenin il merkezinde yer alan akademik birimleri göz önünde bulundurularak 400 adet anket formu öğrencilere dağıtılmıştır. Geri dönüşlerden

sonra elde edilen 300 anketin ön değerlendirmesinde eksik doldurulduğu tespit edilen formlar dikkate alınmayarak, 223 anket değerlendirmeye alınmıştır.

3.2.3. Ön Çalışma

Araştırmada üniversite öğrencilerinin kültür turizmi algılarını belirleyebilmek amacıyla nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği tercih edilmiştir. Kullanılan anket ile ilgili güvenilir sonuçlar elde etmek amacıyla gereken tüm kontroller yapılarak kullanılan anketin araştırmanın doğruluğunu olumlu anlamda etkilemesine dikkat edilmiştir. Bu doğrultuda anketlerin daha önceden belirlenen örnekleme uygulanmasına geçilmeden önce ön çalışma yapılarak anketin uygulanabilirliği kontrol edilmiştir. Ayrıca birkaç öğretim üyesinden de anket formunun son hali konusunda görüşler alınmıştır. Pilot çalışma 25 öğrenci ile 23-27 Eylül 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışma sonucunda anlaşılır olmayan herhangi bir ifadeye rastlanmamış ve öğrencilerin anket formundaki ifadeleri doğru algılayıp yorumladıkları belirlenmiştir. Bu bağlamda anket formu hazır hale getirilmiştir.

3.2.4. Veri Toplama Aracı ve yöntemi

Araştırmada nicel bir araştırma tasarımı tercih edilmiş, bu nedenle veri toplama tekniği olarak anketten yararlanılmıştır. Bu amaç neticesinde araştırmada kullanılacak anket formuna ihtiyaç duyulmuştur. Araştırmanın birinci aşamasını oluşturan literatür taraması esnasında konuyla ilgili var olan ölçekler değerlendirilmiş, daha önceden geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiş bir ankete ulaşılarak bu araştırmaya uygunluğuna bakılmıştır. Araştırmada kullanılan anket Avrupa Turizm ve Boş Zaman Eğitimi Birliği (ATLAS) tarafından oluşturulmuştur. Uluslararası bir turizm birliği olan ATLAS'ın amacı turizm ve boş zaman alanında uluslararası eğitim ve araştırma çalışmaları gerçekleştirmektir (Uca Özer, 2010: 85). Orijinal anket formu araştırmanın amacı doğrultusunda incelenerek Ağrı iline uyarlanmış ve anketteki ifadelerden birkaçı çıkarılarak demografik sorulara ilaveler yapılmıştır. Anket formunun ilk bölümünde Ağrı iline farklı şehirlerden üniversitede eğitim görmek üzere gelen öğrencilere demografik sorular (cinsiyet, yaş, aylık harcamaları, geldikleri şehir), Ağrı'ya daha önce gelme durumları, Ağrı'ya geliş amaçları, Ağrı'nın kültür turizm potansiyeli hakkında bilgi

sahibi olma durumları, Ağrı'nın kültürel bir tatil için uygun bir destinasyon olma durumu ve Ağrı'da ziyaret ettikleri kültürel mekanlara ilişkin sorular yöneltilmiştir. Anket formunun ikinci bölümü ise Ağrı ilinin birtakım belirlenmiş kriterlere göre değerlendirildiği ve Ağrı ilinin turizm ve kültür turizmi potansiyeline ilişkin ifadelerin yer aldığı bölümdür. Cevaplayıcıların algı düzeylerini ölçmek için ikinci bölümde yer alan Ağrı ili ile ilgili kriterlere “çok kötü, kötü, orta, iyi ve çok iyi” olmak üzere değerlendirme ölçeği oluşturulmuştur. Yine anket formunun ikinci bölümünde yer alan Ağrı ilinin turizm ve kültür turizmi potansiyeline ilişkin ifadeler için ise “kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, ne katılıyorum ne katılmıyorum, katılıyorum, kesinlikle katılıyorum” olmak üzere beşli derecelendirme ölçeği tercih edilmiştir.

3.3. BULGULAR VE YORUM

3.3.1. Demografik Veriler

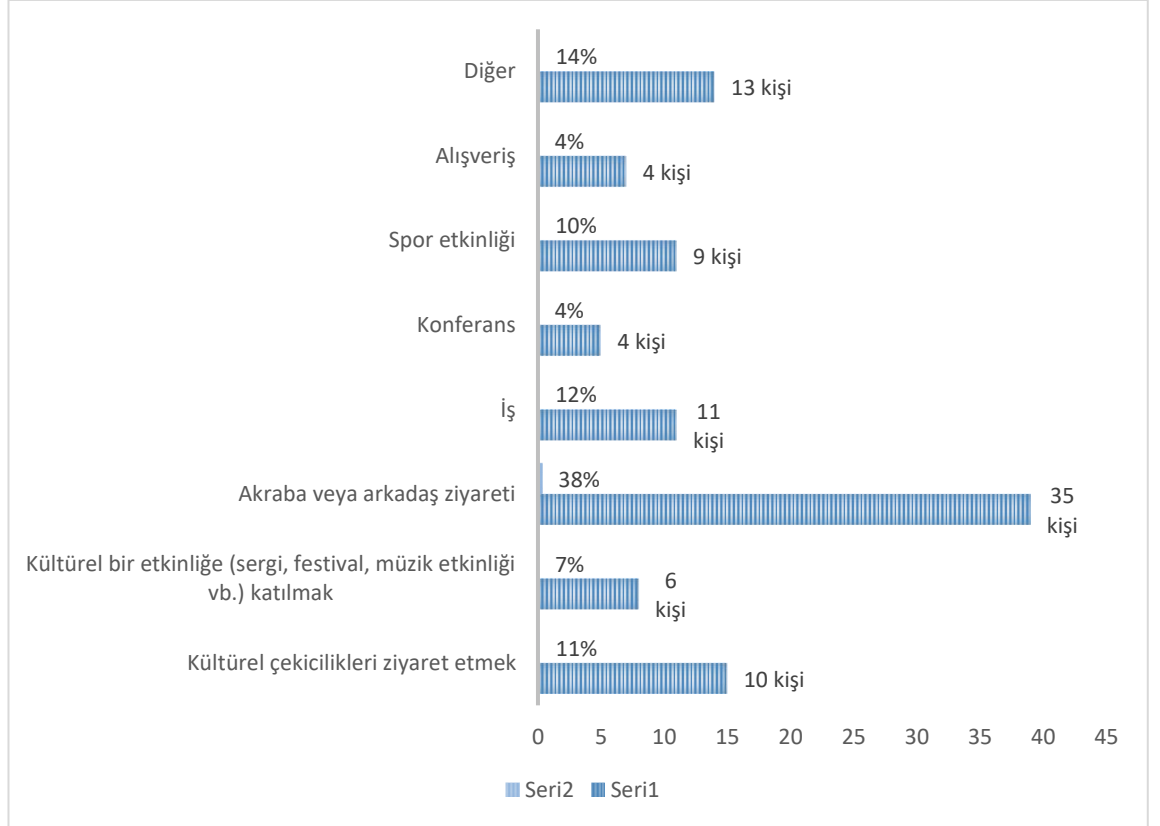
Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özellikleri Tablo 3.1.'de sunulmuştur. Tablo 3.1.' de görüldüğü üzere araştırmaya katılan 212 öğrencinin % 62,3'ü kadın ve % 37,7'si ise erkektir. Katılımcıların % 2,8'si 18 ve altı, % 83,5'i 19-22, % 11,3'ü 23-26 ve % 2,4'ü ise 27 ve üzeri yaş grupları arasında yer almaktadır. Katılımcıların aylık harcamalarına bakıldığında 251-500 TL arasında harcama yapanlar (% 33,5) ile 501-750 TL arasında harcama yapanların (% 33,0) oranları birbirlerine çok yakın çıkmıştır. 250 TL ve altı harcama yapanlar (% 2,4) azınlıkta kalırken, 1000 TL üstü harcama yapanların (% 9,4) oranı ise göze çarpar boyutta değildir. Araştırmaya katılanların Ağrı'ya geldikleri şehirlere bakıldığında ülkenin her bölgesinden olmak üzere 37 farklı ilden geldikleri ve her bölgeden katılımcının görüş belirttiği görülmektedir. Bu iller arasında çoğunluğu, Diyarbakır (% 15,6) ve Van (% 14,6) illerinden gelen öğrenciler oluşturmaktadır. Katılımcıların çok büyük bir çoğunluğu (% 87,7) Ağrı'yı kültürel bir tatil için uygun bir destinasyon olarak görmezken, bu anlamda olumlu görüş bildirenlerin oranı % 12,3 olarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin % 58,5'i Ağrı'nın kültür turizmi potansiyeli hakkında bilgi sahibi değildir. Katılımcıların Ağrı'ya daha önce gelip gelmeme durumları incelendiğinde, araştırmaya katılan öğrencilerin % 73,6'sının Ağrı iline ilk defa geldikleri gözlenirken; % 26,4'ünün ise bu ile daha önce de geldikleri görülmüştür.

Tablo 3.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular.

Cinsiyet	N	(%)	Aylık Harcamanız	N	(%)
Erkek	80	37,7	250 TL ve altı	5	2,4
Kadın	132	62,3	251 - 500 TL	71	33,5
			501 - 750 TL	70	33,0
			751 - 1000 TL	46	21,7
			1001 TL ve üstü	20	9,4
Yaş	N	(%)	Ağrı'ya Daha Önce Gelme Durumu	N	(%)
18 ve altı	6	2,8	Evet	56	26,4
19-22	177	83,5	Hayır	156	73,6
23-26	24	11,3			
27 ve üzeri	5	2,4			
Ağrı kültürel bir tatil için uygun bir destinasyon mudur?	N	(%)	Ağrı'nın kültür turizmi potansiyeli hakkında bilginiz var mı?	N	(%)
Evet	26	12,3	Evet	86	40,6
Hayır	186	87,7	Hayır	126	59,4
Yaşadığınız Şehir	N	(%)	Yaşadığınız Şehir	N	(%)
Adana	5	2,4	Kayseri	2	0,9
Adıyaman	3	1,4	Kocaeli	1	0,5
Ankara	4	1,9	Malatya	3	1,4
Antalya	2	0,9	Kahramanmaraş	2	0,9
Balıkesir	1	0,5	Mardin	10	4,7
Bitlis	2	0,9	Muğla	1	0,5
Bursa	4	1,9	Muş	7	3,3
Denizli	1	0,5	Nevşehir	2	0,9
Diyarbakır	33	15,6	Niğde	2	0,9
Elazığ	1	0,5	Ordu	1	0,5
Erzincan	1	0,5	Siirt	1	0,5
Eskişehir	3	1,4	Trabzon	4	1,9
Gaziantep	6	2,8	Şanlıurfa	8	3,8
Hakkâri	10	4,7	Van	31	14,6
Hatay	3	1,4	Batman	15	7,1
Mersin (İçel)	4	1,9	Şırnak	13	6,1
İstanbul	7	3,3	Iğdır	6	2,8
İzmir	7	3,3	Osmaniye	3	1,4
Kars	3	1,4			

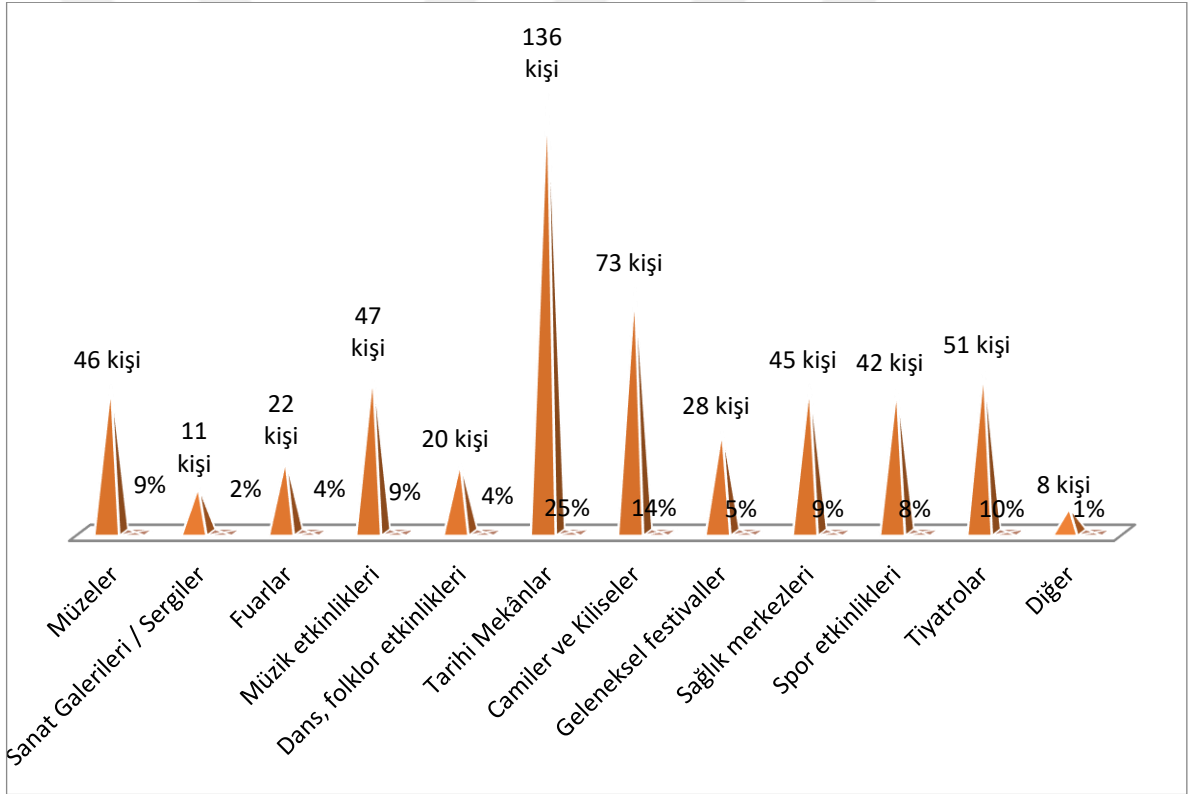
3.3.2. Ağrı İline İlişkin Algılar

Araştırma kapsamında öğrencilere “Ağrı’ya daha önce geldiyseniz geliş amacınız hangisidir?” sorusu yöneltilerek birden fazla seçenek işaretleyebilecekleri ifade edilmiştir. Elde edilen veriler doğrultusunda yapılan değerlendirmelerde ise Şekil 3.1.’de görüldüğü üzere Ağrı’ya daha önce gelme nedenlerinden, akraba ve arkadaş ziyareti (% 38) katılımcılar tarafından en çok gösterilen neden olarak ortaya çıkarken; hemen arkasından eğitim olarak belirtilen diğer nedenler (% 14,1) gelmiştir. Bunları iş amaçlı gelenler(% 12), kültürel çekicilikleri ziyaret için gelenler (% 10,9) ve spor amaçlı etkinliklere katılanlar (% 9,8) izlemiştir. Festival, sergi, müzik etkinliği vb. kültürel etkinliklere katılım amacı da (% 6,5) oranında neden olarak gösterilmiştir. Alışveriş (% 4,3) ve konferans (% 4,3) nedenleri ise son sırada yer almışlardır. Buradan hareketle Ağrı iline daha önce gelenlerin bu seyahatlerini toplamda % 17,4 oranla kültürel nedenlerle gerçekleştirdiğini, kültürel amaçlı ziyaretlerin akraba ve arkadaş ziyaretinden sonraki en önemli ziyaret nedeni olduğunu söyleyebiliriz.



Şekil 3.1. Katılımcıların Ağrı’ya Geliş Amaçları.

Araştırmada öğrencilerin Ağrı’da ziyaret ettikleri/katıldıkları kültürel mekânları/etkinlikleri belirleyebilmek adına soru yöneltilmiştir. Elde edilen veriler Şekil 3.2.’de gösterilmektedir. Araştırma sonucu incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin yaptıkları seçimlere göre; Ağrı’ da, ziyaret etmek/katılmak için en çok gidilen yerlerde ilk sırayı tarihi mekânlar (%25,7) alırken, onu ibadethaneler (% 13,8) takip etmektedir. Tiyatrolar (% 9,6), müzik etkinlikleri (% 8,9), müzeler (% 8,7), sağlık merkezleri (% 8,5), spor etkinlikleri (% 7,9) gibi seçeneklerde ziyaret edilme veya katılım oranlarının birbirine yakın olduğu gözlenmektedir. Geleneksel Festivaller (% 5,3), fuarlar (% 4,2), dans-folklor etkinlikleri (% 3,8) ve Sanat galerileri/Sergiler (% 2,1) seçeneklerinin son sıralarda bulunması, Ağrı’nın güncel kültürel değerlerinin geleceği konusunda iyimser bir sonuç doğurmamıştır.



Şekil 3.2. Katılımcıların Ağrı’da Ziyaret Ettikleri Kültürel Mekânlar.

Araştırmaya katılan öğrencilerin kültür turizmine yönelik algılarını ortaya koyabilmek amacıyla yapılan incelemenin sonuçları Tablo 3.2.’de sunulmuştur.

Tablo 3.2. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Ağrı İline Yönelik Genel Algıları.

	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Yerel ulaşım hizmetleri	5	2,4	27	12,7	69	32,5	74	34,9	36	17,0
Konaklama hizmetleri	3	1,4	33	15,6	75	35,4	66	21,1	34	16,0
Yiyecek-içecek hizmetleri ve mutfak	6	2,8	40	18,9	71	33,5	60	28,3	34	16,1
Kültürel ve tarihi kaynaklar	15	7,1	40	18,9	72	34,0	56	26,4	29	13,7
Kültürel etkinliklerin çeşitliliği	3	1,4	15	7,1	54	25,5	85	40,1	52	24,5
Gece yaşamı	4	1,9	7	3,3	34	16,0	70	33,0	91	42,9
Yerel halkın konukseverliği	31	14,6	43	20,3	54	25,5	47	22,2	36	17,0
Alışveriş tesisleri	-	-	9	4,2	40	18,9	73	34,4	86	40,6
Görülecek ve yapılacak etkinliklerin çeşitliliği	1	0,5	5	2,4	48	22,6	78	36,8	76	35,8
Genel fiyat seviyesi	6	2,8	17	8,0	81	38,2	58	27,4	49	23,1
Kişisel güvenlik	8	3,8	32	15,1	86	40,6	51	24,1	35	16,5
Temizlik	1	0,5	19	9,0	73	34,4	74	34,9	45	21,2
Toplam Seyahat Deneyimi	-	-	12	5,7	68	32,1	81	38,2	51	24,1

Tablo 3.2' ye bakıldığında katılımcıların, Ağrı hakkındaki genel değerlendirmeleri gözlenmektedir. Tablo 3.2. incelendiğinde, araştırmaya katılan öğrencilerin Ağrı ile ilgili yapmış oldukları değerlendirmelerin tamamında memnuniyetsizlik göze çarpmaktadır. Gece yaşamı (% 75,9), kültürel etkinliklerin çeşitliliği (% 72,6), alışveriş tesisleri (% 75,0), görülecek ve yapılacak etkinliklerin çeşitliliği (% 72,6) kıstasları memnuniyetsizlik duyulan kıstaslar olarak ön plana çıkmaktadır. Buradan hareketle Ağrı'nın sosyal ve kültürel anlamda eksik yönlerinin bulunduğu ve özellikle de bu noktalarda etkinliklere ihtiyaç duyulduğu gözlenmektedir. Katılımcıların % 62,3'ü ise toplam seyahat deneyimlerinden hoşnut değillerdir.

Araştırma kapsamında öğrencilerden Ağrı'nın turizm ve kültür turizmi potansiyelini değerlendirmeleri istenmiş ve bu doğrultuda elde edilen sonuçlar Tablo 3.3'de verilmiştir.

Tablo 3.3. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Ağrı İlinin Turizm ve Kültür Turizmi Potansiyeline Yönelik Algıları.

	Kesinlikle Katılıyorum		Katılıyorum		Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Ağrı tam anlamıyla kültürel bir şehir destinasyonudur	7	3,3	25	11,8	35	16,5	63	29,7	82	38,7
Ağrı, dünyadaki diğer kültürel şehir destinasyonlarıyla rekabet edebilecek potansiyele sahiptir	5	2,4	14	6,6	24	11,3	73	34,4	96	45,3
Ağrı, dünyadaki diğer kültürel şehirlerden çok daha farklı ve özgün bir kültürel destinasyondur	9	4,2	16	7,5	39	18,4	77	36,3	71	33,5
Ağrı'nın pahalı bir şehir olduğunu düşünüyorum	33	15,6	47	22,2	49	23,1	55	25,9	28	13,2
Alışveriş yaparken esnafın tavrının çok ısrarcı ve rahatsız edici olduğunu düşünüyorum	37	17,5	45	21,2	46	21,7	55	25,9	29	13,7
Kültürel ve tarihi yapıların çok bakımsız ve ihmal edilmiş durumda olduğunu düşünüyorum	48	22,6	69	32,5	48	22,6	28	13,2	19	9,0
Ağrı'da kültürel aktivite olanaklarının oldukça yetersiz olduğunu düşünüyorum	78	36,8	71	33,5	22	10,4	25	11,8	16	7,5
Kültürel bir şehir destinasyonu olarak Ağrı'nın tanıtımı etkili bir şekilde yapılmamaktadır	48	22,6	72	34,0	49	23,1	19	9,0	24	11,3
Ağrı, uluslararası alanda güçlü bir turistik imaja sahip değildir	66	31,1	72	34,0	32	15,1	24	11,3	18	8,5
Kültürel ve tarihi yapıların korunması ve iyileştirilmesi Ağrı'nın turistik geleceği açısından olumlu olacaktır	75	35,4	71	33,5	28	13,2	17	8,0	21	9,9
Ağrı'da turistik amaçlı kullanılabilecek mekânların sayısının artırılması ve kültür altyapısının güçlendirilmesi gerekmektedir	99	46,7	67	31,6	18	8,5	12	5,7	16	7,5
Ağrı'da yaşayan insanların din, sanat, müzik, yemek ve yaşam tarzları konusunda daha çok şey bilmek isterim	39	18,4	65	30,7	48	22,6	27	12,7	33	15,6
Ağrı, kültürel amaçlı ihtiyaç ve beklentilerimi karşılıyor	6	2,8	12	5,7	40	18,9	73	34,4	81	38,2

Tablo 3.3’de araştırmaya katılan öğrencilerin Ağrı’nın kültürel boyutuyla ilgili değerlendirmeleri görülmektedir. Tablo 3.3. incelendiğinde Ağrı’nın katılımcılar tarafından kültürel bir destinasyon olarak görülmediği ve kültürel anlamda diğer şehirlerle rekabet edebilecek düzeyde olmadığı gözlenmektedir. Katılımcılara göre, Ağrı turistik anlamda güçlü bir destinasyon imajına sahip olmamakla beraber bu ilin etkili bir tanıtıma ihtiyacı vardır. Araştırmaya katılan öğrencilerin çoğu, Ağrı’daki kültürel ve tarihi yapıların bakımsız olduğunu ve bu tür mekânların korunup iyileştirilmesinin hatta yeni mekânların ortaya çıkartılmasının Ağrı’nın turizm anlamında gelişimine olumlu katkı sunacağını düşünmektedirler. Ağrı ekonomik yönden incelendiğinde katılımcıların çoğunluğu (% 39,1) tarafından pahalı bir şehir olarak görülmesi de bu noktada pahalı görenlerin oranı (% 37,8) da yadsınamaz. Nitekim Tablo 3.3’ e bakıldığında katılımcıların genel fiyat seviyesinden çok da memnun olmadıkları görülmektedir. Katılımcılar Ağrı’nın kültürel değerleriyle ilgili daha çok bilgiye ihtiyaç duyarken, Ağrı’yı kültürel amaçlı ihtiyaç ve beklentilerini karşılamaktan uzak görmektedirler.

3.3.3. Verilerin Analize Uygunluğunun Gözden Geçirilmesi

Veri setinin hatalı veya uç değerler içermesi istatistiksel analiz yapma ve doğru bilgiye ulaşma konusunda önemli bir sorun oluşturduğu belirtilmektedir. Veri seti üzerinde parametrik test uygulama işlemlerinin ön şartı verilerin normal dağılım göstermesi gerektiğidir. Verilerin normal dağılım göstermesini sağlamak için veri setinin uç değerlerden temizlenmesi gerekmektedir. Uç değer analizi veri setinin normal dağılım göstermesi için hatalardan ayıklanması işlemidir (Ovla & Taşedelen, 2012). Araştırma kapsamında veri seti uç değerler bakımından değerlendirilmiştir. Veri setinde Z puanı hesaplama işlemi yapılmış ve $-3 < Z \text{ Puanı} < +3$ aralığı referans (Ovla & Taşedelen, 2012) alınarak 4 katılımcıya ait ölçek veri setinden çıkarılmıştır. Ayrıca değişkenlerin Mahalanobis uzaklık kat sayıları hesaplanmakla birlikte Cook’s ve Leverage değerleri incelenmiştir. Mahalanobis kat sayısı hesaplanırken 0-13,82 aralığı referans alınmıştır. Cook’s değeri için 0-1 aralığı ve Leverage değeri için. 000-.020 aralığı referans alınmıştır (Seçer, 2015). Bu referans aralıklarında yer almayan 7 katılımcıya ait ölçek veri setinden çıkarılmıştır. Veri setinde hatalı veya uç değer taşıdığı tespit edilen toplam 11 katılımcıya ait ölçek veri setinden çıkarılmıştır. Başlangıçta 223 katılımcıdan oluşan veri seti uç değer

taramasının ardından 212 katılımcı ile son şeklini almış ve veri analizine 212 katılımcının yer aldığı veri seti ile devam edilmiştir.

Veri setinin normal dağılımını belirlemek için ATLAS ölçeğine ait boyutların aritmetik ortalaması, mod ve medyan değerleri incelenmiştir. ATLAS ölçeğine ait boyutların mod ve medyan değerlerinin aritmetik ortalamaya olan uzaklıkları veri setinin normal dağılımı konusunda önemli ipuçları vermektedir. Bu doğrultuda ATLAS ölçeğinin boyutlarının aritmetik ortalaması ile mod ve medyan değerlerinin -1 ile +1 aralığında uzaklığa sahip olması beklenmektedir. Ayrıca veri setinin çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiş ve -1,96 ile +1,96 aralığı referans alınmıştır (Cengizhan, 2018). Veri setinin normal dağılımına karar verebilmek için Kolmogorov Smirnov testi yapılmış ve anlamlılık derecesinin $p > .05$ olması beklenmiştir. Ayrıca çarpıklık ve basıklık derecesine göre şekil alan histogram grafikleri incelenmiştir (Tabachnick & Fidell, 2015).

Tablo 3.4. Araştırma verilerinin normallik analizleri

	Algılanan Destinasyon İmajı	Kültürel Eksiklikler	İmaj ve Tanıtım Eksiklikleri	Seyahat Amacı
Aritmetik Ortalama	2,8323	3,0157	3,1824	3,1958
Mod	2,40	2,00	2,00	3,00
Medyan	2,6000	3,3333	3,3333	3,0000
Çarpıklık	,582	-,194	-,370	,105
Basıklık	-,101	-1,224	-,911	-,333
Kolmogorov Smirnov	,000	,000	,000	,000
Histogram Grafikleri	√	√	√	√

ATLAS ölçeğinin alt boyutlarına yönelik yapılan normal dağılım incelemesi sonucunda aritmetik ortalama, mod ve medyan değerleri incelenmiş ve referans aralığında oldukları tespit edilmiştir. Ayrıca boyutların çarpıklık ve basıklık değerleri incelendiğinde referans alınan aralıkta oldukları görülmektedir. Boyutlara yönelik yapılan Kolmogorov Smirnov testi sonucunda tüm boyutların anlamlılık derecesi $p = ,000$ olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda Kolmogorov Smirnov testinin koşulu olan $p > .05$ referansı veri setinde sağlanamamıştır. Kolmogorov Smirnov testinin normal dağılım konusunda tek başına karar verici bir analiz olmadığı belirtilmektedir. Kolmogorov Smirnov testinin normal dağılım kriterini sağlamadığı büyük örneklemelerde sıklıkla

karşılaşılan bir durumdur (Seçer, 2015). Son olarak ölçek boyutlarının histogram grafikleri incelenmiş ve normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Bu faktörlerin tümü dikkate alındığında ATLAS ölçeğine ait veri setinin normal dağıldığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda parametrik test yapabilmenin ön koşulu sağlanmış ve hipotez testleri için veri setine bağımsız örneklem t testi ve ANOVA analizinin uygulanması konusunda bir engel olmadığı kanaatine varılmıştır.

3.3.4. Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizi

Çalışmada kullanılan ölçeğin güvenilirliğini tespit edebilmek için Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Seçer (2015: 217)'e göre Cronbach's Alpha yöntemi ölçek geliştirme sürecinde iç tutarlılığın belirlenmesi doğrultusunda sıklıkla kullanılan yöntemlerden biridir. Bu yöntemde maddelerin birbirleri ile olan uyumlarına dayanan bir iç tutarlılık ölçümü söz konusudur. Dolayısıyla Cronbach's Alpha kat sayısı dereceleme şeklindeki Likert türündeki ölçme araçlarında kullanılmaktadır (Seçer, 2015: 217).

ATLAS ölçeğine yönelik yapılan güvenilirlik analizi sonucunda güvenilirlik kat sayısının, ,757 olduğu tespit edilmiştir. Buna göre araştırmada kullanılan ATLAS ölçeği kabul edilebilir derecede oldukça güvenilir ($0.60 \leq \alpha < 0.80$) aralığında bulunmaktadır.

3.3.5. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Araştırmanın temel amacı doğrultusunda belirlenen hipotezler bu bölümde test edilmiştir. Bu doğrultuda katılımcıların Ağrı'ya yönelik bakış açılarının belirlenmesi amacıyla birtakım hipotezler geliştirilmiştir. Araştırma kapsamında geliştirilen hipotezler aşağıda belirtilmektedir.

H₁: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından erkek ve kadın öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H₂: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından farklı yaş grubundaki öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H₃: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya daha önce gelme durumlarına göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H₄: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’yi kültürel bir tatil için uygun bulma durumlarına göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H₅: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’nın kültür turizmi potansiyeli hakkında bilgi sahibi olma durumlarına göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H₆: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik yerel ulaşım hizmetleri hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H₇: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik konaklama hizmetleri hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H₈: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik yiyecek-içecek hizmetleri ve mutfak hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H₉: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik kültürel ve tarihi kaynaklar hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H₁₀: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik kültürel etkinliklerin çeşitliliği hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H₁₁: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik gece yaşamı hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H₁₂: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik yerel halkın konukseverliği hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H₁₃: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik alışveriş tesisleri hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H₁₄: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik görülecek ve yapılacak etkinliklerin çeşitliliği hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H₁₅: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik genel fiyat seviyesi hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H₁₆: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik kişisel güvenlik hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H₁₇: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik temizlik hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

H₁₈: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik toplam seyahat deneyimi hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”

Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan fark hipotezlerinin test edilmesi amacıyla veri setinin normal dağılımı incelenmiştir. Normal dağılım ölçütleri sağlanan veri setine yönelik parametrik testler uygulanmıştır. Bu doğrultuda oluşturulan fark hipotezleri “bağımsız örneklem t testi” ve “tek faktörlü varyans analizi (ANOVA)” aracılığıyla test edilmiştir. Bağımsız örneklem t testi ve ANOVA analizi için varyans homojenliğinin sağlanması gerekmektedir (Seçer, 2015). Bu kapsamda hipotezler test edilirken öncelikle “Levene’s Test for Equality of Variances” aracılığıyla varyans homojenliği test edilmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda;

H₁: “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından erkek ve kadın öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezinin test edilmesi amacıyla yapılan bağımsız örneklem t testi sonuçları Tablo 3.5.’de görülmektedir.

Tablo 3.5. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından erkek ve kadın öğrencilerin ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan bağımsız örneklem t testi sonucu

Potansiyel	Cinsiyet	n	$\bar{X}$	S.s	t	p
Algılanan Destinasyon İmajı	Erkek	80	2,8481	,97382	,209	,835
	Kadın	132	2,8227	,78240		
Kültürel Eksiklikler	Erkek	80	3,1417	1,16292	1,135	,258
	Kadın	132	2,9394	1,31238		
İmaj ve Tanıtım Eksiklikleri	Erkek	80	3,2188	1,13709	,359	,720
	Kadın	132	3,1604	1,15331		
Seyahat Amacı Olarak Kültür	Erkek	80	3,3000	1,02993	1,212	,227
	Kadın	132	3,1326	,94072		

Öğrencilerin kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik değerlendirmelerinin cinsiyete göre değişkenliğini belirlemek amacıyla kurulan H_1 : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından erkek ve kadın öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezinin test edilmesi amacıyla veri setine bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Bu doğrultuda “Levene’s Test for Equality of Variances” aracılığıyla varyans homojenliği incelenmiş ve boyutlarda varyansın homojen dağıldığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda bağımsız örneklem t testinin ön koşulu sağlanmış ve veri seti analize tabi tutulmuştur. Bağımsız örneklem t testi sonucunda kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından erkek ve kadın öğrencilerin ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu doğrultuda H_1 : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından erkek ve kadın öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 3.6. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından farklı yaş grubundaki öğrencilerin ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu

Potansiyel	Yaş	$\bar{X}$	S.s.	F	p	Anlamlı Fark
Algılanan Destinasyon İmajı	18 ve altı	2,7667	,97502	,038	,990	-
	19-22	2,8387	,86490			
	23-26	2,7917	,89341			
	27 ve üzeri	2,8800	,26833			
Kültürel Eksiklikler	18 ve altı	3,0556	1,10387	,175	,914	-
	19-22	2,9962	1,24240			
	23-26	3,1806	1,37254			
	27 ve üzeri	2,8667	1,77326			
İmaj ve Tanıtım Eksiklikleri	18 ve altı	3,2500	1,25499	,938	,423	-
	19-22	3,1478	1,12995			
	23-26	3,2500	1,30865			
	27 ve üzeri	4,0000	,47140			
Seyahat Amacı Olarak Kültür	18 ve altı	3,6667	,75277	,586	,625	-
	19-22	3,1836	,95728			
	23-26	3,1250	1,11560			
	27 ve üzeri	3,4000	1,29422			

Öğrencilerin kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik değerlendirmelerinin yaşa göre değişkenliğini belirlemek amacıyla H_2 : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından farklı yaş grubundaki öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezinin test edilmesi amacıyla veri setine ANOVA analizi uygulanmıştır. Bu doğrultuda “Levene’s Test for Equality of Variances” aracılığıyla varyans homojenliği incelenmiş ve boyutlarda varyansın homojen dağıldığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda ANOVA analizinin ön koşulu sağlanmış ve veri seti analize tabi tutulmuştur. ANOVA analizi sonucunda kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından farklı yaş gruplarına göre öğrencilerin ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu doğrultuda H_2 : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından farklı yaş grubundaki öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 3.7. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya daha önce gelme durumlarına göre öğrencilerin ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan Bağımsız Örneklem t Testi sonucu

Potansiyel	Ağrı'ya Daha Önce Gelme Durumu	n	$\bar{X}$	S.s	t	p
Algılanan Destinasyon İmajı	Evet	56	2,9223	,86260	,915	,361
	Hayır	156	2,8000	,85610		
Kültürel Eksiklikler	Evet	56	2,7351	1,32260	-1,957	,052
	Hayır	156	3,1165	1,22422		
İmaj ve Tanıtım Eksiklikleri	Evet	56	3,1786	1,21225	-,029	,977
	Hayır	156	3,1838	1,12374		
Seyahat Amacı Olarak Kültür	Evet	56	3,2857	1,02184	,803	,423
	Hayır	156	3,1635	,96079		

Öğrencilerin kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik değerlendirmelerinin Ağrı'ya daha önce gelme durumlarına göre değişkenliğini belirlemek amacıyla kurulan H_3 : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya daha önce gelme durumlarına göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezinin test edilmesi amacıyla veri setine bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Bu doğrultuda “Levene’s Test for Equality of Variances” aracılığıyla varyans homojenliği incelenmiş ve boyutlarda varyansın homojen dağıldığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda bağımsız örneklem t testinin ön koşulu sağlanmış ve veri seti analize tabi tutulmuştur. Bağımsız örneklem t testi sonucunda kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya daha önce gelme durumlarına göre öğrencilerin ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu doğrultuda H_3 : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya daha önce gelme durumlarına göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 3.8. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından *Ağrı'yı kültürel bir tatil için uygun bulma* ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan Bağımsız Örneklem t Testi sonucu

Potansiyel	Kültürel Bir Tatil İçin Uygunluk	n	$\bar{X}$	S.s	t	p
Algılanan Destinasyon İmajı	Evet	26	3,3077	,70024	3,078	,002
	Hayır	186	2,7659	,85799		
Kültürel Eksiklikler	Evet	26	3,0385	1,37381	,98	,922
	Hayır	186	3,0125	1,24619		
İmaj ve Tanıtım Eksiklikleri	Evet	26	3,0962	1,36803	-,409	,683
	Hayır	186	3,1944	1,11392		
Seyahat Amacı Olarak Kültür	Evet	26	3,0000	1,09545	-1,092	,276
	Hayır	186	3,2231	,95858		

Öğrencilerin kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik değerlendirmelerinin Ağrı'yı kültürel bir tatil için uygun bulma durumlarına göre değişkenliğini belirlemek amacıyla kurulan H_4 : “*Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'yı kültürel bir tatil için uygun bulma durumlarına göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.*” hipotezinin test edilmesi amacıyla veri setine bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Bu doğrultuda “Levene’s Test for Equality of Variances” aracılığıyla varyans homojenliği incelenmiş ve boyutlarda varyansın homojen dağıldığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda bağımsız örneklem t testinin ön koşulu sağlanmış ve veri seti analize tabi tutulmuştur. Bağımsız örneklem t testi sonucunda kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'yı kültürel bir tatil için uygun bulma durumlarına göre öğrencilerin ortalamaları arasında algılanan destinasyon imajı açısından anlamlı bir fark bulunmuştur. Öğrencilerin verdikleri cevaplara yönelik aritmetik ortalamalar incelendiğinde Ağrı'yı kültürel bir tatil için uygun destinasyon olarak gören grubun ($\bar{X}$: 3,3077) Ağrı'yı kültürel bir tatil için uygun destinasyon olarak görmeyen gruba göre ($\bar{X}$: 2,7659) destinasyon imajı algılarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda H_4 : “*Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'yı kültürel bir tatil için uygun bulma durumlarına göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.*” hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 3.9. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'nın kültür turizmi potansiyeli hakkında bilgi sahibi olma ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan Bağımsız Örneklem t Testi sonucu

Potansiyel	Bilgi Sahibi Olma Durumu	n	$\bar{X}$	S.s	t	p
Algılanan Destinasyon İmajı	Evet	85	2,8776	,84182	,582	,256
	Hayır	124	2,8069	,87864		
Kültürel Eksiklikler	Evet	85	2,9275	1,30588	-,808	,351
	Hayır	124	3,0712	1,23414		
İmaj ve Tanıtım Eksiklikleri	Evet	85	3,0588	1,14830	-1,270	,929
	Hayır	124	3,2634	1,14075		
Seyahat Amacı Olarak Kültür	Evet	85	3,0941	,99551	-1,161	,995
	Hayır	124	3,2540	,96587		

Öğrencilerin kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik değerlendirmelerinin Ağrı'nın kültür turizmi potansiyeli hakkında bilgi sahibi olma durumlarına göre değişkenliğini belirlemek amacıyla kurulan H_5 : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'nın kültür turizmi potansiyeli hakkında bilgi sahibi olma durumlarına göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezinin test edilmesi amacıyla veri setine bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Bu doğrultuda “Levene’s Test for Equality of Variances” aracılığıyla varyans homojenliği incelenmiş ve boyutlarda varyansın homojen dağıldığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda bağımsız örneklem t testinin ön koşulu sağlanmış ve veri seti analize tabi tutulmuştur. Bağımsız örneklem t testi sonucunda kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'nın kültür turizmi potansiyeli hakkında bilgi sahibi olma durumlarına göre öğrencilerin ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu doğrultuda H_5 : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'nın kültür turizmi potansiyeli hakkında bilgi sahibi olma durumlarına göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 3.10. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik yerel ulaşım hizmetleri ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu

Potansiyel	Yerel Ulaşım Hizmetleri	$\bar{X}$	S.s.	F	p	Anlamlı Fark
Algılanan Destinasyon İmajı	Çok Kötü	2,9194	,92854	1,352	,252	-
	Kötü	2,7926	,87819			
	Orta	2,6957	,82648			
	İyi	3,0481	,72926			
	Çok İyi	3,2800	,87864			
Kültürel Eksiklikler	Çok Kötü	2,8194	1,47754	1,149	,335	-
	Kötü	3,2342	1,23431			
	Orta	2,9106	1,19933			
	İyi	2,9753	1,14327			
	Çok İyi	2,4667	,98883			
İmaj ve Tanıtım Eksiklikleri	Çok Kötü	3,3611	1,20416	,788	,534	-
	Kötü	3,0068	1,21521			
	Orta	3,2536	1,04146			
	İyi	3,2222	1,05511			
	Çok İyi	2,9333	1,40238			
Seyahat Amacı Olarak Kültür	Çok Kötü	3,6389	1,30171	2,922	,122	-
	Kötü	3,0135	,94714			
	Orta	3,2174	,77875			
	İyi	3,0000	,75955			
	Çok İyi	3,1000	1,24499			

Öğrencilerin kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik yerel ulaşım hizmetleri hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında farkı belirlemek amacıyla H_6 : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik yerel ulaşım hizmetleri hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezinin test edilmesi amacıyla veri setine ANOVA analizi uygulanmıştır. Bu doğrultuda “Levene’s Test for Equality of Variances” aracılığıyla varyans homojenliği incelenmiş ve boyutlarda varyansın homojen dağıldığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda ANOVA analizinin ön koşulu sağlanmış ve veri seti analize tabi tutulmuştur. ANOVA analizi sonucunda kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik yerel ulaşım hizmetleri hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu doğrultuda H_6 : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler

bakımından Ağrı'ya yönelik yerel ulaşım hizmetleri hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 3.11. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik konaklama hizmetleri ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu

Potansiyel	Konaklama Hizmetleri	$\bar{X}$	S.s.	F	p	Anlamlı Fark
Algılanan Destinasyon İmajı	Çok Kötü	2,7912	1,04805	1,502	,203	-
	Kötü	2,6667	,78237			
	Orta	2,9140	,78101			
	İyi	2,9152	,92200			
	Çok İyi	3,6000	,72111			
Kültürel Eksiklikler	Çok Kötü	2,6912	1,47375	,781	,539	-
	Kötü	3,0354	1,35133			
	Orta	3,1400	1,07211			
	İyi	2,9899	1,24578			
	Çok İyi	2,7778	,50918			
İmaj ve Tanıtım Eksiklikleri	Çok Kötü	3,4265	1,15557	,603	,661	-
	Kötü	3,1717	1,15654			
	Orta	3,1289	1,09173			
	İyi	3,0152	1,23207			
	Çok İyi	3,2222	1,07152			
Seyahat Amacı Olarak Kültür	Çok Kötü	3,7647	1,43144	5,231	,000	Çok Kötü*Orta
	Kötü	3,2727	,78044			
	Orta	2,9800	,79882			
	İyi	2,9545	,86027			
	Çok İyi	2,5000	,86603			

Öğrencilerin kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik konaklama hizmetleri hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında farkı belirlemek amacıyla H_7 : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik konaklama hizmetleri hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezinin test edilmesi amacıyla veri setine ANOVA analizi uygulanmıştır. Bu doğrultuda “Levene’s Test for Equality of Variances” aracılığıyla varyans homojenliği incelenmiş ve boyutlarda varyansın homojen dağıldığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda ANOVA analizinin ön koşulu sağlanmış ve veri seti analize tabi tutulmuştur. ANOVA analizi sonucunda kültürel bir destinasyon olarak

Ağrı'ya yönelik konaklama hizmetleri hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları seyahat amaçları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. Post Hoc Tamhane testi sonucuna göre konaklama hizmetlerini “çok kötü” bulanlar ile “orta” seviyede bulanlar arasında anlamlı bir fark bulunmuş ve aritmetik ortalamalar incelenmiştir. Konaklama hizmetlerini çok kötü olarak değerlendiren grubun ($\bar{X}$: 3,7647) konaklama hizmetlerinin orta seviyede olduğunu düşünen gruba ($\bar{X}$: 2,9800) göre seyahat amaçları bakımından kültürel faaliyetleri daha fazla benimsedikleri görülmektedir. Bu doğrultuda H_7 : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik konaklama hizmetleri hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezi kısmi olarak kabul edilmiştir.

Tablo 3.12. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik yiyecek-içecek hizmetleri ve mutfak hakkındaki ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu

Potansiyel	Yiyecek-İçecek Hizmetleri	$\bar{X}$	S.s.	F	p	Anlamlı Fark
Algılanan Destinasyon İmajı	Çok Kötü	2,9735	,97213	1,803	,130	-
	Kötü	2,6367	,85766			
	Orta	2,8690	,77526			
	İyi	2,8363	,83405			
	Çok İyi	3,4333	1,07641			
Kültürel Eksiklikler	Çok Kötü	2,9118	1,44089	,663	,619	-
	Kötü	2,8389	1,28660			
	Orta	3,0892	1,19185			
	İyi	3,2083	1,16865			
	Çok İyi	3,1667	1,50185			
İmaj ve Tanıtım Eksiklikleri	Çok Kötü	3,5343	1,12200	1,174	,323	-
	Kötü	3,1944	1,18575			
	Orta	3,0657	1,06922			
	İyi	3,0375	1,17760			
	Çok İyi	3,3333	1,52023			
Seyahat Amacı Olarak Kültür	Çok Kötü	3,8529	1,22802	5,993	,000	Çok Kötü*Orta
	Kötü	3,2500	,85618			
	Orta	2,9718	,84890			
	İyi	3,0125	,82809			
	Çok İyi	2,7500	1,40535			

Öğrencilerin kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik yiyecek-içecek hizmetleri hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında farkı belirlemek amacıyla H_8 : *“Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik yiyecek-içecek hizmetleri ve mutfak hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”* hipotezinin test edilmesi amacıyla veri setine ANOVA analizi uygulanmıştır. Bu doğrultuda “Levene’s Test for Equality of Variances” aracılığıyla varyans homojenliği incelenmiş ve boyutlarda varyansın homojen dağıldığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda ANOVA analizinin ön koşulu sağlanmış ve veri seti analize tabi tutulmuştur. ANOVA analizi sonucunda kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik konaklama hizmetleri hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları seyahat amaçları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. Post Hoc Tamhane testi sonucuna göre yiyecek-içecek hizmetlerini “çok kötü” bulanlar ile “orta” seviyede bulanlar arasında anlamlı bir fark bulunmuş ve aritmetik ortalamalar incelenmiştir. Yiyecek-içecek hizmetleri çok kötü olarak değerlendiren grubun ($\bar{X}$: 3,8529) yiyecek-içecek hizmetlerinin orta seviyede olduğunu düşünen gruba ($\bar{X}$: 2,9718) göre seyahat amaçları bakımından kültürel faaliyetleri daha fazla benimsedikleri görülmektedir. Bu doğrultuda H_8 : *“Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik yiyecek-içecek hizmetleri ve mutfak hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”* hipotezi kısmi olarak kabul edilmiştir.

Tablo 3.13. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik kültürel ve tarihi kaynaklar hakkındaki ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu

Potansiyel	Kültürel ve Tarihi Kaynaklar	$\bar{X}$	S.s.	F	p	Anlamlı Fark
Algılanan Destinasyon İmajı	Çok Kötü	2,9207	1,12166	1,520	,198	-
	Kötü	2,7223	,97537			
	Orta	2,7583	,75054			
	İyi	2,8875	,71868			
	Çok İyi	3,2800	,46476			
Kültürel Eksiklikler	Çok Kötü	2,7816	1,62636	,592	,669	-
	Kötü	3,0238	1,33577			
	Orta	2,9722	1,20185			
	İyi	3,2417	,95776			
	Çok İyi	3,0444	1,20097			
İmaj ve Tanıtım Eksiklikleri	Çok Kötü	3,6322	1,23232	1,782	,134	-
	Kötü	3,2589	1,17805			
	Orta	2,9838	1,13493			
	İyi	3,1333	1,03238			
	Çok İyi	3,1111	1,05158			
Seyahat Amacı Olarak Kültür	Çok Kötü	3,8621	1,11721	5,012	,001	Çok Kötü*kötü, Orta, iyi, çok iyi
	Kötü	3,2500	,95822			
	Orta	3,0139	,84325			
	İyi	3,1000	,82586			
	Çok İyi	2,8333	1,21988			

Öğrencilerin kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik kültürel ve tarihi kaynaklar hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında farkı belirlemek amacıyla H_9 : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik kültürel ve tarihi kaynaklar hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezinin test edilmesi amacıyla veri setine ANOVA analizi uygulanmıştır. Bu doğrultuda “Levene’s Test for Equality of Variances” aracılığıyla varyans homojenliği incelenmiş ve boyutlarda varyansın homojen dağıldığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda ANOVA analizinin ön koşulu sağlanmış ve veri seti analize tabi tutulmuştur. ANOVA analizi sonucunda kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik kültürel ve tarihi kaynaklar hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları seyahat amaçları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. Post Hoc Tamhane testi sonucuna göre kültürel

ve tarihi kaynakları “çok kötü” bulanlar ile “kötü” “orta”, “iyi”, “çok iyi” seviyede bulanlar arasında anlamlı bir fark bulunmuş ve aritmetik ortalamalar incelenmiştir. Yiyecek-içecek hizmetleri çok kötü olarak değerlendiren grubun ($\bar{X}$: 3,8621) yiyecek-içecek hizmetlerinin diğer seviyelerde olduğunu düşünen gruba (sırasıyla $\bar{X}$: 3,2500, 3,0139, 3,1000, 2,8333) göre seyahat amaçları bakımından kültürel faaliyetleri daha fazla benimsedikleri görülmektedir. Bu doğrultuda H_9 : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik kültürel ve tarihi kaynaklar hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezi kısmi olarak kabul edilmiştir.

Tablo 3.14. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik kültürel etkinliklerin çeşitliliği hakkındaki ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu

Potansiyel	Kültürel Etkinliklerin Çeşitliliği	$\bar{X}$	S.s.	F	p	Anlamlı Fark
Algılanan Destinasyon İmajı	Çok Kötü	2,6933	1,01121	1,525	,196	-
	Kötü	2,8318	,87807			
	Orta	2,8833	,67789			
	İyi	3,2267	,63185			
	Çok İyi	3,4000	,40000			
Kültürel Eksiklikler	Çok Kötü	2,8846	1,45654	,674	,611	-
	Kötü	2,9569	1,28641			
	Orta	3,2130	1,08565			
	İyi	3,1778	,98292			
	Çok İyi	2,5556	1,34715			
İmaj ve Tanıtım Eksiklikleri	Çok Kötü	3,1474	1,31302	,475	,754	-
	Kötü	3,2176	1,12570			
	Orta	3,2901	,95999			
	İyi	2,8556	1,26125			
	Çok İyi	3,0000	,88192			
Seyahat Amacı Olarak Kültür	Çok Kötü	3,4712	1,13937	1,822	,126	-
	Kötü	3,2059	,99491			
	Orta	3,0463	,68864			
	İyi	2,8667	,93478			
	Çok İyi	3,0000	1,73205			

Öğrencilerin kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya yönelik kültürel etkinliklerin çeşitliliği hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında farkı belirlemek amacıyla H_{10} : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade

eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik kültürel etkinliklerin çeşitliliği hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezinin test edilmesi amacıyla veri setine ANOVA analizi uygulanmıştır. Bu doğrultuda “Levene’s Test for Equality of Variances” aracılığıyla varyans homojenliği incelenmiş ve boyutlarda varyansın homojen dağıldığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda ANOVA analizinin ön koşulu sağlanmış ve veri seti analize tabi tutulmuştur. ANOVA analizi sonucunda kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik kültürel etkinliklerin çeşitliliği hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu doğrultuda H_{10} : “*Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik kültürel etkinliklerin çeşitliliği hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.”* hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 3.15. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik gece yaşamı hakkındaki ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu

Potansiyel	Gece Yaşamı	$\bar{X}$	S.s.	F	p	Anlamlı Fark
Algılanan Destinasyon İmajı	Çok Kötü	2,8275	,93868	1,474	,211	-
	Kötü	2,6929	,79424			
	Orta	3,0132	,70316			
	İyi	3,3143	1,07615			
	Çok İyi	2,6000	,48990			
Kültürel Eksiklikler	Çok Kötü	2,8993	1,42809	,441	,779	-
	Kötü	3,0333	1,15909			
	Orta	3,2157	1,01049			
	İyi	3,2143	1,57149			
	Çok İyi	3,0000	1,18634			
İmaj ve Tanıtım Eksiklikleri	Çok Kötü	3,2564	1,23361	1,894	,113	-
	Kötü	3,1714	,99717			
	Orta	2,9363	1,15106			
	İyi	3,9762	1,02933			
	Çok İyi	2,3333	1,41421			
Seyahat Amacı Olarak Kültür	Çok Kötü	3,3132	1,10968	1,347	,254	-
	Kötü	3,2000	,75373			
	Orta	3,0735	,97803			
	İyi	2,5000	1,22474			
	Çok İyi	3,2500	,64550			

Öğrencilerin kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik gece yaşamı hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında farkı belirlemek amacıyla H_{11} : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik gece yaşamı hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezinin test edilmesi amacıyla veri setine ANOVA analizi uygulanmıştır. Bu doğrultuda “Levene’s Test for Equality of Variances” aracılığıyla varyans homojenliği incelenmiş ve boyutlarda varyansın homojen dağıldığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda ANOVA analizinin ön koşulu sağlanmış ve veri seti analize tabi tutulmuştur. ANOVA analizi sonucunda kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik gece yaşamı hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu doğrultuda H_{11} : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik gece yaşamı hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 3.16. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik yerel halkın konukseverliği hakkındaki ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu

Potansiyel	Yerel Halkın Konukseverliği	$\bar{X}$	S.s.	F	p	Anlamlı Fark
Algılanan Destinasyon İmajı	Çok Kötü	2,7208	1,03436	1,720	,147	-
	Kötü	2,6468	,78154			
	Orta	2,8370	,84592			
	İyi	3,0930	,85004			
	Çok İyi	2,8484	,72428			
Kültürel Eksiklikler	Çok Kötü	2,6111	1,49390	2,536	,141	-
	Kötü	2,9610	1,32889			
	Orta	3,0556	1,17048			
	İyi	3,4612	1,10664			
	Çok İyi	2,8387	1,06065			
İmaj ve Tanıtım Eksiklikleri	Çok Kötü	3,3148	1,32544	1,457	,217	-
	Kötü	3,3688	1,20031			
	Orta	3,2654	,97264			
	İyi	3,0078	1,10910			
	Çok İyi	2,8387	1,14543			
Seyahat Amacı Olarak Kültür	Çok Kötü	3,7639	1,28445	6,249	,000	Çok Kötü*Orta
	Kötü	3,3830	,84192			
	Orta	3,0278	,82082			
	İyi	2,9302	,79118			
	Çok İyi	2,8548	,89623			

Öğrencilerin kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik yerel halkın konukseverliği hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında farkı belirlemek amacıyla H_{12} : “*Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik yerel halkın konukseverliği hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.*” hipotezinin test edilmesi amacıyla veri setine ANOVA analizi uygulanmıştır. Bu doğrultuda “Levene’s Test for Equality of Variances” aracılığıyla varyans homojenliği incelenmiş ve boyutlarda varyansın homojen dağıldığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda ANOVA analizinin ön koşulu sağlanmış ve veri seti analize tabi tutulmuştur. ANOVA analizi sonucunda kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik yerel halkın konukseverliği düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları seyahat amaçları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. Post Hoc Tamhane testi sonucuna göre yönelik yerel halkın konukseverliğini “çok kötü” bulanlar ile “orta” seviyede bulanlar arasında anlamlı bir fark bulunmuş ve aritmetik ortalamalar incelenmiştir. Yerel halkın konukseverliğini çok kötü olarak değerlendiren grubun ($\bar{X}$: 3,7639) yönelik yerel halkın konukseverliğini orta seviyede olduğunu düşünen gruba ($\bar{X}$: 3,0278) göre seyahat amaçları bakımından kültürel faaliyetleri daha fazla benimsedikleri görülmektedir. Bu doğrultuda H_{12} : “*Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik yerel halkın konukseverliği hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.*” hipotezi kısmi olarak kabul edilmiştir.

Tablo 3.17. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik alışveriş tesisleri hakkındaki ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu

Potansiyel	Alışveriş Tesisleri	$\bar{X}$	S.s.	F	p	Anlamlı Fark
Algılanan Destinasyon İmajı	Çok Kötü	2,6198	,90291	3,743	,012	-
	Kötü	2,9466	,81923			
	Orta	2,9813	,74125			
	İyi	3,3333	,86603			
	Çok İyi	-	-			
Kültürel Eksiklikler	Çok Kötü	3,0078	1,38241	,330	,804	-
	Kötü	3,0251	1,21611			
	Orta	2,9083	1,14724			
	İyi	3,3704	1,07296			
	Çok İyi	-	-			
İmaj ve Tanıtım Eksiklikleri	Çok Kötü	3,2112	1,26657	,384	,765	-
	Kötü	3,0936	1,17752			
	Orta	3,2250	,82046			
	İyi	3,4815	,95904			
	Çok İyi	-	-			
Seyahat Amacı Olarak Kültür	Çok Kötü	3,3779	1,04018	2,789	,042	-
	Kötü	3,1301	,89763			
	Orta	2,9000	,96210			
	İyi	3,5556	,72648			
	Çok İyi	-	-			

Öğrencilerin kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik alışveriş tesisleri hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında farkı belirlemek amacıyla H_{13} : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik alışveriş tesisleri hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezinin test edilmesi amacıyla veri setine ANOVA analizi uygulanmıştır. Bu doğrultuda “Levene’s Test for Equality of Variances” aracılığıyla varyans homojenliği incelenmiş ve boyutlarda varyansın homojen dağıldığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda ANOVA analizinin ön koşulu sağlanmış ve veri seti analize tabi tutulmuştur. ANOVA analizi sonucunda kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik alışveriş tesisleri hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu doğrultuda H_{13} : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik alışveriş tesisleri hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 3.18. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik görülecek ve yapılacak etkinliklerin çeşitliliği hakkındaki ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu

Potansiyel	Görülecek ve Yapılacak Etkinliklerin Çeşitliliği	$\bar{X}$	S.s.	F	p	Anlamlı Fark
Algılanan Destinasyon İmajı	Çok Kötü	2,6947	,96248	1,750	,140	-
	Kötü	2,8333	,80416			
	Orta	2,9083	,71424			
	İyi	3,2500	,66521			
	Çok İyi	4,4000	.			
Kültürel Eksiklikler	Çok Kötü	3,0329	1,44863	,284	,888	-
	Kötü	3,1026	1,17950			
	Orta	2,8924	1,13117			
	İyi	2,7333	,86281			
	Çok İyi	3,3333	.			
İmaj ve Tanıtım Eksiklikleri	Çok Kötü	3,1316	1,29995	,912	,458	-
	Kötü	3,2885	1,07834			
	Orta	3,1701	,98301			
	İyi	2,4000	1,19373			
	Çok İyi	4,0000	.			
Seyahat Amacı Olarak Kültür	Çok Kötü	3,2632	1,12982	,523	,719	-
	Kötü	3,1474	,86831			
	Orta	3,1979	,89763			
	İyi	3,1000	,82158			
	Çok İyi	2,0000	.			

Öğrencilerin kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik görülecek ve yapılacak etkinliklerin çeşitliliği hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında farkı belirlemek amacıyla H_{14} : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik görülecek ve yapılacak etkinliklerin çeşitliliği hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezinin test edilmesi amacıyla veri setine ANOVA analizi uygulanmıştır. Bu doğrultuda “Levene’s Test for Equality of Variances” aracılığıyla varyans homojenliği incelenmiş ve boyutlarda varyansın homojen dağıldığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda ANOVA analizinin ön koşulu sağlanmış ve veri seti analize tabi tutulmuştur. ANOVA analizi sonucunda kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik görülecek ve yapılacak etkinliklerin çeşitliliği hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu doğrultuda H_{14} : “Kültürel bir

destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik görülecek ve yapılacak etkinliklerin çeşitliliği hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 3.19. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik genel fiyat seviyesi hakkındaki ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu

Potansiyel	Genel Fiyat Seviyesi	$\bar{X}$	S.s.	F	p	Anlamlı Fark
Algılanan Destinasyon İmajı	Çok Kötü	2,8347	,89106	1,309	,268	-
	Kötü	2,9328	,92630			
	Orta	2,6963	,78301			
	İyi	3,1529	,90700			
	Çok İyi	2,8667	,58878			
Kültürel Eksiklikler	Çok Kötü	2,8469	1,43285	,726	,575	-
	Kötü	3,0345	1,21626			
	Orta	3,0679	1,20927			
	İyi	3,0196	1,21032			
	Çok İyi	3,7222	,97563			
İmaj ve Tanıtım Eksiklikleri	Çok Kötü	3,1054	1,33624	,217	,929	-
	Kötü	3,1609	1,06740			
	Orta	3,2263	1,10438			
	İyi	3,3824	,96423			
	Çok İyi	3,1389	1,37605			
Seyahat Amacı Olarak Kültür	Çok Kötü	3,3878	1,23855	1,980	,099	-
	Kötü	3,2500	,88976			
	Orta	3,1605	,82472			
	İyi	2,6471	,82471			
	Çok İyi	3,0000	1,34164			

Öğrencilerin kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik genel fiyat seviyesi hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında farkı belirlemek amacıyla H_{15} : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik genel fiyat seviyesi hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezinin test edilmesi amacıyla veri setine ANOVA analizi uygulanmıştır. Bu doğrultuda “Levene’s Test for Equality of Variances” aracılığıyla varyans homojenliği incelenmiş ve boyutlarda varyansın homojen dağıldığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda ANOVA analizinin ön koşulu sağlanmış ve veri seti analize tabi tutulmuştur. ANOVA analizi sonucunda kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik genel fiyat seviyesi hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin

ortalamları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu doğrultuda H_{15} : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik genel fiyat seviyesi hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamları arasında fark vardır.” hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 3.20. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik kişisel güvenlik hakkındaki ortalamları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu

Potansiyel	Kişisel Güvenlik	$\bar{X}$	S.s.	F	p	Anlamlı Fark
Algılanan Destinasyon İmajı	Çok Kötü	2,8800	1,09351	1,584	,180	-
	Kötü	2,8510	,84555			
	Orta	2,6843	,76613			
	İyi	3,1063	,84393			
	Çok İyi	3,0000	,55549			
Kültürel Eksiklikler	Çok Kötü	2,8238	1,57542	1,212	,307	-
	Kötü	3,1732	1,23691			
	Orta	2,9031	1,19871			
	İyi	3,3437	1,08916			
	Çok İyi	2,7500	1,00396			
İmaj ve Tanıtım Eksiklikleri	Çok Kötü	3,4095	1,26565	,530	,714	-
	Kötü	3,1765	1,13403			
	Orta	3,1124	1,12443			
	İyi	3,1979	1,12677			
	Çok İyi	2,9167	1,08012			
Seyahat Amacı Olarak Kültür	Çok Kötü	3,6000	1,13630	3,531	,008*	Çok Kötü*Orta
	Kötü	3,3824	,85199			
	Orta	3,0640	,90358			
	İyi	2,9063	1,02735			
	Çok İyi	2,8125	,92341			

Öğrencilerin kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya yönelik kişisel güvenlik hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamları arasında farkı belirlemek amacıyla H_{16} : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı’ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı’ya yönelik kişisel güvenlik hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamları arasında fark vardır.” hipotezinin test edilmesi amacıyla veri setine ANOVA analizi uygulanmıştır. Bu doğrultuda “Levene’s Test for Equality of Variances” aracılığıyla varyans homojenliği incelenmiş ve boyutlarda varyansın homojen dağıldığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda ANOVA analizinin ön koşulu sağlanmış ve veri seti analize tabi tutulmuştur. ANOVA analizi sonucunda kültürel bir destinasyon olarak

Ağrı'ya yönelik kişisel güvenlik hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları seyahat amaçları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. Post Hoc Tamhane testi sonucuna göre yönelik kişisel güvenliği “çok kötü” bulanlar ile “orta” seviyede bulanlar arasında anlamlı bir fark bulunmuş ve aritmetik ortalamalar incelenmiştir. Kişisel güvenliği çok kötü olarak değerlendiren grubun ($\bar{X}$: 3,3824) yönelik kişisel güvenliği orta seviyede olduğunu düşünen gruba ($\bar{X}$: 3,0640) göre seyahat amaçları bakımından kültürel faaliyetleri daha fazla benimsedikleri görülmektedir. Bu doğrultuda H_{16} : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik kişisel güvenlik hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezi kısmi olarak kabul edilmiştir.

Tablo 3.21. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik temizlik hakkındaki ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu

Potansiyel	Temizlik	$\bar{X}$	S.s.	F	p	Anlamlı Fark
Algılanan Destinasyon İmajı	Çok Kötü	2,8600	,98035	1,412	,231	-
	Kötü	2,6703	,82325			
	Orta	2,8986	,81522			
	İyi	3,1132	,79614			
	Çok İyi	3,4000	.			
Kültürel Eksiklikler	Çok Kötü	2,7296	1,50558	1,030	,393	-
	Kötü	3,0383	1,25408			
	Orta	3,0822	1,15541			
	İyi	3,3684	,98064			
	Çok İyi	2,6667	.			
İmaj ve Tanıtım Eksiklikleri	Çok Kötü	3,1037	1,37954	,488	,744	-
	Kötü	3,2635	1,14511			
	Orta	3,1347	,99871			
	İyi	3,2982	1,12296			
	Çok İyi	2,0000	.			
Seyahat Amacı Olarak Kültür	Çok Kötü	3,5778	1,24296	2,855	,025	-
	Kötü	3,1486	,89798			
	Orta	3,1027	,82898			
	İyi	2,8947	,89099			
	Çok İyi	2,0000	.			

Öğrencilerin kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik temizlik hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında farkı belirlemek amacıyla H_{17} : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik temizlik hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezinin test edilmesi amacıyla veri setine ANOVA analizi uygulanmıştır. Bu doğrultuda “Levene’s Test for Equality of Variances” aracılığıyla varyans homojenliği incelenmiş ve boyutlarda varyansın homojen dağıldığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda ANOVA analizinin ön koşulu sağlanmış ve veri seti analize tabi tutulmuştur. ANOVA analizi sonucunda kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik temizlik hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu doğrultuda H_{17} : “Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik temizlik hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.” hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 3.22. Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik toplam seyahat deneyimi hakkındaki ortalamaları arasında farkın belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA Analizi sonucu

Potansiyel	Toplam Seyahat Deneyimi	$\bar{X}$	S.s.	F	p	Anlamlı Fark
Algılanan Destinasyon İmajı	Çok Kötü	2,6431	1,07504	3,612	,014	-
	Kötü	2,7636	,75511			
	Orta	2,9471	,75121			
	İyi	3,4500	,75378			
	Çok İyi	-	.			
Kültürel Eksiklikler	Çok Kötü	2,7418	1,50382	1,274	,284	-
	Kötü	3,1255	1,25209			
	Orta	3,0343	1,10613			
	İyi	3,3333	,85280			
	Çok İyi	-	.			
İmaj ve Tanıtım Eksiklikleri	Çok Kötü	3,2451	1,29158	,487	,692	-
	Kötü	3,2634	1,11799			
	Orta	3,0564	1,08266			
	İyi	3,0833	1,07426			
	Çok İyi	-	.			
Seyahat Amacı Olarak Kültür	Çok Kötü	3,3627	1,17080	2,671	,049	-
	Kötü	3,2901	,97424			
	Orta	2,9265	,73943			
	İyi	3,3750	1,06867			
	Çok İyi	-	.			

Öğrencilerin kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik toplam seyahat deneyimi hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında farkı belirlemek amacıyla H_{18} : “*Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik toplam seyahat deneyimi hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.*” hipotezinin test edilmesi amacıyla veri setine ANOVA analizi uygulanmıştır. Bu doğrultuda “Levene’s Test for Equality of Variances” aracılığıyla varyans homojenliği incelenmiş ve boyutlarda varyansın homojen dağıldığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda ANOVA analizinin ön koşulu sağlanmış ve veri seti analize tabi tutulmuştur. ANOVA analizi sonucunda kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya yönelik toplam seyahat deneyimi hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu doğrultuda H_{18} : : “*Kültürel bir destinasyon olarak Ağrı'ya bakış açılarını ifade eden faktörler bakımından Ağrı'ya yönelik toplam seyahat deneyimi hakkındaki düşüncelerine göre öğrencilerin ortalamaları arasında fark vardır.*” hipotezi kabul edilmemiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünyada değişmeye başlayan turizm anlayışı neticesinde günümüzde alternatif turizm akımlarına yönelişler artış göstermektedir. Bu nedenle doğal ve kültürel değerlerin önemi giderek artmaktadır. Bu değerler değişen turizm anlayışı dikkate alındığında özellikle kitle turizmine yönelik özellikler taşımayan yerler için ek pazarlama faktörleri oluşturabilmektedir. Ağrı ilini de bu tür yerler için örnek gösterebiliriz.

Araştırmada elde edilen verilerin analiz sonuçlarına göre, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi öğrencilerinin Ağrı ili hakkındaki kültürel algıları öğrencilerin demografik özellikleri (yaş, cinsiyet, aylık harcama vb.) ve Ağrı ili ile ilgili genel değerlendirme faktörleri bakımından önemli farklılıklar göstermemekle beraber sadece birkaç noktada analiz grupları arasında kısmi olarak anlamlı farklılıklar görülmüştür (bkz. Tablo 3.8.; 3.11.;3.12.;3.13.;3.16.;3.20.).

Yapılan bu çalışma neticesinde Ağrı iline dışarıdan gelen öğrencilerin bu kentteki kültürel değerleri farkındalık düzeylerinin düşük olduğu gözlenmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğu Ağrı ilindeki kültür turizmi potansiyelinden haberdar değildir ve bu kenti kültürel bir destinasyon olarak görmemektedir. Bu doğrultuda Ağrı iline ve bu ildeki turistik değerlere yönelik tanıtım faaliyetlerinin artırılması önem arz etmektedir.

Araştırmaya katılan öğrencilerden Ağrı ilini daha önce ziyaret edenlerin, önceki ziyaret amaçlarına bakıldığında arkadaş ve akraba ziyareti ile kültürel nedenler öne çıkmaktadır. Katılımcıların bu ziyaretlerinde katıldıkları kültürel etkinliklere veya ziyaret edilen yerlere bakıldığında tarihi mekânları ziyaret ilk sırada gelmektedir. Bunu sırasıyla ibadethaneler, tiyatrolar, müzik etkinlikleri ve müzeler takip etmektedir. Bu sonuca göre tarihi mekânları ziyaret ve ibadethaneler unsurlarının frekans sıklığı bakımından ilk iki sırada gelmesi; Üsküdar, Çakır ve Temizkan (2014) tarafından yapılan araştırma ile Uca Özer (2010) tarafından yapılan çalışmanın bulgularıyla tutarlılık göstermektedir. Bunların yanı sıra yine katılım gösterilen etkinliklerden, sırasıyla geleneksel festivaller ile dans ve folklor etkinliklerinin son sıralarda yer almaları Ağrı'nın geleneksel ve güncel kültür değerlerinin tanıtımı ve ortaya konulması noktasında da eksiklikler olduğunu ortaya koymaktadır. Bu nedenle kentte yapılan festival sayısının artırılması ve bu tür ortamlarda yapılacak aktivitelerin çeşitlendirilmesiyle bu festivallere daha yüksek katılım

sağlanabilir. Folklor gibi geleneksel kültür değerlerine festival, kutlama veya milli bayramlar gibi platformlarda sıklıkla yer verilerek bu değerlerin yerel halkın zihninde canlı tutulurken, turistik anlamda daha ilgi çekici hale getirilebilir.

Katılımcıların Ağrı ili ile ilgili genel algı ve değerlendirmelerini belirlemeye yönelik sorulara verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde bu sorular içerisinde “Yerel halkın konukseverliği” dışında; temizlik, güvenlik, konaklama hizmetleri, yiyecek ve içecek hizmetleri, alışveriş alanları konularında ortaya çıkan yüksek oranlı memnuniyetsizlik durumları kentte bu konularla ilgili eksiklikler olduğunu ortaya koymaktadır. Bu eksiklikler aynı zamanda bir yerin turizme dönük geleceğini de yakından ilgilendiren konular olmakla beraber bu alandaki sorunların giderilmesi Ağrı iline turistik anlamda da fayda sağlayabilir. Bu sorunların giderilmesi adına, il ve ilçelerdeki nitelikli konaklama ve yiyecek – içecek tesis sayısı arttırılabilir, mevcut işletmeler de gerekli destekler verilerek daha nitelikli hale dönüştürülebilir. Tesis çalışanlarına eğitim programları düzenleyerek turizm konusundaki algı ve bilinç düzeyleri geliştirilebilir. İl ve ilçe belediyeleri temizlik konusundaki uygulama ve denetimlerini arttırarak bu yöndeki kaygıları giderebilir. Kentte alışveriş ve eğlence merkezleri tesis edilerek, öğrencilerin bu noktadaki talepleri karşılanabilir. Bu durum Ağrı ilinin İran’a sınırı olduğu da göz önünde bulundurulursa bu ülke üzerinden gelen turistlerin kentte kalma ve geceleme sürelerinin uzatılmasında da fayda sağlayabilir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin önemli bir çoğunluğu (% 49,1) Ağrı’da yaşayan insanların din, sanat, müzik, yemek ve yaşam tarzları konularında daha çok bilgi sahibi olmak istemektedirler. Bu durumdan hareketle kentin yemek kültürünün tanıtılması ve zengin yemek çeşitliliğinin ortaya konulması adına gastronomi etkinlikleri düzenlenebilir. Kentin ekonomisine daha fazla katkı sunmak adına il ve ilçe merkezlerinde, kültürel ürünlerin sergilenmesine, tanıtım ve pazarlanmasına yönelik alanlar oluşturularak öğrencilerin ve kente gelen ziyaretçilerin ilgileri bu noktalara çekilebilir. Kent adına daha fazla ürün tescil ettirilerek, daha fazla kültürel değer koruma altına alınabilir.

Bunların yanı sıra kent, kültürel aktiviteler bağlamında ele alındığında, Ağrı ilinde bu tür etkinliklerin yetersiz olduğu görülmektedir dolayısıyla kentte kültürel farkındalığın yükselmesi adına kültürel etkinliklerinin sayısının arttırılması ve kültürel alt yapının

güçlendirilmesi gerekmektedir. Katılımcıların Ağrı ile ilgili genel değerlendirmeleri sonucunda ildeki alışveriş tesislerinin yetersizliği de kentin önemli eksikliklerinden birisi olarak ortaya çıkmaktadır. Öğrencilerin memnuniyetsizliklerini bildirdikleri konular arasında öne çıkan yerel ulaşım hizmetleri, konaklama ve yiyecek – içecek hizmetleri, temizlik ve güvenlik aynı zamanda bir yerin turizme dönük geleceğini de yakından ilgilendiren konulardır. Buradan hareketle adı geçen konularda gerekli iyileştirmelerin yapılması Ağrı'nın turizm geleceği açısından da önem arz etmektedir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu (% 55,1), Ağrı ilindeki kültürel mekânların bakımsız olduklarını düşünmektedirler. Bu doğrultuda Ağrı'daki kültürel ve tarihi yapıların iyileştirilmesi ve korunması, Ağrı'nın turistik geleceği ve buradaki turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliği açısından son derece önem arz etmektedir. Bakıma muhtaç ve atıl durumdaki kültürel mekânların bakım, onarım, alt ve üst yapı gibi sorunları hızlıca giderilerek bu mekânlar turizme kazandırılabilir ve Ağrı iline daha fazla turist gelmesi sağlanabilir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğu Ağrı ilindeki kültür turizmi potansiyelinden haberdar değildir ve bu kenti kültürel bir destinasyon olarak görmemektedir. Bu doğrultuda Ağrı iline ve bu ildeki turistik değerlere yönelik tanıtım ve reklam faaliyetlerinin artırılması faydalı olabilir.

En çok katılım gösterilen etkinliklerden geleneksel festivaller ile dans ve folklor etkinliklerinin son sıralarda yer almaları Ağrı'nın geleneksel ve güncel kültür değerlerinin tanıtımı ve ortaya konulması noktasında eksiklikler olduğunu ortaya koymaktadır.

Kentte yapılan festival, şenlik vb. etkinliklerin sayısının artırılması ve bu tür ortamlarda yapılacak aktivitelerin çeşitlendirilmesiyle kültürel anlamda daha yüksek bir farkındalık oluşturulabilir.

Folklor gibi geleneksel kültür değerlerine festival, kutlama veya milli bayramlar gibi platformlarda sıklıkla yer verilerek bu değerlerin yerel halkın zihninde canlı tutulurken, turistlerin zihinlerinde de yer alması sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Ağrı İl Halk Kütüphanesi*. (2013). Aralık 2, 2019 tarihinde Hz. Nuh'un Gemisinin İzi: <https://agriilhalkkutuphane.wordpress.com/ilimiz/dogal-guzellikler/hz-nuhun-gemisinin-izi/> adresinden alındı
- Aklanoğlu, F. (2010). "Geleneksel Yerleşmelerde Kültür Turizmi: Beypazarı Örneği". *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 10(2), 125-136.
- Aksoy, A., & Enlil, Z. (2012). "Kültürel Miras Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar". A. Aksoy, & D. Ünsal (Ed.) içinde, *Kültürel Miras Yönetimi* (1. b.), (1-28). Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi - Yayın No: 2573.
- Aktan, C. C., & Tutar, H. (2007). "Bir Sosyal Sabit Sermaye Olarak Kültür". *Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, 6(20), 1-11
- Alaeddinoğlu, F., & Yıldız , M. Z. (2007). "Türkiye'de Kültür Turizmi ve Algınası". *ICANAS*, (21-33). Ankara.
- Ali Nasuh Mahruki Web Sitesi*. (2009). Aralık 2, 2019 tarihinde Ağrı Dağı'nın İlk Tırmanışının 180. Yılı: <http://www.nasuhmahruki.com/agri-daginin-ilk-tirmanisinin-180-yili/> adresinden alındı
- Alparslan, İ. (1995). Haziran 17, 2019 tarihinde Ağrı İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü: <https://agri.ktb.gov.tr/TR-103446/cografi-konumu.html> adresinden alındı
- Altunel, M. C., & Kahraman, N. (2012). "Kültür Turisti Tipolojilerinin Belirlenmesi: İstanbul Örneği". *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(1), 7-18.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, Geliştirilmiş 7. Baskı, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Altunsabak, E. (2016). "Karapapak Türklerinde Şah Kaldırma Geleneğinin Mitik Çözümlemesi". *Milli Folklor Uluslararası Kültür Araştırmaları Dergisi*, 14(112), 120-129.

- Anadolu Ajansı (1)*. (2018). Aralık 2, 2019 tarihinde Şifa arayanların uğrak mekanı 'Diyadin kaplıcaları': <https://www.aa.com.tr/tr/yasam/sifa-arayanlarin-ugrak-mekani-diyadin-kaplıcaları/1228940> adresinden alındı
- Anadolu Ajansı (2)*. (2018). Aralık 3, 2019 tarihinde Meva Antik Kenti büyüleyen dokusuyla ziyaretçilerini bekliyor: <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/meva-antik-kenti-buyuleyen-dokusuyla-ziyaretçilerini-bekliyor/1219508> adresinden alındı
- Anadolu Ajansı*. (2016). Kasım 7, 2019 tarihinde <https://www.aa.com.tr/tr/türkiye/diyadin-kaplıca-turizminde-cazibe-merkezi-olacak/695424> adresinden alındı
- Anadolu Ajansı*. (2017). Aralık 2, 2019 tarihinde Restore edilen Ahmed-i Hani Camisi açıldı: <https://www.aa.com.tr/tr/türkiye/restore-edilen-ahmed-i-hani-camisi-acildi/797251> adresinden alındı
- Anadolu Ajansı*. (2019). Kasım 11, 2019 tarihinde İshak Paşa Sarayı 2018'i rekorla kapattı: <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/ishak-pasa-sarayı-2018i-rekorla-kapatti/1387045> adresinden alındı
- Avcı, M. (2020). "Turizmde Gelişmenin, Yöre Halkı Üzerinde Oluşturduğu Toplumsal ve Kültürel Etkilerin Araştırılması: Kastamonu Örneği". *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 540-556. doi: 10.26677/TR1010.2020.328
- Avcıkurt, C., & Köroğlu, Ö. (2008). "Kırsal Turizm". N. Hacıoğlu, & C. Avcıkurt (Eds.) içinde, *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (65-82). Nobel Yayın Dağıtım.
- Ayaz, N., & Yaylı, S. (2017). "Kültürel Turistlerin Seyahat Tercihleri ve Yiyecek-İçecek Beklentileri: Safranbolu Örneği". *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 43-61.
- Aydoğdu, S. (2019, Aralık 11). *Şah Bezeme ve Köşâ Gelenekleri*. (M. N. Erkem, Röportaj Yapan) Ağrı, Taşlıçay / Yukarı Toklu Köyü.
- Barakazı, M., & Karapınar, E. (2015, Ekim). "Kültür Turizm Potansiyelinin Seyahat Acenteleri Bakış Açısından Değerlendirilmesi: Gaziantep İlinde Bir Araştırma". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(40), 609-619.

- Başol, G. (2008). "Bilimsel Araştırma Süreci ve Yöntem". Kılıç, O. Cinoğlu, M. (Editörler). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* içinde 113-143. İstanbul: Lisans Yayıncılık.
- Batman, O., & Oğuz, S. (2008). "Kültür Turizmi". N. Hacıoğlu, & C. Avcıkurt (Eds.) içinde, *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (189-208). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Belli, G., & Belli, O. (2018). *Ağrı Geleneksel Mutfak Kültürü ve Yemekleri* (1. b.). T.C. Ağrı Valiliği.
- Bingöl, Y. (2008). *İshak Paşa Sarayı*. Ankara: Sistem Ofset Yayıncılık.
- Bluesyemre Web Sitesi*. (2019). Kasım 19, 2019 tarihinde Türkiye'deki Kayak Merkezleri listesi: <https://bluesyemre.com/2019/01/23/turkiyedeki-kayakmerkezleri-listesi/> adresinden alındı
- Bulat, S. (2014). *Doğubayazıt İshak Paşa Sarayı Mimari Elemanları ve Süslemeleri*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Yayınları.
- Buluk, B., Eşitti, B., & Erdem, S. H. (2017). "Çanakkale İli Örneğinde Kültür Turizmi: Yerli Turistler Üzerine Görgül Bir Araştırma". *Mardin Artuklu Üniversitesi 18-22 Ekim 2017 Mardin 18. Ulusal Turizm Kongresi "Kültür Turizmi"* (870-883). içinde Ankara: Detay Yayıncılık.
- Cengizhan, C. (2001). Temmuz 12, 2020 tarihinde Temel İstatistik Kavramları: <http://mimoza.marmara.edu.tr/~cahit/Yayin/belge/ista/index.html#4.%20NORMAL%20DA%C4%9EILIM> adresinden alındı
- 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.
- CNN TÜRK*. (2018). Aralık 3, 2019 tarihinde Ağrı'nın 'saklı cenneti' Meya Mağaraları: <https://www.cnnturk.com/turkiye/agrinin-sakli-cenneti-meya-magaralari> adresinden alındı
- Çalışkan, U., & Elyıldırım, G. (2015). Misafirlerin Gözünden TRA2 Turizmi. T.C. Serhat Kalkınma Ajansı. Kasım 10, 2019 tarihinde <https://>

//www.serka.gov.tr/dokumanflipbook/misafirlerin-gozunden-tra2-turizmi/230
adresinden alındı

Çulha, O. (2008). "Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Çalışması". *Journal of Yasar University*, 3(12), 1827-1852 .

Dikici, A. (2001). "Geleneklerin Toplumdaki Yeri ve Önemi". *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 251-258.

Diyadinnet Web Sitesi. (2006). Aralık 2, 2019 tarihinde Ağrı Gelenek ve Görenekleri: <https://www.diyadinnet.com/Bolgemiz-12-a%C4%9Fr%C4%B1-gelenek-ve-g%C3%B6renekleri> adresinden alındı

Doğan, H., & Üngören, E. (2010). "Alanya Halkının Turizme Sosyo-Kültürel Açından Bakışı". *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5(4), 396-415.

Doğubayazıt Ticaret ve Sanayi Odası. (2020). Nisan 3, 2020 tarihinde Tarihi Yerler: <http://www.dogubayazittso.tobb.org.tr/Doğubayazıt/TarihiYerler/KeşişBahçesi/tabid/3933/Default.aspx> adresinden alındı

Emekli, G. (2006). "Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm". *Ege Coğrafya Dergisi*, 15, 51-59.

Eralp, Z. (1983). *Genel Turizm*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu Yayınları: 3.

Erdoğan, İ. (2003). *Pozitivist Metodoloji Bilimsel araştırma Tasarımı İstatistiksel Yöntemler Analiz ve Yorum* (1. b.). Ankara: Erk Yayınları.

Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (2005). *Popüler Kültür ve İletişim* (Geliştirilmiş 2. Baskı). Ankara: Erk Yayınları.

GeziHocası Web Sitesi. (2020). Nisan 4, 2020 tarihinde Ağrı Gezilecek Yerler: <https://www.gezihocasi.com/agri-gezilecek-yerler/> adresinden alındı

Göker Erköse, P. (2010). *Improving Cultural Tourism in Bergama: An Analysis of the Potential for New Cultural Tourism Products in Bergama including a Cultural*

Route between Mytilene and Bergama. (Published Master Thesis). Istanbul: Koc University Graduate School of Social Sciences

Groizard, J., & Santana-Gallego, M. (2018). "The destruction of cultural heritage and international tourism: The case of the Arab countries". *Journal of Cultural Heritage*, 33, 285–292.

Gülbahar, O. (2009). "2000'li Yıllarda Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçi Profili". *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 93-112.

Gülcan, B. (2010). "Türkiye’de Kültür Turizminin Ürün Yapısı ve Somut Kültür Varlıklarına Dayalı Ürün Farklılaştırma İhtiyacı". *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 99-120.

Habertürk. (2017). Kasım 22, 2019 tarihinde Avrupa kıtasının en yüksek zirvesi: Mont Blanc...: <https://www.haberturk.com/yasam/haber/1625259-avrupa-nin-en-yukse-dagi-mont-blanc-ta-ne-yapilir> adresinden alındı

Habertürk. (2019). Nisan 27, 2020 tarihinde Ağrı’da kurtuluş coşkusu Ağrı’nın düşman işgalinden kurtuluşunun 101. yıl dönümü törenle kutlandı: <https://www.haberturk.com/agri-haberleri/68346472-agrida-kurtulus-coskusuagrinin-dusman-isgalinden-kurtulusunun-101-yil-donumu-torenle> adresinden alındı

Hacıoğlu, N., & Avcıkurt, C. (2008). "Turistik Ürün, Turistik ÜrünÇeşitlendirmesi ve Alternatif Turizm". N. Hacıoğlu, & C. Avcıkurt (Eds.) içinde, *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (5-15). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Halaçoğlu, Y. (1988). *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*. Kasım 5, 2019 tarihinde Ağrı: <https://islamansiklopedisi.org.tr/agri> adresinden alındı

Hargrove, C. (2014). *Americans For The Arts*. Mayıs 30, 2019 tarihinde 2014 National Cultural Districts Exchange: Cultural Tourism Attracting Visitors and Their Spending: https://www.americansforthearts.org/sites/default/files/pdf/2014/by_program/reports_and_data/toolkits/cultural_districts/issue_briefs/Cultural-Tourism-Attracting-Visitors-and-Their-Spending.pdf adresinden alındı

- Hürriyet*. (2018). Ocak 6, 2020 tarihinde Yaz köftesi Abdigör nasıl yapılır?: <https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/hayat/yaz-koftesi-abdigor-nasil-yapilir-36920064> adresinden alındı
- İhlas Haber Ajansı*. (2019). Nisan 27, 2020 tarihinde Taşlıçay kış turizmine açılıyor: <https://www.ihb.com.tr/agri-haberleri/taslicay-kis-turizmine-aciliyor-2436737/> adresinden alındı
- Karabulut, K., & Köksal, Y. (2018). "Ağrı İlinin Turizm Potansiyeli ve Turizmi Geliştirmeye Yönelik Çözüm Önerileri". K. Karabulut (Dü.) içinde, *Ağrı İlinin Sosyo-Ekonomik Profili* (205-227). Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi (AİÇÜ) Yayınları.
- Karapınar, E., & Barakazı, M. (2017). "Kültürel Miras Turizminin Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi", *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), Bahar: 5-18.
- Karasar, N. (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (18. b.). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kartal, M. (2006). *Bilimsel Araştırmalarda Hipotez Tezleri* (3. b.). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kavas, A. (2018). *Karşılaştırmalarla 81 İl İçin Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Karnesi - 2018*. Ankara: Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı (TEPAV).
- Kaya, F. (2008). "Ağrı İlinde Arıcılık Yapısı ve Değerlendirme Durumu". *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(2), 35-55.
- Kaya, F. (2018). "Ağrı İlinin Coğrafi Analizi". K. Karabulut (Ed.) içinde, *Ağrı İlinin Sosyo-Ekonomik Profili* (1-32). Ağrı: Ağrı İbrahim Çeçen Yayınları.
- Kaya, F., & Karataş, F. (2014). "Bayezid (Ağrı) Vilayeti Sıhhi ve İctimai Coğrafyası". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(30), 158-180.
- Kaya, F., Küçükali, S., & Kızılırmak, İ. (2019). "Turist Rehberlerinin Yaşadıkları Deneyimlere Göre Doğu Karadeniz Bölgesi Yayla Turizminin Değerlendirilmesi". *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, (10(EkSayı)), 307-316.

- Kaya, F., Yalçinkaya, Ö., & Yazgan, Ş. (2018). *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesinin Ağrı'nın Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri ve Kentin Üniversite Algısı*. (F. Kaya, Ed.) Ankara: Bilgin Kültür Sanat Yayınları.
- Kırcaali-İftar, G. (1999). Bilim ve Araştırma. A. A. Bir (Ed.) içinde, *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (1-10). Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1081.
- Kızılırmak , İ., & Kurtuldu, H. (2005). "Kültürel Turizmin Önemi Ve Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma". *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*(1), 100-120.
- Kocaman, S., & Kaya, F. (2014). *Ağrı İlinin Turizm Coğrafyası* (1. b.). Erzurum.
- Kozak, N. (2012). *Genel Turizm Bilgisi* (1. b.). (M. Kozak, Ed.) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Kozak, N., Kozak, M. A., & Kozak, M. (2017). *Genel Turizm (İlkeler - Kavramlar)* (19. b.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Laf Sözlük Web Sitesi*. (2020). Mayıs 5, 2020 tarihinde Ağrı İlinin İlçeleri: <https://www.lafsozluk.com/2009/01/agri-ilinin-ilceleri-ve-nufus-saylari.html> adresinden alındı
- Lynch, M. F., Duinker, P. N., Sheehan, L. R., & Chute, J. E. (2011). "The demand for Mi'kmaw cultural tourism: Tourist perspectives". *Tourism Management*, 977-986.
- M. Uygur, S., & Baykan, E. (2007). "Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri". *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*(2), 30-49.
- Mousavi, S. S., Doratlı, N., Mousavi, S. N., & Moradiahari, F. (2016). "Defining Cultural Tourism". *International Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development*, (70-75). London (UK). doi: 10.15242/IICBE.DIR1216411

- Oecd 2009 - OECD (2009). *The impact of culture on tourism*. Paris: OECD
- Oğuz, E. S. (2011, Aralık). "Toplum Bilimlerinde Kültür Kavramı". *Hacattepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi*, 28(2), 125.
- Ovla, H., & Taşedelen, B. (2012). "Aykırı Değer Yönetimi". *Mersin Üniversitesi Sağlık Bilim Dergisi*, 2.
- Özdemir, Ü. (2011). "Safranbolu'nun Kültürel Miras Kaynakları ve Korunması". *Doğu Coğrafya Dergisi*, 16(26), 129-142.
- Özervarlı, M. (1997). Kasım 26, 2019 tarihinde Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi: <https://islamansiklopedisi.org.tr/hani-seyh-ahmed> adresinden alındı
- Özgüç, N. (2003). *Turizm Coğrafyası Özellikler ve Bölgeler* (4. b.). Çantay Kitabevi.
- Öztaş, K. (2002). *Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri* (1. b.). Nobel Yayın Dağıtım.
- Rızaoğlu, B. (2012). *Turizm Davranışı* (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Richards, G. (2018). "Cultural tourism: A review of recent research and trends". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 12-21.
- Seçer, İ. (2015). *SPSS ve LISREL ile Pratik Veri Analizi*. Ankara: ANI Yayıncılık.
- Selvi, M. (2008). "Sağlık Turizmi". N. Hacıoğlu, & C. Avcıkurt (Eds.) içinde, *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (275-294). Nobel Yayın Dağıtım.
- SERKA. (2012). *Ağrı Turizm Keşif Rehberi*. T.C. Serhat Kalkınma Ajansı.
- SERKA. (2016). *Ağrı İli Kadın Profili Araştırması*. İstanbul: T.C. Serhat Kalkınma Ajansı Ağrı Yatırım Destek Ofisi.
- SERKA. (2019). TRA2 Bölgesi Yöresel Ürün Pazarlama Stratejileri. Kars, Türkiye. Ocak 5, 2020 tarihinde <https://www.serka.gov.tr/dokumanflipbook/tra2-bolgesi-yoresel-urun-pazarlama-stratejileri/1607> adresinden alındı
- 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.

- Sözcü*. (2014). Kasım 19, 2019 tarihinde İshak Paşa Sarayı'na cam tavan!: <https://www.sozcu.com.tr/2014/gunun-icinden/ishak-pasa-sarayina-cam-tavan-648230/> adresinden alındı
- Stratan, A., Perciun, R., & Gribincea, C. (2015). "Identifying Cultural Tourism Potentials in Republic of Moldova through Cultural Consumption among Tourists". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 116-121.
- Şafak, İ. (2003). "Türkiye'deki Av Turizmi Uygulamalarının Özel Avlak İşletmelerine Etkileri". *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi* , A(2), 133-148.
- T. Gültekin, N., & Uysal, M. (2018). "Kültürel Miras Bilinci, Farkındalık ve Katılım: Taşkale Köyü Örneği". *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(15), 2030-2065.
- T.C. Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi (1). (2019). Aralık 2, 2019 tarihinde Ahmed-i Hani Bilim Kültür ve Sanat Arş. Mer.: <https://www.agri.edu.tr/detail.aspx?bid=604&tid=15> adresinden alındı
- T.C. Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi (2). (2019, Mayıs 12). 2020 tarihinde Üniversitemizde Bahar Şenlikleri Sona Erdi: <https://www.agri.edu.tr/detail.aspx?id=46942&bid=1&tid=13> adresinden alındı
- T.C. Ağrı İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (1). (2019). Nisan 11, 2019 tarihinde Coğrafi Konumu: <https://agri.ktb.gov.tr/TR-103446/cografi-konumu.html> adresinden alındı
- T.C. Ağrı İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (1). (2020). Nisan 5, 2020 tarihinde Bakanlık Turizm İşletme Belgeli Oteller: <https://agri.ktb.gov.tr/TR-222913/bakanlik-turizm-isletme-belgeli-oteller.html> adresinden alındı
- T.C. Ağrı İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2). (2019). Aralık 02, 2019 tarihinde Nuh'un Gemisi İzi: <https://agri.ktb.gov.tr/TR-122249/nuh39un-gemisi-izi.html> adresinden alındı
- T.C. Ağrı İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2). (2020). Nisan 4, 2020 tarihinde Turizm: <https://agri.ktb.gov.tr/TR-95323/turizm.html> adresinden alındı

- T.C. Ağrı İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (3). (2019). Aralık 3, 2019 tarihinde Mağara Turizmi: <https://agri.ktb.gov.tr/TR-122242/magara-turizmi.html> adresinden alındı
- T.C. Ağrı Valiliği (1). (2019). Nisan 5, 2019 tarihinde İlin Tarihi: <http://www.agri.gov.tr/ilin-tarihi> adresinden alındı
- T.C. Ağrı Valiliği (2). (2019). Kasım 25, 2019 tarihinde Ağrı'ya Kayak Tesisi Müjdesi: <http://agri.gov.tr/agriya-kayak-tesisi-mujdesi> adresinden alındı
- T.C. Ağrı Valiliği (3). (2019). Mayıs 12, 2020 tarihinde Ağrı 3. Bal Festivali Başladı: <http://www.agri.gov.tr/agri-3-bal-festivali-basladi> adresinden alındı
- T.C. Ağrı Valiliği. (2016). Nisan 4, 2020 tarihinde Ağrı'nın düşman işgalinden kurtuluşunun 98. yılı: <http://www.agri.gov.tr/agrinin-dusman-iskalinden-kurtulusunun-98-yili> adresinden alındı
- T.C. Ağrı Valiliği. (2020). Nisan 30, 2020 tarihinde Tekstilkent: <http://agri.gov.tr/tekstilkent> adresinden alındı
- T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı. (2019). Kasım 19, 2019 tarihinde <http://csb.gov.tr/askin-ruhu-ishak-pasa-sarayi-makale> adresinden alındı
- T.C. Diyardin Kaymakamlığı. (2019). Aralık 02, 2019 tarihinde Diyardin Kaplıcaları: <http://www.diyadin.gov.tr/diyadin-kaplicalari> adresinden alındı
- T.C. Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü. (2019). Aralık 2, 2019 tarihinde Ağrı Dağı Milli Parkı: <http://agridagi.tabiat.gov.tr/> adresinden alındı
- T.C. Karayolları Genel Müdürlüğü. (2020). Mayıs 3, 2020 tarihinde Mesafeler: <https://www.kgm.gov.tr/Sayfalar/KGM/SiteTr/Root/Uzakliklar.aspx> adresinden alındı
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (1). (2019). Kasım 20, 2019 tarihinde Turizm İşletmesi Belgeli Tesisler: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9579/turizm-tesisleri.html> adresinden alındı
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (1). (2020). Mart 17, 2020 tarihinde Turizm İstatistikleri: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> adresinden alındı

- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2). (2019). Aralık 2, 2019 tarihinde Turizme Açık Mağaralar: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10336/turizme-acik-magaralar.html> adresinden alındı
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2). (2020). Mart 17, 2020 tarihinde İşletme (Bakanlık) Belgeli Tesis Konaklama İstatistikleri: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201121/isletme-bakanlik-belgeli-tesis-konaklama-istatistikleri.html> adresinden alındı
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (3). (2020). Mart 17, 2020 tarihinde Belediye Belgeli Tesis Konaklama İstatistikleri: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201122/belediye-belgeli-tesis-konaklama-istatistikleri.html> adresinden alındı
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2009). "Kültürel Miras ve Müzecilik". * alışma Raporu*. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2019). *2019 İlk  eyreği Raporu*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- T.C. Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü. (2019). Kasım 7, 2019 tarihinde Türkiye Jeotermal Enerji Potansiyeli ve Arama  alışmaları: <https://www.mta.gov.tr/v3.0/arastirmalar/jeotermal-enerji-arastirmalari> adresinden alındı
- T.C. Taşlıçay Kaymakamlığı. (2019). Nisan 27, 2020 tarihinde Balıkg l  Festivali Yapıldı: <http://www.taslicay.gov.tr/arama/ara/festival> adresinden alındı
- Tabachnick, G., & Fidell, L. (2015). * ok Değişkenli İstatistiklerin Kullanımı* ( ev: Mustafa Baloğlu). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Tırak, K., & Erdin, N. (2009). "Identification of Wooden Objects in Ishak Pasha Palace". *İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi*, vol. A, 124-137.
- Tokmakoğlu, G. (2018, Temmuz 05). *Kültür*. Mayıs 12, 2020 tarihinde Politik Merkez: <https://politikmerkez.com/konular/kultur/gelenek/> adresinden alındı

- Topragizbiz Web Sitesi*. (2013). Mayıs 12, 2020 tarihinde Ağrı Yöresi Giysileri Ve Folklor / Halk Oyunları: <https://www.topragizbiz.com/konular/agri-yoresi-giysileri-ve-folklor-halk-oyunlari.502/> adresinden alındı
- Tutar, H. (Ed.). (2013). *Ağrı'nın Sosyo-Ekonomik Durumu Ve Uygun Yatırım Alanları*. Ağrı: Serhat Kalkınma Ajansı Ağrı Yatırım Destek Ofisi.
- Türk Dil Kurumu. (2019). Mayıs 14, 2019 tarihinde Türk Dil Kurumu Sözlükleri: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2020). Mart 17, 2020 tarihinde Adrese Dayalı Nüfus Sistemi: http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1059 adresinden alındı
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2020). Mart 17, 2020 tarihinde Merkezi Dağıtım Sistemi: <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr> adresinden alındı
- Türkiye Kültür Portalı (1). (2019). Aralık 18, 2019 tarihinde Ağrı'nın gözdesi: İshak Paşa Sarayı: <https://www.kulturportali.gov.tr/portal/agri-nin-gozdesi--ishak-pasa-sarayi> adresinden alındı
- Türkiye Kültür Portalı (2). (2019). Aralık 3, 2019 tarihinde Balık Gölü - Ağrı: <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/agri/gezilecekyer/balik-golu> adresinden alındı
- Türkiye Kültür Portalı (3). (2019). Aralık 3, 2019 tarihinde Buz Mağarası - Ağrı: <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/agri/gezilecekyer/buz-magarasi> adresinden alındı
- Türkiye Kültür Portalı (4). (2019). Nisan 27, 2020 tarihinde Ahmed-i Hani Kültür Sanat ve Turizm Festivali: <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/genel/etkinlik/ahmed-i-hani-3--kultur-sanat-ve-turizm-festivali> adresinden alındı
- Türksoy, A., & Ö. Yürük, E. (2008). "Özel İlgi Turizmi". N. Hacıoğlu, & C. Avcıkurt (Eds.) içinde, *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (255-273).
- Uca Özer, S. (2010). *Şehir Turizmi ve Kültür: Yabancı Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak İstanbul'u Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma*. (Yayımlanmış Doktora Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

- UNWTO, 2008 - UNWTO (2008) *Understanding Tourism: Basic Glossary*, Madrid: UNWTO
- UNWTO. (2020). *World Tourism Barometer (Statistical Annex) 8(2)*. United Nations World Tourism Organization. Mayıs 12, 2020 tarihinde https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/UNWTO_Barom20_02_May_Statistical_Annex_en_.pdf adresinden alındı
- Urošević, N. (2012). "Cultural Identity and Cultural Tourism–Between The Local and The Global (A Case Study Of Pula, Croatia)". *Singidunum journal*, 9(1), 67-76.
- Ürger, S. (1993). *Genel Turizm Bilgisi*. Antalya: T.C. Akdeniz Üniversitesi Basımevi.
- Üsküdar, Ş., Çakır, M., & Temizkan, S. P. (2014). "Yerli Turistlerin Eskişehir'in Kültür Turizmine İlişkin Algıları". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 67-76.
- Vergori, A. S., & Arima, S. (2020). "Cultural and non-cultural tourism: Evidence from Italian experience". *Tourism Management*, vol. 78, 1-6.
- Yazgan, Ş., & Kadanalı, E. (2012). "Ağrı İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi". *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 14(22), 5-10.
- Yıldırım Saçılık, M., & Toptaş, A. (2017). "Kültür Turizmi ve Etkileri Konusunda Turizm Öğrencilerinin Algılarının Belirlenmesi". *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 108-119.
- Yıldırım, C. (2000). "Eski Türk İnançlarının İzleri ve Ağrı". *Türk Dünyası Araştırmaları*(128), 175-184.
- Yıldız, Z. (2011). "Turizmin Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi". *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.
- Yu, X., Kim, N., Chen, C. C., & Schwartz, Z. (2012). "Are you a tourist? Tourism definition". *Tourism Analysis*, vol. 17, 445–457.
- Zengin, B. (2008). Yayla Turizmi. N. Hacıoğlu, & C. Avcıkurt (Eds.) içinde, *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (137-162). Nobel Yayın Dağıtım.

EKLER

EK 1. ANKET FORMU

Sayın katılımcı; bu anketin uygulanma amacı, Ağrı'ya üniversite eğitimi almak üzere gelen Ağrılı olmayan veya Ağrı'da yaşamayan öğrencilerin Ağrı iline yönelik kültür turizmi algılarını ortaya koymaktır. Bu anket formu yalnızca bu amaç doğrultusunda gerçekleştirilecek olan araştırma için kullanılacak ve yanıtlar toplu olarak değerlendirilecektir.

Zaman ayırdığınız ve ilgi gösterdiğiniz için teşekkür ederim.

(Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi/Doğubayazıt Ahmed-i Hani Meslek Yüksekokulu/Otel, Lokanta Ve İkram Hizmetleri Bölümü/Aşçılık Programı Öğretim Görevlisi M. Necati ERKEM)

1. Cinsiyet : () Erkek () Kadın
2. Yaş : () 18 ve altı () 19-22 () 23-26 () 27 ve üzeri
3. Aylık Harcamanız :
4. Yaşadığınız Şehir :
5. Ağrı'ya daha önce geldiniz mi? : () Evet () Hayır
6. Ağrı'ya daha önce geldiyseniz geliş amacınız aşağıdakilerden hangisidir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz).
 () Kültürel çekicilikleri ziyaret etmek
 () Kültürel bir etkinliğe (sergi, festival, müzik etkinliği vb.) katılmak
 () Akraba veya arkadaş ziyareti
 () İş
 () Konferans
 () Spor etkinliği
 () Alışveriş
 () Diğer (belirtiniz).....
7. Ağrı kültürel bir tatil için uygun bir destinasyon mudur?: () Evet () Hayır
8. Ağrı'nın kültür turizmi potansiyeli hakkında bilginiz var mı? : () Evet () Hayır
9. Ağrı'da ziyaret ettiğiniz (ve/veya katıldığınız) kültürel mekânları (ve/veya etkinlikleri) işaretleyiniz.
 () Müzeler () Camiler/Kiliseler
 () Sanat galerileri/sergiler () Geleneksel festivaller
 () Fuarlar () Sağlık merkezleri
 () Müzik etkinlikleri () Spor etkinlikleri
 () Dans, folklor etkinlikleri () Tiyatrolar
 () Tarihi mekanlar (saraylar, köşkler, surlar, çeşmeler, anıtlar, hanlar vb.)
 () Diğer.....
10. Lütfen Ağrı'yı aşağıdaki kriterlere göre değerlendiriniz.

	Çok kötü	Kötü	Orta	İyi	Çok iyi
Yerel ulaşım hizmetleri					
Konaklama hizmetleri					
Yiyecek-içecek hizmetleri ve mutfak					
Kültürel ve tarihi kaynaklar					
Kültürel etkinliklerin çeşitliliği					
Gece yaşamı					
Yerel halkın konukseverliği					
Alışveriş tesisleri					
Görülecek ve yapılacak etkinliklerin çeşitliliği					
Genel fiyat seviyesi					
Kişisel güvenlik					
Temizlik					
Toplam Seyahat Deneyimi					

11. Lütfen Ağrı'nın Turizm ve Kültür Turizmi Potansiyelini Düşünerek İli Değerlendiriniz.

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum/ Ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1. Ağrı tam anlamıyla kültürel bir şehir destinasyonudur					
2. Ağrı, dünyadaki diğer kültürel şehir destinasyonlarıyla rekabet edebilecek potansiyele sahiptir					
3. Ağrı, dünyadaki diğer kültürel şehirlerden çok daha farklı ve özgün bir kültürel destinasyondur					
4. Ağrı'nın pahalı bir şehir olduğunu düşünüyorum					
5. Alışveriş yaparken esnafların tavrının çok ısrarcı ve rahatsız edici olduğunu düşünüyorum					
6. Kültürel ve tarihi yapıların çok bakımsız ve ihmal edilmiş durumda olduğunu düşünüyorum					
7. Ağrı'da kültürel aktivite olanaklarının oldukça yetersiz olduğunu düşünüyorum					
8. Kültürel bir şehir destinasyonu olarak Ağrı'nın tanıtımı etkili bir şekilde yapılmamaktadır					
9. Ağrı, uluslararası alanda güçlü bir turistik imaja sahip değildir					
10. Kültürel ve tarihi yapıların korunması ve iyileştirilmesi Ağrı'nın turistik geleceği açısından olumlu olacaktır.					
11. Ağrı'da turistik amaçlı kullanılabilecek mekânların sayısının artırılması ve kültür altyapısının güçlendirilmesi gerekmektedir					
12. Ağrı'da yaşayan insanların din, sanat, müzik, yemek ve yaşam tarzları konusunda daha çok şey bilmek isterim					
13. Ağrı, kültürel amaçlı ihtiyaç ve beklentilerimi karşılıyor					

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	M. Necati ERKEM
Doğum Yeri ve Tarihi	Erzurum / 1987
Eğitim Durumu	
Lisans Öğrenimi	T.C. Atatürk Üniversitesi (2012) -Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği- T.C. Anadolu Üniversitesi (2010) -Kamu Yönetimi (Açıköğretim Prog.)-
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce
İş Deneyimi	
Stajlar	-Dedeman Palandöken Ski Lodge Hotel / (Yiyecek ve İçecek Servisi Departmanı) – Erzurum (2009) -Dedeman Palandöken Ski Lodge Hotel / (Ön Büro Departmanı) – Erzurum (2010)
Çalıştığı Kurumlar	-Dedeman Palandöken Ski Lodge Hotel / (Bellboy) – Erzurum (2010 - 2012) -Xanadu Snow White (Sway Hotels) / (Resepsiyonist) – Erzurum (2012 - 2013) -Dmix Eğlence Merkezi / (Yiyecek ve İçecek Müdürü) – Erzurum (2015 - 2016) - Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi / Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü / Öğretim Görevlisi – Ağrı (2016 – devam ediyor)
İletişim	
E-Posta Adresi	m.necatierkem@hotmail.com
Tarih	20.07.2020