

**AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

Handan ÖZÇELİK

**GELİBOLU-WATERLOO KARŞILAŞTIRMASI YOLUYLA TÜRKİYE'DE KEDER
TURİZMİ POTANSİYELİ ANALİZİ**

Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2012

**AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

Handan ÖZÇELİK

**GELİBOLU-WATERLOO KARŞILAŞTIRMASI YOLUYLA TÜRKİYE'DE KEDER
TURİZMİ POTANSİYELİ ANALİZİ**

Danışman


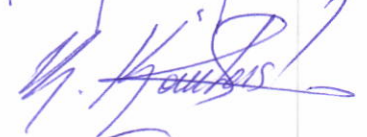

Doç. Dr. Kemal KANTARCI

Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2012

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Handan ÖZÇELİK'in bu çalışması, jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Doc.-Dr. m-Emir İnal 
Üye (Danışmanı) : Doc.-Dr. Kemal Kantarcı 
Üye : Yrd. Doç. Dr. Aydın GEVİRGEN 

Tez Konusu: Gelibolu- Waterloo Karşılaştırması Yoluyla Türkiye'de Keder
Turizmi Potansiyeli Analizi

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.

Tez Savunma Tarihi : 25/06/2012

Mezuniyet Tarihi : 05/07/2012

Prof.Dr.Mehmet ŞEN
Müdür

.....

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ.....	iv
TABLOLAR LİSTESİ.....	v
RESİMLER LİSTESİ.....	vi
KISALTMALAR LİSTESİ.....	vii
ÖZET.....	viii
ABSTRACT.....	ix
ÖNSÖZ.....	x
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM TURİZM ÇEŞİTLERİ VE İNSANLARI TURİZME YÖNELTEN SEBEPLER

1.1 Turizm Kavramı ve Tanımı.....	2
1.1.1 Nominal Tanımlar.....	3
1.1.2 Ekonomik Boyutlu Tanımlar.....	4
1.1.3 Akademik Tanımlar.....	4
1.2 Turizmin Önemi.....	4
1.2.1 Turist.....	5
1.2.2 İnsanları Turistik Hareketlere Yönelten Sebepler.....	7
1.2.2.1 İç Faktörler.....	8
1.2.2.2 Dış Faktörler.....	10
1.3 Turizm Çeşitleri.....	11
1.3.1 Katılanların Kişi Sayısına Göre Turizm Çeşitleri.....	11
1.3.2 Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm Çeşitleri.....	12
1.3.3 Katılanların Sosyo-Ekonomik Gücüne Göre Turizm Çeşitleri.....	12
1.3.4 Katılanların Amacına Göre Turizm Çeşitleri.....	14

İKİNCİ BÖLÜM KÜLTÜRE DAYALI ÖZEL İLGI TURİZMİ ÇEŞİTLERİ VE TÜRKİYE'DE KEDER TURİZMİ

2.1 Özel İlgi Turizmi Kavramı.....	17
2.1.1 Kültüre Dayalı Özel İlgi Turizmi Çeşitleri.....	18
2.1.1.1 Kültürel Miras Turizmi.....	19
2.1.1.2 Etnik Turizm.....	20
2.1.1.3 Etkinlik Turizmi.....	20

2.1.1.4 İpek Yolu Turizmi.....	21
2.1.1.5 Keder Turizmi.....	21
2.2 Keder Turizmi Kavramı.....	21
2.2.1 Keder Turizmi Çeşitleri.....	24
2.2.1.1 Hüzün Turizmi.....	24
2.2.2.2 Felaket Turizmi.....	25
2.2.2.3 Yoksulluk Turizmi.....	26
2.2.2.4 İntihar Turizmi.....	27
2.2.2.5 Kıyamet Günü Turizmi.....	28
2.2.2.6 Hayalet Turizmi.....	28
2.3 Keder Turizminin Çekiciliği.....	28
2.4 Keder Turizmi Talebi.....	30
2.4.1 Keder Turizminin Ortaya Çıkma Nedenleri.....	30
2.4.2 Keder Turizmi Talebine Etki Eden Faktörler.....	32
2.5 Keder Turizmi Arzı.....	35
2.6 Türkiye’den Keder Turizmi Örnekleri.....	39
2.6.1 Anıtkabir.....	39
2.6.2 Dolmabahçe Sarayı.....	40
2.6.3 Tarihi Sinop Cezaevi.....	41
2.6.4 Iğdır Soykırım Anıtı ve Müzesi.....	42

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

A. WATERLOO VE GELİBOLU YARIMADASI TARİHİ MİLLİ PARKI

3.1 Savaş Alanları Turizmi.....	43
3.2 Waterloo.....	46
3.2.1 Waterloo Savaşı.....	46
3.2.2 Watreloo’da Turizm.....	47
3.3 Gelibolu.....	48
3.3.1 Çanakkale Savaşları.....	49
3.3.2 Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı.....	52
3.3.3 Gelibolu’da Turizm.....	52

B. WATERLOO VE GELİBOLU TARİHİ MİLLİ PARKI MABETLEŞME SÜRECİ

3.4 Keder Turizminde Mabetleşme Süreci.....	54
3.4.1 Adlandırma.....	54
3.4.2 Sınırlama ve Yükseltme.....	55
3.4.3 Tapınaklaşma.....	55
3.4.4 Mekanik Çoğaltma.....	55
3.4.5 Sosyal Çoğaltma.....	56

3.5 Waterloo Savaş Alanı Mabetleşme Süreci.....	56
3.5.1 Adlandırma.....	56
3.5.2 Sınırlama ve Yükseltme.....	57
3.5.3 Tapınaklaşma.....	58
3.5.4 Mekanik Çoğaltma.....	59
3.5.5 Sosyal Çoğaltma.....	61
3.6 Gelibolu Tarihi Milli Parkı'nda Mekanın Mabetleşme Süreci.....	62
3.6.1 Adlandırma.....	62
3.6.2 Sınırlama ve Yükseltme.....	65
3.6.3 Tapınaklaşma.....	68
3.6.4 Mekanik Çoğaltma.....	68
3.6.5 Sosyal Çoğaltma.....	70
SONUÇ.....	71
KAYNAKÇA.....	73
ÖZGEÇMİŞ.....	82

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1 İnsanları Turistik Hareketlere Yönelten Sebepler.....	8
Şekil 1.2 Turizm Çeşitleri.....	11
Şekil 2.1 Özel İlgi Turizmi Döngüsü.....	17
Şekil 2.2 Özel İlgi Turizm Türlerinin Sınıflandırılması.....	19

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 2.1 Anıtkabir’de Yıllık Ziyaretçi Sayısı.....39

Tablo 3.1 Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı’ndaki Müzelerin Ziyaretçi Sayısı....53

RESİMLER LİSTESİ

Resim 2.1. Hüzün Turizmi.....	24
Resim 2.2. Felaket Turizmi.....	26
Resim 2.3. Yoksulluk Turizmi.....	27
Resim 3.1. Waterloo Aslan Anıtı.....	58
Resim 3.2. Şevki Paşa Haritası	65

KISALTMALAR LİSTESİ

JFK **John Fitzgerald Kennedy**

GTMP **Gelibolu Tarihi Milli Parkı**

ÖZET

Ölüm, dehşet ve felaket olumsuz kavramlar olmakla birlikte hayatın reddedilemez gerçekleri arasındadır. İnsanoğlu doğası gereği her daim bu tür keder olaylarına ilgi duymuştur. Bu ilgi aynı zamanda insanlarda seyahat etme ihtiyacı uyandırmış ve ziyaret edilen yer keder alanı olunca keder turizmi kavramı ortaya çıkmıştır.

Tarihte Roma gladyatör oyunlarına kadar uzanan keder turizmi günümüzde ulaşım olanaklarının da çoğalması ile birlikte giderek gelişen ve yaygınlaşan bir turizm çeşidi haline gelmiştir. Keder turizmi destinasyonları için savaş alanları, bireysel veya toplu mezarlar, toplama kampları, felaket bölgeleri, çeşitli keder olaylarının sergilendiği müzeler örnek verilebilir.

Araştırmanın birinci bölümünde turizm kavramı ve çeşitleri üzerinde durularak insanları turizme yönelten turizm faaliyetine katılma motivasyonlarından bahsedilmiştir. İkinci bölümde, kültüre dayalı özel ilgi turizmi kapsamında ele alınan keder turizmi tüm yönleriyle açıklanmaya çalışılmış ve çeşitlerine değinilmiştir. Aynı zamanda keder turizmi arz ve talebine etki eden faktörler üzerinde durularak keder turizmi ürünlerinden bahsedilmiştir. Türkiye'deki keder turizmi destinasyonlarına da yer verilen araştırmada ülkemizdeki keder turizmi potansiyeli konusunda bir fikir oluşturulmaya çalışılmıştır. Üçüncü bölümde Waterloo ve Çanakkale Savaşları'na değinilmiş ve araştırmanın asıl konusu olan Waterloo Savaş Alanı ile Gelibolu Tarihi Milli Parkı'ndan bahsedilmiştir. MacCannell'in (1976) turistik objenin mabetleşme süreci her iki savaş alanı için uygulanarak ziyaretçi sayıları ortaya konulmuştur.

ABSTRACT

Death, terror and disaster not only negative concepts but also irrefutable facts of life. Human beings are by nature ways interested in the events of this kind of dark. This interest had aroused at the same time the need to travel and visit people in the area of grief and the concept of dark tourism emerged.

In history the dark tourism dating back to Roman gladiatorial games, along with the proliferation of transportation facilities today dark tourism has become increasingly sophisticated and widespread. War zones, individual or mass graves, concentration camps, disaster areas are examples dark tourism destinations.

In the first part of the research, by being emphasised on the tourism concept and types of tourism, motivations that direct people to participate in tourism activities are mentioned. In the second part, dark tourism which handled as part of the special interest tourism based on culture is tried to be explained with its all aspects and types. At the same time by focused on the factors affecting supply and demand for dark tourism and also dark tourism products are mentioned. By being given examples of dark tourism destinations, it is tried to establish an idea about the potential of dark tourism in our country. In the third part, the research is addressed the main issue Waterloo and Dardanelles Wars and also Waterloo Battlefield and Gallipoli Peninsula Historical National Park are mentioned. MacCannell's (1976) sacralization process of the touristic objects by being applied on both battlefields, the numbers of the visitors are put forward.

ÖNSÖZ

Hayatın üzücü ancak kaçınılmaz kısmını teşkil eden keder turizmi her daim tabiatı gereği insanların ilgisini çekmektedir. İnsan içgüdüğü ile harekete geçen keder alanlarını ziyaret etme faaliyeti hem kültürel değerlerin korunması hem de bir özel ilgi turizmi çeşidi olarak keder turizminin geliştirilmesini gerektirmektedir. Bu nedenle keder turizmi detaylı olarak başlıca turizm çeşitleri arasında yerini almalı ve hüznün yaşandığı destinasyonlara fayda sağlamalıdır.

Bu çalışmada yoğun iş temposu arasında bana zaman ayırarak yardımlarını esirgemeyen başta değerli hocam Doç Dr. Kemal KANTARCI'ya sonsuz minnet ve teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca Gelibolu Tarihi Milli Park Müdürü Sayın Adil Şahinoğlu ve Waterloo Turizm Ofisi Direktörü Sayın Etienne Claude'a teşekkür ederim.

GİRİŞ

Çağdaş toplumlarda ölüm veya yıkım olaylarına karşı değişen bakış açısı ve ulaşım kolaylığı keder turizmini son yıllarda hızla gelişen bir turizm çeşidi haline getirmiştir. Tarihte keder turizmi faaliyetlerinin benzerlerine rastlansa da yeterince geliştirilemediği açıktır. Hayatın kaçınılmaz bir bölümünü teşkil eden keder olayları doğal olarak insanlarda merak, saygı ve korku duyguları uyandırmaktadır. Çeşitli motivasyonlarla harekete geçen insanoğlu keder alanlarını seyahat etme arzusu içerisine girmektedir.

Ziyaretçilerin keder destinasyonlarını farklı amaçlarla ziyaret ettikleri açıktır. Bazıları atalarının ardından yas tutmak, bazılarıysa rehber anlatımıyla tarihteki o anları yaşamak için buradadır. Kimi ziyaretçiler ise antipatik ve sıkıntı verici olduğu gerekçesiyle son derece kayıtsız kalabilir. Ancak keder alanlarına yapılan ziyaret istatistiklerine bakacak olursak keder turizmi için var olan ve potansiyel talebi tahmin edebiliriz.

Yeni ve alternatif bir turizm çeşidi haline gelen keder turizmi için ihtiyaçları belirlemek, var olanı korumak ve etkili tanıtım yapmak elbette son derece önemlidir. Çünkü keder turizminin gelişimi ancak korunan orijinal kanıtlarla ve bu kanıtların çeşitli şekillerde duyurulması ile mümkün olabilmektedir.

Çalışmanın amacı, keder turizmi kavramı ve keder turizmi motivasyonlarını analiz ederek gittikçe gelişmekte olan bu pazarlara yönelik ülkemizde ve benzeri gelişmekte olan destinasyonlardaki potansiyeli talebe ve deneyime dönüştürme uygulamalarını gerçekleştirmektir. Bu çalışmalarda MacCannell'in (1976, s. 43) mabetleşme süreci modeli kullanılarak Waterloo Savaş Alanı ve Gelibolu Tarihi Milli Parkı kıyaslanmıştır.

Her iki keder destinasyonuna gelen ziyaretçi sayılarına bakılarak bir kıyaslama yapılmıştır. Buradan hareketle Gelibolu Tarihi Milli Parkı'nın ifade edilen modele göre keder alanı olarak arz politika ve planlamaların yapılmasının bu destinasyon ve Türkiye'deki benzer destinasyonlar için çok önemli bir fayda sağlayacağı öngörülmektedir. Bu çalışmada ortaya konan bulguların kamu ve özel sektördeki karar vericiler ve yatırımcılara faydalı olacağı umulmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM ÇEŞİTLERİ VE İNSANLARI TURİZME YÖNELTEN SEBEPLER

1.1 Turizm Kavramı ve Tanımı

Turizm kavramı, Latince’de dönmek, etrafını dolaşmak, geri dönmek anlamına gelen “tornus” kökünden türetilmiştir. Dairesel bir hareketi anlatan bu terim İngilizce ‘de ‘tour’ biçimine dönüşmüş olup devir, gezi, seyahat, uzun yolculuk, dünya seyahati anlamlarını içermektedir (Akman, 2007, s.2).

Eski zamanlarda seyahat, özel görev ve dinsel amaçlar için veya üst tabakadaki insanların kültür ve eğitim seviyesini yükseltmek için yapılan bir faaliyetken bu durum sanayi devriminden sonra değişmeye başlamıştır (Takano, 2008, s.6). Sanayi devriminden sonra ulaşım olanaklarının da gelişmesiyle turizm bir görevden çok rekreasyon faaliyeti haline gelmiştir.

Smith (1989, s.1), ‘geçici boş zaman’, ‘harcanabilir gelir’ ve ‘yerel sakinler tarafından olumlu görüş ya da onayın olması’ olmak üzere üç etmenin aynı anda ortaya çıkmasıyla turizm faaliyetinin meydana gelebileceğini savunmaktadır.

Turizmin tanımına gelince turizm halk dilinde bilinen bir kelime olmasına rağmen terim olarak çeşitli ayrımlara ve yorumlara konu olmaktadır. Çünkü turizm sözcüğü çeşitli disiplinlerde (coğrafya, ekonomi, sosyoloji, antropoloji, tarih, psikoloji vb..) kullanılmaktadır ve bu disiplinlerin turizme bakış açıları farklı olduğundan farklı kavramsal yapılar ve tanımsal problemler ortaya çıkmaktadır (Williams and Buswell 2003, s.2).

Turizm özü bakımından boş zaman kullanımının evrimsel bir gelişim noktasında yer alan ve rekreasyon faaliyetlerinden geniş bir yelpaze içinden seçim yapabilme olanağını simgeleyen çok kapsamlı bir kavramdır. Turizm bugüne değin birçok kez tanımlanmaya çalışılmış olmakla birlikte, üzerinde tam olarak görüş birliğine varılabilmemiş bir tanıma henüz ulaşamamıştır (Tüylüoğlu, 2003, s.1).

Turizme ilişkin tanım arayışlarının ortaya çıkardığı ortak iki özellik, insanların sürekli olarak yaşadıkları yerlerden ayrılıp geçici olarak başka yerlere gitmeleri ve gittikleri yerlerde tüketici olarak bulunmalarıdır. IUOTO’nun (Uluslararası Resmi Turist Organizasyonları Birliği) üye ülkelere kullanmaları yönünde telkinde bulunduğu ve bu nedenle de en yaygın

olarak benimsenmiş bulunan tanım 1963 tarihli Birleşmiş Milletlerin tanımıdır. Buna göre turizm: “24 saatten az olmamak, sürekli kalışa dönüşmemek ve gelir sağlayıcı herhangi bir uğraşta bulunmamak koşulu ile bireyin yolculuk ve/veya konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin tümüdür.” (Tolungüç, 1999, s.11).

Ancak Birleşmiş Milletlerin kullandığı bu tanımda bulunan ‘gelir sağlayıcı bir uğraşta bulunmamak koşulu’ turizm çeşitlerinden olan iş turizmi kavramına ters düşebilmektedir. Bu nedenle Birleşmiş Milletler tanımı dışında turizmin geniş kapsamı nedeniyle yapılmış bir tanıma da yer vermemiz doğru olacaktır;

Tatil, eğlence, sağlık, din, spor gibi çeşitli nedenlerle (ticari nedenler dışında) ve sürekli yerleşmemek kaydıyla seyahat eden insanların, seyahatleri süresince ihtiyaç duydukları hizmet ve malları satın almalarıyla ilgili olayların ve ilişkilerin tümüne turizm denir (Konaklama ve Seyahat Hizmetleri Alanı, 2007, s.3).

Bu tanımlamaların yanı sıra turizm; nominal, ekonomik boyutlu ve akademik olmak üzere farklı bakış açılarına göre tanımlanmıştır:

1.1.1 Nominal Tanımlar

Robert Glüksmann 1930 yılındaki makalesinde turizm için devamlı ikamet yerleri olmayan bir mahalle varma amacındaki insanların mesafe kat etmeleridir derken daha sonra bu düşüncesini değiştirerek, turizmin bir ulaştırma problemi olarak görülmesinin, onun seyahatle karıştırılması demek olduğunu ifade etmiştir. 1930-1939 yılları arasında kalan dönemde Arthur Bormann ve Hubert Golden gibi yazarlar; turizmin dinamik ögesi “ULAŞTIRMA” faktörünü, insanların geçici yer değiştirme olaylarında esas olarak almışlar ve yapmış oldukları tanımlarda yer vermişlerdir. Ancak, bu seyahatler sırasında daimi ikamet yerinden olan ayrılışın geçici olması, mesleki seyahatlerin de iş ve yerleşim yeri arasındaki devamlılık gösteren yolculuklar olmaması gerekir demektir (Toskay, 1989, s.23).

Bernecker de turizm olayında esas üzerinde durulması gereken olgunun seyahat olduğunu ileri sürmüştür. Bormann ise turizm olayını “ikametgah” ile işyeri arasındaki düzenli gidiş gelişleri, gelire dönüştürmemek kaydıyla ticari ve mesleki seyahatleri de turizm kavramı içinde ele almaktadır (Tunç ve Saç, 1998, s.14).

1.1.2 Ekonomik Boyutlu Tanımlar

Turizmin ekonomik boyut içeren ilk tanımlarından birini Hermann vonn Schullern zu Schrattenhofen; “turizm, yabancıların belirli bir yer, bölge veya eyalete doğru, bu yerler içinde ve bu yerlerden başka yerlere doğru seyahatleri ve oralarda kalmaları ile ilgili ve öncelikle iktisadi olan olayların bütünüdür” şeklinde yapmıştır (Toskay, 1989, s.24).

A. J. Norval ise turizmi “devamlı kalma veya bir iş faaliyeti dışında herhangi bir nedenle yabancı bir ülkeye seyahat eden ve bu geçişteki seyahatleri sırasında başka bir yerdeki paranın harcanması olayı” olarak tanımlamıştır (Tunç ve Saç, 1998, s.14).

Yukarıdaki tanımlarda turistin katıldığı seyahatten gelir elde etmeksizin tüm turizm faaliyeti boyunca yaptığı harcamalar üzerinde durulmuştur. Kısacası turist harcama eğiliminde olan kişi olarak düşünülmüştür.

1.1.3 Akademik Tanımlar

Turizmin akademik tanımlarının en önemlilerinden biri Will Bencscheidt ve Glücksmann’a aittir. Turizm için Will Bencscheidt “herhangi bir yerde geçici olarak bulunan ve oraya yerleşmemiş insanlarla oranın yerlileri arasındaki ilişkilerin bütünü” ifadesini kullanırken, Glücksmann ise, “bir yerde geçici konaklaması sebebiyle bulunan kişilerle orada yaşayan insanlar arasındaki ilişkilerin toplamı” olarak ifade etmiştir (Toskay, 1989, s.25).

Bu tanımlarda turizm olayının insan ilişkilerine dayandığı ve toplumların birbirleri ile olan ilişkilerinin önemi vurgulanmaya çalışılmıştır. Önemle altı çizilmesi gereken husus, belirli bir süre de olsa yerliler ile yabancıların bir arada yaşama zorunluluklarının olmasıdır. (Akman, 2007, s.9). Bu fikirlere uygun olarak Dr. Walker Hunziker de 1941 yılında yayınlanan bir incelemesinde önemli bir tanım yapmıştır. Hunziker’in turizm tanımı, “Turizm yabancıların geçici veya devamlı asli kazanç elde etme faaliyeti için yerleşmeye dönüşmemek şartıyla konaklamalarından doğan ilişkilerin ve olayların bütünüdür” şeklinde yapılmıştır (Toskay, 1989, s. 29).

1.2 Turizmin Önemi

Günümüzde bazı ülkelerin, bazı kentlerin ya da bölgelerin yaşam kaynağı, yalnızca turizme dayalıdır. Hizmet sektörü olması sebebiyle, makineleşme ve otomasyona, ancak çok kısıtlı alanlarda gidilebilmektedir. Bu da emek-yoğun bir sektör olmasına ve sayısal olarak büyük işgücüne ihtiyaç duyulmasına yol açmaktadır. Üretilen hizmetin, ancak üretildiği yerde

tüketilmesi mümkün olduğundan, turistin yapacağı bütün harcamalar, ülkenin ya da kentin doğrudan kazancı olmaktadır. Turizm sektörü; ulaşım, konaklama, yeme içme ve eğlence gibi sektörler ile doğrudan ilişki içindedir. Öte yandan, hemen bütün sanayi ve tarım sektörü ile de dolaylı ilişki halindedir. Turizm, bugün ülkemizin dördüncü büyük iş koludur (Konaklama ve Seyahat Hizmetleri Alanı, 2007, s. 4).

Turizmin önemi dar anlamda Türkiye’de geniş anlamda ise tüm dünyada her geçen gün daha da artmaktadır. Turizm faaliyeti sadece o bölge ve ülkeye ekonomik kazanç sağlamakla kalmayıp aynı zamanda kültür alışverişi, psikolojik ve sosyolojik açıdan gelişimine katkıda bulunur. Turizm faaliyeti geçici bir sürede olsa insanların fiziksel ve psikolojik açıdan rahatlamasını sağlar.

Turizmin geniş istihdam alanı yaratması ve bulunduğu bölge ve bölge insanını kültürel, sosyal açıdan önemli ölçüde geliştirmesi turizm faaliyetinin faydalarının sınırlarını oldukça genişletmektedir. Ayrıca turizm yatırımlarının az gelişmiş bölgelere kaydırılması, ülke içerisindeki gelir dağılımını olumlu yönde etkilemesi nedeniyle, sosyal barışın bölgeler arasındaki iyi ilişkilerin sağlanmasına da katkı sağlamaktadır.

Günümüzde her kesimce kabul görmüş ekonomik, sosyal, politik, sağlık, kültürel, finansal işlevi olan turizmin önemi şu şekilde özetlenmiştir (Usta, 1993, s.13):

- Milli gelire katkı sağlayan önemli bir faaliyettir.
- Ekonomiyi geliştiren bir hizmet sektörüdür.
- Milyonlarca insanı ilgilendiren bir üretim ve tüketim olayıdır.
- İş ve istihdam yaratıcı özelliğe sahiptir.
- Doğal, kültürel ve sosyal çevreyi korumanın ve geliştirmenin etkili bir aracıdır.
- Sağladığı dövizle dış ödemeler dengesinin olumlu yönde etkileyen bir endüstridir.

1.2.1 Turist

Turizmi tek bir kavram olarak düşünmek güç olduğu gibi turisti de tek bir kavram olarak düşünmek güçtür. Örneğin, 1996 yıl ve 22747 sayılı Seyahat Acentaları Yönetmeliği’ne göre turist, ‘para kazanma amacı olmaksızın, dinlenmek ve eğlenmek için ya da kültürel, bilimsel, sportif, idari, diplomatik, dinsel... nedenlerle, oturduğu yer dışına geçici olarak çıkan ve tüketici olarak belirli bir süre seyahat edip kalan ve yeniden ikametgahına dönen kimsedir’ (Takano, 2008, s. 8).

Turist kavramının başka bir tanımı, Smith (1989, s.1) tarafından yapılmaktadır. Smith, turisti ‘değişiklik yaşamak için kendi isteği üzerine evden uzak bir yeri ziyaret eden geçici olarak boş zaman geçiren biri’ olarak tanımlamaktadır (Smith: 1989, s.1).

Türk Dil Kurumu’nun sözlüğünde de turist anlamı ‘dinlenme, eğlenme, görme, tanıma vb. amaçlarla geziye çıkan kimse, gezgin, gezmen, seyyah’ olarak tanımlanmaktadır. Turist ve gezgin, seyyah gibi kavramlar arasındaki en önemli farklardan birisi, turistin, gezgin veya seyyahla karşılaştırıldığında eğlenme amacının daha ön planda olmasıdır (Takano, 2008, s. 9).

Birçok araştırmacı turist kavramını tanımlamanın yanı sıra sınıflandırmaya gitmiştir. Cohen (1974) , turist deneyimlerine dayalı olarak turisti, ‘örgütlenmiş kitle turisti’, ‘bireysel kitle turisti’, ‘araştırmacı (kaşif)’, ve ‘başboş turist’ olarak dört başlık altında sınıflandırmaktadır (Takano, 2008 s. 9).

Smith, de Cohen’in çalışmasını takip ederek turistleri, turistik etkinliklerine göre yedi kümeye ayırmaktadır. Bunlar:

1. Araştırmacı (*explorer*): Araştırmacılar, yeni bilgiler ve bulgular aramaktadırlar; ancak, sayıları oldukça azdır. Gerçek anlamda bir turist olmaktan çok, antropologlara benzemekte; ziyaret ettikleri topluluklara etkin bir biçimde katılmakta; barınma, beslenme, giyinme gibi çok çeşitli konularda yerel geleneklere kolayca uyum sağlamaktadırlar. Bu arada, telsizler, taşınır tuvaletler, kimyasal ilaçlar gibi Batı teknolojisinin çok çeşitli araçlarından yararlanmayı da bırakmamaktadırlar.

2. Seçkin turist (*elite*): Seçkin turistler, az sayıdadırlar ve hemen her yeri gezmiş olan; balta girmemiş ormanlarda, bir yerlinin kılavuzluğunda, bir kano gezisi için büyük paralar harcayan; değişiklik olsun diye yerli çadırlarında kalıp, hamaklarda uyuyan kimseleri içermektedir. Bunların araştırmacılarından ayrıldıkları nokta, gerçek anlamda turist olmaları (bilgilerini arttırmaktan çok, değişiklik ve eğlence için yolculuk yapmaları) ve seyahat acentelerinin sunduğu olanakları kullanmalarındadır. Ancak, yerli yaşama kolayca uyum sağlamakta; yerlilerin yaşamları boyunca sürdürdükleri bir yaşayış biçimine bir hafta boyunca kolayca dayanabileceklerini düşünmektedirler.

3. Garip (*off-beat*): Garip turistler, ya turist kalabalığından uzaklaşmak istemekte; ya da garip davranışlarla tatilin heyecanını artırmaya çalışmakta, genellikle basit konaklama ve hizmet koşullarına kolayca uyum sağlamaktadırlar.

4. Olağandışı (*unusual*): Olağandışı turistler, örgütlenmiş turlara katılmakta; ilkel kültürlere ilgi göstermeye çalışmaktadırlar. Ancak, yerli yemeklerden çok, ülkelerinden getirilmiş hazır yemekler ve içeceklerle kendilerini daha güvenli görmektedirler.

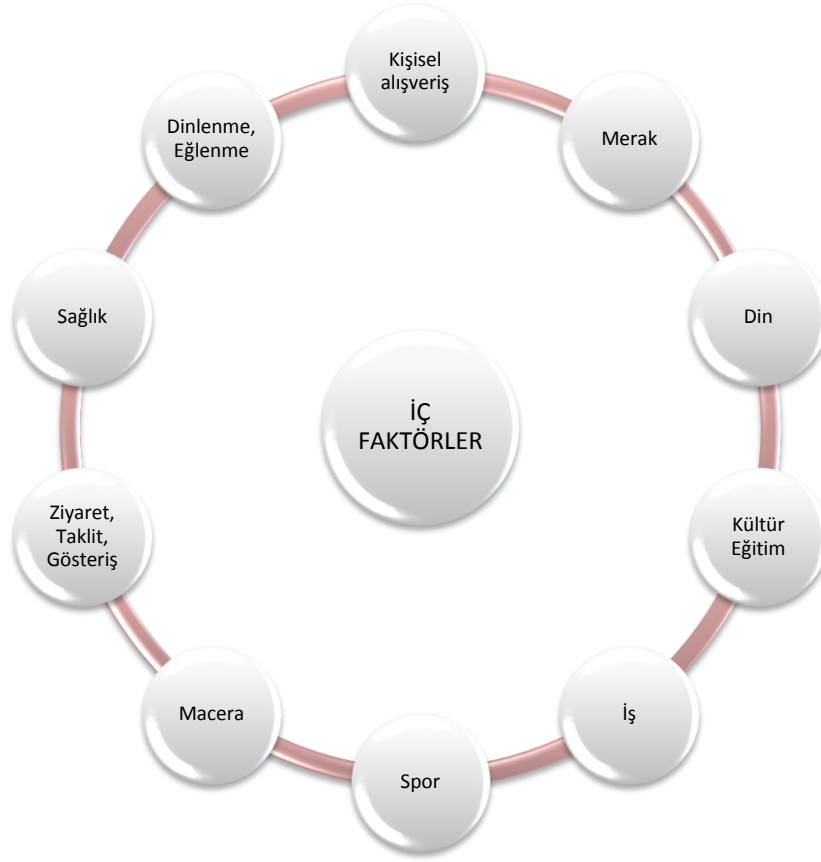
5. Kitlemsi (*incipient mass*): Kitlemsi turistler, ya da başlangıç aşamasındaki kitle turistleri, gittikçe artan sayıda insanı içeren önemli bir turizm hareketi oluşturmaktadır. Ancak, bunlar, genellikle kendi başlarına ya da küçük kümeler biçiminde yolculuk yapmaktadırlar.

6. Kitle (*mass*): Kitle turistleri, orta sınıf değerlerine ve gelirine dayanmakta; çok sayıda insanın yer değiştirmesini içermekte; gittikleri yerlerde kendi ülkelerinin yaşam biçimini ve koşullarını aramaktadırlar.

7. Kapsamlı (*charter*): Kapsamlı turistler, kapsamlı turlara katılan, kalabalık topluluklar biçiminde yolculuk yapan, gezinin bütün ayrıntılarının önceden planlandığı kimseleri içermektedir (Doğan: 2004, s.68).

1.2.2 İnsanları Turistik Hareketlere Yönelten Sebepler

İnsanları turizme yönelten sebeplerin bilinmesi ve iyi değerlendirilmesi, turizmin gelişmesi, ülke kaynaklarının verimli kullanılması ve daha çok gelir elde edilebilmesi için çok önemlidir (Konaklama ve Seyahat Hizmetleri Alanı, 2007, s. 6). İnsanları turistik hareketlere yönelten sebepler iç faktörler ve dış faktörler olarak iki grup altında toplanabilir.



Şekil 1.1 İnsanları Turistik Hareketlere Yönelten Sebepler
(Kaynak: Konaklama ve Seyahat Hizmetleri Alanı, 2007, s. 6)

1.2.2.1 İç Faktörler

Merak: Bilinmeyenleri görme, anlama, öğrenme isteğine merak denir. İnsanlar çeşitli kaynaklardan gördükleri doğal ve kültürel zenginlikleri, tarihe dair kalıntıları, güneş tutulması, olimpiyat vb.. faaliyetleri yerinde görme ihtiyacı hissederler. Bu his ve istek onları turizm faaliyetine iter ve merak duygusu insanları turizme yönelten sebepler arasında başlıca yerini alır.

Sağlık: Günlük yaşantının güçlüğü, çalışan insanları, özellikle endüstri merkezlerinde çalışan insanları fikren ve bedenen çok yormaktadır. Yoğun bir çalışma temposu içinde bulunan insanlar, uzun zaman doğanın nimetlerinden faydalanamamaktadır. Yorulan kafaların ve vücutların dinlenmesinde, güç kazanmasında şifalı sular, kaplıcalar, doğal güzellikler içerisinde dinlenmek, spor yapmak, sağlık yönünden çok yararlı olmaktadır. Dinlenmek veya

hastalıklarını tedavi edebilmek için insanlar şifa verici kaynakların bulunduğu yerlere gitmektedir. Sağlam ve dinlenmiş bir vücuda sahip olabilmek için yapılan geziler turizmin sağlık fonksiyonunu meydana getirmektedir (Kozak ve diğ., 1996, s. 14).

Din: Bütün toplumlardaki kuralların temel kaynağı olan dinin, turizm hareketlerinde de etkisini göstermemesi kaçınılmazdır. Orta Çağ'da hemen hemen bütün dinlerin rehberleri, dini kurallar arasında inananlarına kutsal şehirlerin ziyaretlerini de emrederlerken, yalnız dini bir borç yüklememiş, aynı zamanda ekonomik bir hareket de oluşturmuşlardır (Milli Eğitim Bakanlığı, 2007, s. 6). İnsanlar özellikle hac amaçlı olarak kutsal bir görevi yerine getirme içgüdüleri ile kendilerini dini turizme katılma ihtiyacı içerisinde bulurlar.

Kültür ve Eğitim: Eğitimin temel görevlerinden birisi, toplumun kültürel mirasını nesilden nesile aktarmaktır. Dolayısıyla eğitim toplumun kültürel yapısına göre şekillenecek ve toplumun değişmesine ve gelişmesine temel oluşturacaktır. Başka bir ifade ile eğitim sosyal ve kültürel değişimin bir aracı olacaktır. Eğitim ise baştanbaşa bir topluluğun eylemidir. Toplum içinde yaşamının ve buna bağlı olarak da kişiliğin gelişmesidir (Özkan, 2006, s.36).

Kültür ve eğitim, insanları turistik harekete yönelten faktörlerin başında gelmektedir. Bazı ülkeler, kültür ve eğitim turizminden büyük döviz kazancı sağlamaktadır. Örneğin; Venedik kenti sanat ve kültür dünyasındaki yeri ile turistik ziyaretlerin merkezi olmuştur. İngiltere; ünlü üniversiteleri, çeşitli eğitim kurumları, yaz okulları ve araştırma enstitüleri ile dünyanın pek çok ülkesinden her yıl öğrenim için binlerce öğrenciyi çekmektedir.

Dinlenme ve Eğlenme: Halâ günümüzdeki en önemli seyahat sebebi, dinlenme ve eğlenme ihtiyacıdır. Günümüz insanı büyük kentlerin stresli ortamından kaçarak iç huzuru bulma, kendilerini maddi ve manevi olarak yenileme arzusundadır. Özellikle 3S olarak adlandırılan (Sea-Sun-Sand) deniz- güneş-kum üçgeni, tatil denince akla gelen ilk olgu olmaktadır. Yılda 300 günden fazla güneş alan, eşsiz güzellikte ve 8000 km den fazla sahillerimiz, ülkemize gelen turistlerin büyük çoğunluğunu ağırlamaktadır (Konaklama ve Seyahat Hizmetleri Alanı, 2007, s.10).

İş ve Toplantı: Dünyada ekonomik ilişkilerin yoğunlaşarak gelişmesi milyonlarca insanın iş amacıyla seyahat etmesine sebep olmuştur. Örneğin, meslek alanındaki yeni gelişmeleri izlemek veya bir işi sonuçlandırmak yada bir ürünü pazarlamak için yapılan seyahatler bu

faktöre örnektir. Ayrıca eğitim, motivasyon işbirliği vb.. nedenlerle ihtiyaç duyulan kongre turizmi özellikle kış aylarında tesislerin kapalı kalmasını önleyerek turizmin devamlı istihdam sağlayan bir iş kolu haline gelmesini sağlamıştır.

Spor: Spor, kişiliğin oluşumu için insanın bedensel, ruhsal ve zihinsel eğitimidir. Günümüzde her bireyin doğal ihtiyacıdır spor yapmak. Spor, bu ihtiyacın yanında profesyonel ve muazzam bir sektördür de. Bu nedenle, sportif faaliyetler ve spor tesisleri turist çeken unsurlar arasında yer almaktadır. Bunun çok açık birörneğini Antalya’ da görmekteyiz. Her yıl, yalnızca kamp yapmak için, yüzlerce futbol takımı kente gelmektedir. Bunun yanında otomobil yarışları, kayak, tenis, golf vb. spor dalları, ciddi potansiyel yaratmaktadır (Konaklama ve Seyahat Hizmetleri Alanı, 2007, s. 9).

Macera: Dağcılık, mağara, trekking, rafting vb.. faaliyetler insandaki macera tutkusu ile harekete geçer. Ayrıca bu tutku insanda hep var olacağı için maceracı turist daimi turisttir.

Ziyaret, Taklit ve Gösteriş: Özellikle ülkemizde, eş-dost ve akraba ziyareti, turizm hareketleri içinde önemli bir yer tutmaktadır. Güçlü aile yapısı olan toplumlarda bu tür ziyaretler, seyahat sebepleri arasında yer almaktadır. Bir diğer neden de, moda uymak ve başkalarını taklit etmek için seyahat (snobizm) etmektir. Bir filmin çekildiği mekanı, bir ünlünün gittiği yeri görmek için yapılan seyahatler bu türdendir (Konaklama ve Seyahat Hizmetleri Alanı, 2007, s. 10).

Kişisel Alışveriş: Bazı ülke veya kentlerin belli bir ürün üretimi üzerinde yoğunlaşması, cazip fiyatlar sunması veya o yerin belli bir ürün adıyla meşhur olması o ürüne ihtiyaç duyan potansiyel müşterinin ilgisini çekmektedir.

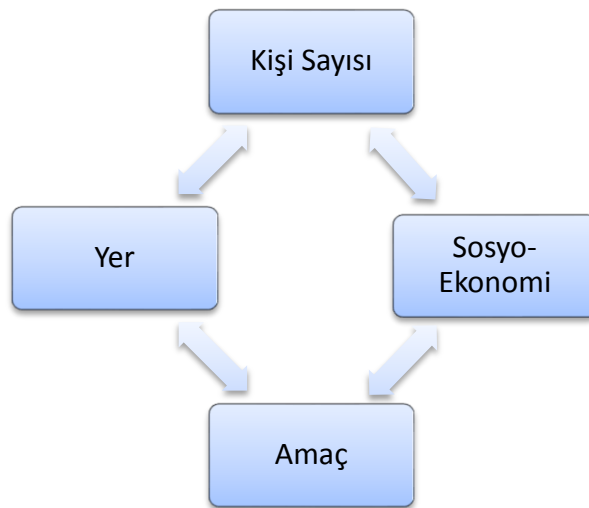
1.2.2.2 Dış Faktörler

Tanıtma, Reklam ve Propaganda: Her ne kadar yukarıda birçok seyahat nedeni sayılsa da tüketicinin bir tatil paketini satın alma kararı vermesi tanıtım, reklam ve propaganda faaliyetlerinden önemli ölçüde etkilenmektedir. İnsanların, ülkemize gelmeleri için birçok neden bir arada bulunsa da doğru zamanda, doğru yerde ve doğru şekillerde yapılan tanıtma faaliyetleri, seyahatin nereye yapılacağını etkilemektedir. Turistin önünde birçok seçenek bulunmaktadır. Yazılı ve görsel basın, filmler, fuarlar, çeşitli kültür etkinlikleri, tanıtım maksadıyla çok iyi değerlendirilmelidir (Konaklama ve Seyahat Hizmetleri Alanı, 2007, s. 10).

Yeni Turistik Bölgeler: Yeni turistik bölgeler turistlerin ilgisini yoğun olarak çekmektedir. Bunlara Antalya’da farklı konseptlerde inşa edilen veya uygulanan oteller örnek verilebilir. Örneğin, Uzak Doğu’da egzotik tatil destinasyonları gibi..

1.3 Turizm Çeşitleri

Turizm çeşitleri turizm olaylarına katılan kişileri etkileyen motivasyonlarla sınıflandırılmıştır. Kişilerin karar vermesinde rol oynayan motiveler potansiyel kitlenin ekonomik ve sosyal yapısına göre değişiklik arz edebileceği gibi zaman içerisinde de değişiklik arz edebilir. Bu nedenle bu gün günümüz koşulları dikkate alınarak turizm türleri sınıflandırılmıştır (Akman, 2007, s. 46).



Şekil 1.2 Turizm Çeşitleri
(Kaynak: Akman, 2007, s. 46)

1.3.1 Katılanların Kişi Sayısına Göre Turizm Çeşitleri

Bireysel Turizm: Bireysel turizmde, kişi herhangi bir tura veya gruba katılmadan, nereye gideceğini kendisi planlayarak kendi başına veya ailesiyle birlikte seyahati planlar ve yapar. (Akpınar ve Bulut, 2010, s.1576). Bireysel turist gezip göreceği, konaklayacağı destinasyonlara kendisi karar vermek ister. Günümüzde turizm ürünleri arasında paket tur kavramının yer almasıyla birlikte bireysel turizm maliyetli ve lüks bir turizm çeşidi olarak görülmektedir.

Grup Turizmi: Grup turizmi birbirini tanıyan bireylerin bir araya gelerek yaptığı seyahat çeşididir. Dernek üyeleri, öğrenci grupları, meslek organlarının katılımı ile gerçekleştirilen bu

turizm çeşidinde kişi sayısı 11 ile 16 arasındadır. Katılan kişi sayısının belli rakamlarla sınırlı olması ve grupların devamlılık arz etmemesi yönüyle grup turizmi farklılık gösterir (Kozak, ve diğ.,1996, s. 10).

Kitle Turizmi: İnsanların turizme geniş ölçüde büyük kitleler halinde katıldıkları turizm çeşididir. 1950'li yıllardan sonra gözlenmeye başlayan bu turizm çeşidi, günümüzün turizm hareketlerinin belirleyicisi durumundadır. Çünkü günümüzde tümüyle kitle turizmi hareketleri söz konusudur. Kitle turizminin en tipik özelliği insanların daha çok paket turları tercih etmeleridir (Kozak ve diğ.,1996, s. 10).

1.3.2 Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm Çeşitleri

İç Turizm: iç turizmi bir ülkenin vatandaşlarının çeşitli amaçlarla kendi ülkeleri sınırları içinde geçici olarak yer değiştirmelerinden doğan olaylar bütünüdür (Güzel, 2011, s. 128). Pasaport, vize, yabancı dil bilgisi ve döviz gerektirmeyen iç turizmin, ekonomiye döviz getirici etkisi yoktur. Ancak iç turizmin, milli gelirin bölgeler arasında dengeli dağılımında önemli etkileri vardır. Türkiye'de, iç turizmin geliştirilmesi ile ilgili politikalar İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde uygulanmaya başlanmıştır (Sezgin, 1999, s. 4).

Dış Turizm: Bir ülke vatandaşlarının kendi ülkeleri dışında yaptıkları yer değişimi ve konaklamalarından doğan faaliyetlerinin bütünüdür ifade eder. Buna uluslararası turizm adı verilir (Olahı, 1992, s.61). İç turizmden farklı olarak pasaport, döviz, vize gibi işlemleri gerektirir. En belirleyici özelliği dış turizmin döviz getirici etkisidir.

1.3.3 Katılanların Sosyo-Ekonomik Gücüne Göre Turizm Çeşitleri

Sosyal Turizm: Ekonomik bakımdan zayıf olan kitlelerin birtakım özel önlemler ve teşvik uygulamaları yolu ile turizm etkinliklerine katılmalarının sağlanmasından doğan bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır. Sosyal turizm kapsamında yer alan toplumsal gruplar şöyle sıralanabilir; (Kozak ve diğ., 1996, s. 11).

- İşçiler,
- Memurlar,
- Emekliler,
- Gençler,
- Bedensel özürülüler,

- Çiftçiler,
- Esnaf ve zanaatkârlar,

Dünyada sosyal turizmin önem kazanmaya başlaması, 1936 yılında Uluslararası Çalışma Örgütü'nün ücretli izin konusunda uluslararası düzeyde ilkeler saptaması ile olmuştur. Sosyal turizmin amaçları şu şekilde sıralanabilir (Kozak ve diğ., 1996, s.12):

- İnsanların, özellikle çalışan kitlelerin düşünce ve değer yargılarının genişletilmesi,
- Diğer insanlarla kendini kıyaslama ve toplumsal kaynaşma alışkanlığının kazanılması,
- Toplumsal eşitliğin sağlanması, bunun sosyoekonomik yapı içinde yayılması.

Sosyal turizmin geliştirilmesi amacıyla çeşitli ülkelerden şu uygulamalar gerçekleştirilmektedir:

- Tatil kredileri,
- Ulaştırma araçlarında indirimli fiyatlar,
- Özel seyahat ya da tatil çeki kullanımı taksitle tatil olanağı,
- Tasarruf sandıklarının kurulması ve yaygınlaştırılması,
- Kamu kapılarının sosyal turizm amaçlı kullanılmasıdır.

Türkiye'de sosyal turizm uygulamalarına az da olsa rastlanılmaktadır. Bunlardan ilki T.C. Turizm Bankası A.Ş.'nin 1975 - 1984 yılları arasında uygulamaya koyduğu tatil kredisidir (Olalı, 1992, s. 65). Öte yandan Türkiye'deki en yaygın sosyal turizm uygulaması kamu kurumlarındadır. Çalışanların tümünün yararlanmasına sunulması da bazı kamu kurumlarına ait kamplar Türkiye'deki sosyal turizme yönelik çalışmalara örnek olarak gösterilebilir (Altan, 2006, s. 20).

Lüks Turizm: Yüksek gelir grubunda yer alan bireylere özgü olan turizm biçimidir. Bu turizm çeşidi, toplum içerisinde prestiji yüksek olan kesimlerini turistik etkinliklerini kapsamaktadır. Ekonomik güçleri, geliri düzeyleri çok yüksek olan kişilere hitap eden turistik faaliyetlere "lüks turizm" denir (Sezgin, 1999, s. 85). Bu turizm türünde geliri yüksek düzeyde olan bireyler oldukça pahalı otellerde konaklarlar ya da her türlü konfora sahip transatlantiklerde seyahat ederler (Kozak ve diğ.,1996, s. 13).

1.3.4 Katılanların Amacına Göre Turizm Çeşitleri

İnsanlar çok çeşitli amaçlarla turizm faaliyetine katılmaktadır. Bu bağlamda, deniz-kum-güneş üçlüsünden oluşan deniz turizmi, turizm çeşitleri arasında %20'lik paya sahip olan ve insanların toplantı amacıyla katıldıkları kongre turizmi, çeşitli rahatsızlıklarını tedavi etme amacı olan insanların katıldığı termal turizm gibi birçok turizm türü tanımlanabilir (Kozak ve diğ., 1996 s. 13). Dolayısıyla insanlar hangi amaçla turizme katılıyorlar ise turizmin türü de bu amaca göre adlandırılmaktadır. Özel ilgi turizmi de denilen ve insanların daha spesifik amaçlarla turizme katıldığı bir turizm türü de bu grupta yer almaktadır. Özel ilgi seyahatleri, tarım, arkeoloji, mimari tarz, sanat, kuş gözetleme, endüstri, kaleler ve saraylar, etkin çalışmalar, festival, balık avlama, avcılık, çiçek düzenleme, botanik, kıymetli taş ve madenler, müzik, golf, tarih, edebiyat, doğa, opera, fotoğrafçılık, mesleki ilgiler, fiziksel araştırma, safariler, kayak yapma, dalgıçlık, sosyal çalışmalar, spor, öğrenim, tiyatro, şarap tatma gibi faaliyetler yapma amacıyla örgütlenen seyahatlerdir (Avcıkurt, 2003, s.162).

Kongre Turizmi: Kişilerin sürekli olarak çalıştıkları veya konakladıkları yerler dışında uzmanlık gerektiren akademik alanlarda, meslek gruplarında belirli bir konuda öğrenme ortamı oluşturmak ve bilgi alışverişinde bulunmak amacı ile bir araya gelmelerinden doğan turizm faaliyeti olarak tanımlanabilir (Öğüt ve diğ., 2003, s. 11). Kongre turizmi çok yönlü bir turizm çeşidi olarak ifade edilir. Toplantılar turizmi asıl amacını oluştursa da bir kongre programının yalnızca toplantılardan oluşmadığı belirtilmektedir. Toplantılar dışında serbest zamanlarda eğlence, alışveriş, gezi gibi faaliyetler düzenlenmektedir (Türkoğlu, 2011, s. 8).

Turizmin son yıllarda büyük önem kazanan bir türü olarak ifade edilmektedir. Turizmin en fazla gelir getiren bir türü olarak belirtilmektedir. Ayrıca, genelinde turizm sezonu dışındaki zamanda uygulandığı için de turizmin sezon dışı gelir getiren türü olarak kabul edilmektedir (Bayer, 1992, s. 26).

Sağlık Turizmi: Turizmin en eski aktivitelerinden biridir. Su tedavisi (termalizm) ve iklim tedavisi olmak üzere iki çeşidi vardır. Termalizmde, iyileştirici özellikleri bulunan kaynak sularını içerek veya banyo yaparak tedavi söz konusuysen, iklim tedavisi genellikle temiz hava kürüdür (Çoruh, 1967, s.10). Sağlık turizmi aynı zamanda, hava değişimi amacıyla da gerçekleştirilmektedir (Gündoğdu, 2006, s. 15).

İnanç Turizmi: İnsanların kendi dinleri ya da başka dinlerle ilgili dini inanç ve merakla motive olarak seyahat etmeleri, dini yerleri ziyaret etmeleridir (Gee, Makens ve Choy, 1989, s. 23). Din kavramı, insanları seyahate teşvik eden ve yönelten en eski etkenlerden biri olarak kabul edilmektedir. Dini turizm, değişik dinlerce kutsal olarak kabul edilen yerleri ziyaret etmek, dinsel toplantı ve törenlere katılmak, dinsel bazı görevleri yerine getirmek yada dinler tarihi açısından önemli olan çekim merkezlerini görmek amacıyla düzenlenen kimi dinler için yılın belli dönemlerinde yoğunluk kazanan seyahat ve konaklamalardan oluşan bir turizm türüdür (İçöz ve diğ., 2007, s. 13).

Yayla Turizmi: Büyük şehirlerde yaşayan insanların şehrin gürültüsü ve kirliliğinden kaçıp, doğal güzelliklere sahip olan sessiz alanları tercih etmelerinin doğal bir sonucu olarak, özellikle kıyı şeridindeki tatil yörelerinin sıcak ve nemli havasına karşılık yaylaların çok çeşitli bitki örtüsüne sahip olması, ormanları, krater gölleri, ırmakları, dereleri, tarih, kültürel ve arkeolojik değerleri, dağ ve doğa yürüyüşleri, rafting, kış sporları, av ve olta balıkçılığı, çim kayağı, şifalı suları, yayla şenlikleri ve el sanatları gibi değerleri taşıması nedeniyle bu bölgelerin turizm çekim merkezi olmalarına olanak sağladığı ifade edilmektedir (Kozak ve diğ.,1996, s.15).

Çiftlik Turizmi: Boş zamanları değerlendirme ve açık hava rekreasyonu olarak çiftlik turizmi, kentten kırsal alana dönüşün en güzel örneği olarak ifade edilmektedir (Bayer, 1992, s. 168).

Doğaya zarar vermeden tam tersine doğayla uyumlu bir yapılanma içerisinde tarım ürünlerinin yetiştirildiği, çeşitli hayvan türlerinin bir arada beslendiği, kırsal alan konaklama ve yaşan tarzlarının canlandırıldığı ve hatta katılımcılara tatilleri süresince tüm gereksinimlerini kendilerinin karşılayabildiği bir ortamın sunulduğu tarzdaki çiftliklerin giderek turizm alanında yaygınlaştığı ifade edilmektedir (Öğüt ve diğ., 2003, s. 13).

Deniz Turizmi: Deniz turizmi özellikle dış turizm talebinde, çekicilik oranının birinci sırada olduğu turizm türlerindedir. Burada doğal çekiciliklerin başında deniz, güneş, kum üçlüsü yer almaktadır. Ayrıca denizlerin kıyı şeridinde oluşturduğu doğal görünüm, deniz turizminin yaygın olduğu bölgelerdeki eğlence ve konaklama imkanları da deniz turizminin çekiciliğini artırdığı belirtilmektedir. Kıyılarda güneşlenebilen gün sayısı ve deniz suyu

sıcaklıklarının uzun süre ve istenilen derecelerde bulunması da deniz turizmine olan talebi artıran etkenler arasında sayıldığı ifade edilmektedir (Öğüt ve diğ., 2003, s. 11).

Yat Turizmi: Bir ülkenin kıyı ve kumsallarının turistik çekiciliklerine bağlı olarak yat turizmi de yoğunluk göstermektedir. Denize kıyısı olan ülkelerdeki marinalar bu turizm çeşidine hizmet vermektedir (Kozak ve diğ.,1996. s. 14).

Av Turizmi: Turistlerin, belirlenmiş yasalar dahilinde avlanmaları ve her çeşit avcılık faaliyeti ile uğraşmaları sonucu doğan faaliyetler bütünüdür (Tunç ve Saç, 1998, s. 26). Bu turizm çeşidi, kara ve deniz avcılığının çeşitlerini kapsamaktadır (Çoruh, 1967, s. 10).

Doğa Turizmi: Bu turizm dalında konaklama, eğlence ve hatta beslenme ihtiyaçlarının tamamının doğadan karşılanması durumu söz konusudur. Günlük hayatın yoğun stresinden uzaklaşarak doğayla baş başa kalmak isteyen şehir insanların daha sıklıkla tercih ettiği bu turizm türü kamp kurma şeklinde yapılabileceği gibi, bireysel ya da birkaç kişilik küçük gruplar halinde de yapılabilir. Doğa turizmi, maliyetinin çok daha düşük olduğu ve bu nedenle daha çok orta gelir seviyesinde olan veya macera peşinde olan bireyler tarafından tercih edildiği gözlemlenmektedir (Öğüt ve diğ., 2003, s. 12).

Spor Turizmi: Son yıllarda spor turizmine olan ilgi giderek artmaktadır. Bu alanda yapılan akademik çalışmalar son yıllarda önemli bir boyut kazanmıştır. Spor turizmi kişilerin eğlenmek amacıyla sürekli yaşadıkları yerden ayrılarak spor aktivitelerini seyretmek veya bunlara katılmak amacıyla seyahat etmeleridir (Gibson, 1998, s. 46).

Özel İlgi Turizmi: Özel ilgi turizmi, kişilerin ve grupların özel ilgileri için harcadıkları boş zaman ve eğlence deneyimlerinden oluşmaktadır. Daha ayrıntılı bir tanımla özel ilgi turizmi; ilgileri belirli alanlarda oluşan ve yalnızca bu ilgilerini tatmin etmek isteyen bireylerin, ilgilerini belirli bir bölge ya da çekim yerinde karşılamak üzere yaptıkları seyahatler ve bu seyahatlerin biçimi olarak tanımlanabilir. Bu anlamıyla özel ilgi turizmi, toplam seyahat deneyimi etrafında biçimlenerek planlanan ve gelişen bir kavramdır. WTO (Dünya Turizm Örgütü)'nün tanımına göre özel ilgi turizmi ise; belirli bir temaya sahip olan turistik merkezleri ziyaret etmek ve belirli ilgilerini geliştirmek amacını güden kişilerin bireysel ya da grup halinde katıldıkları, uzmanlaşmış bir turizm çeşididir (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003, s.10).

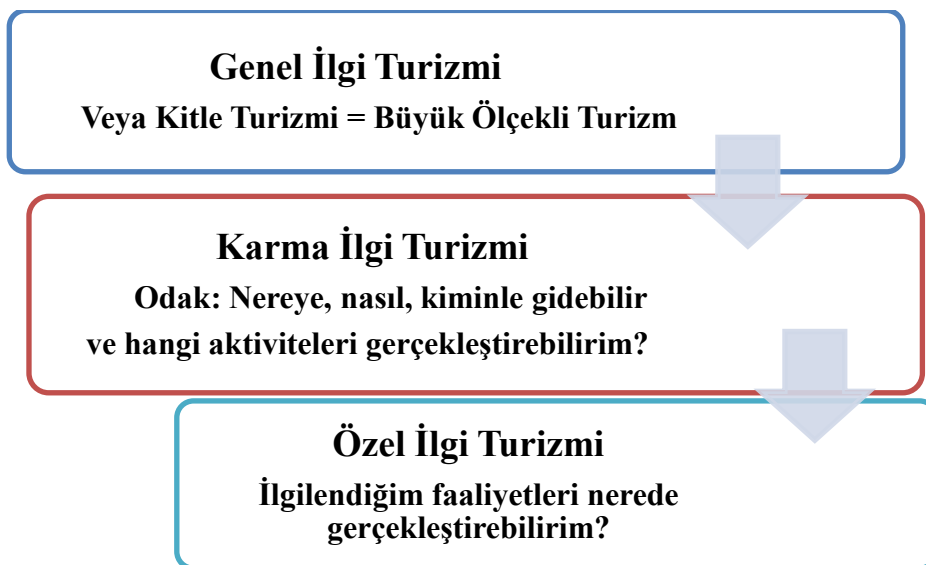
İKİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜRE DAYALI ÖZEL İLGI TURİZM ÇEŞİTLERİ ve TÜRKİYE'DE KEDER TURİZMİ

2.1 Özel İlgi Turizmi Kavramı

Günümüzde, tüketicilerin giderek daha uyumlaştırılmış veya kişiye özel ürün ve hizmetleri talep eder hale gelmesi özel ilgi turizmi şeklinde kendini göstermektedir (Kozak ve Bahçe, 2009, s. 116). 21. yüzyılın turizm tüketicisi artık yeni alışkanlıklar geliştirmektedir. Turist artık eskisi gibi, toplam yıllık izninin tamamını kullanarak bir defalık seyahat yapmamaktadır. 20-30 günlük iznini 3-5 kez bölerek değişik ilgilerini tatmin etme çabası içindedir. Belirli bir konuya ilgi duyanlar için düzenlenen özel geziler, özel ilgi turizminin alanı içerisinde değerlendirilir (Küçükaslan, 2006, s.1305).

Özel ilgi turizmini tercih edenlerin tatil zamanını kullanma biçimi, tamamen özel ilgilere uygun olacak şekilde planlanır. Günlük yaşamda bu özel ilgiye ayrılan zaman, tatilde daha uzun bir süreyi kapsar. Örneğin, günlük yaşantıda sadece hafta sonları çıkılan dağ yürüyüşleri tatil süresi içinde her gün yapılacaktır. Bu kişiler içsel motivasyonludurlar. Diğer bir deyişle, gezilerinden alacakları tatmin, çevre faktörleri ile değil, tatilin kendilerine uyan içeriği ile ilgilidir (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003, s. 14).



Şekil 2.1 Özel İlgi Turizmi Döngüsü
(Kaynak: Taruer, 2006, s. 188)

Genel İlgi Turizmi: Uluslararası turizm hareketleri içerisinde katılımcı kişi sayısı bakımından en büyük olanıdır. Seyahat ile tatmin edilmeye çalışılan gereksinimler ise, monoton hale gelen günlük yaşamdan uzaklaşmak ve değişik insanlarla sosyal birliktelikler kurmaktır. Ya özel ilgileri yeterince gelişmemiştir ya da bu ilgilerini tatillerde sürdürme eğilimindedirler. Örneğin, tanıdıkları kişiler Türkiye'ye geliyorsa onlar da gelmek isterler (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003, s. 14).

Karma İlgi Turizmi: Karma ilgi turizmi içinde yer alan kişiler açısından çekim yerinin özellikleri önemlidir. Ancak; karar alma sürecinde artık sadece bu faktör değil, başka faktörler de göz önüne alınmaktadır. Bu kapsamdaki katılımcıların kendilerine sordukları soru: “Nereye gidebilirim ve orada ne yapabilirim” sorusudur. Katılımcı; tatilde yapmayı planladığı faaliyet için, kendisine sunulan seçenekler arasından seçim yapmaktadır. Örneğin; önce ülkeyi, sonra bölgeyi en son olarak da tesisi seçme gibi. Daha sonra da seçilen yerde yapılabilecek aktiviteler düşünülür (Kaya, 2006, s. 46).

Özel İlgi Turizmi: Özel ilgi turizmi kapsamında yer alan kişilerin seyahat karar ve tercihlerinin arkasında, kesin olarak belirlenmiş ilgiler yer almaktadır. Bu sebeple; katılımcılar kararlarını verirken belli bir hedefin çekiciliğinde değil, özel ilgilerini en iyi karşılayabilecekleri yer üzerinde dururlar. Eğer bir bölge onların özel ilgileri için uygun değilse, o bölge seçeneklerden elenir. Katılımcının karar vermede kendisine yönelttiği ilk soru: “İlgilendiğim faaliyetleri/konuları nerede bulabilirim?” olacaktır (Trauer, 2006, s. 187).

Günümüzde, yüz ellinin üzerinde farklı türde sayılabilecek özel ilgi tatilinin olduğu ileri sürülmektedir (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003, s. 15). Bunlar kültüre dayalı, doğaya dayalı, eğitime dayalı ve hobiyeye dayalı özel ilgi turizmi olmak üzere dört gruba ayrılmıştır (Kozak ve Bahçe, 2009, s. 136). Asıl konumuz olan keder turizminin kültüre dayalı özel ilgi turizmi altında yer alması nedeniyle biz bu sınıflandırma üzerinde duracağız.

2.1.1 Kültüre Dayalı Özel İlgi Turizmi Çeşitleri

Tüketici ilgi alanı ve talebindeki değişimler turizmi aynı zamanda bireysel bir kültürel etkinlik haline getirmiştir. Buna paralel olarak, kültüre dayalı özel ilgi turizm türleri giderek önem kazanan pazarlar olarak ortaya çıkmaktadır (Kozak ve Bahçe, 2009, s. 150).



Şekil 2.2 Özel İlgi Turizm Türlerinin Sınıflandırılması

(Kaynak: Kozak ve Bahçe, 2009, s. 137)

2.1.1.1 Kültürel Miras Turizmi

“Yeryüzü üzerindeki en büyük gösteri olarak tanımlanan turizmin hayat kaynağı mirastır” (Boniface ve Fowler, 1993, s. XI). Miras sözlük karşılığı olarak bir neslin kendinden sonra gelen nesle bıraktığı şeyler olarak tarif edilmektedir (Türk Dil Kurumu, 1988, s. 1029). Çok geniş bir kavram olan mirasın sınıflandırılmasında kalıtsal değer kazanmış olan sosyal faaliyetler, mutfak, giyim, gelenek, din, kutsal eşyalar, sanat eserleri, müzik, dans, folklor, arkeolojik ve tarihi yapı ve alanlar sosyo-kültürel miras, yer şekilleri, su kütleleri, flora ve fauna ve toprak doğal mirastır. Bu geniş kavram içerisinde turizm ürününe dönüşecek çok çeşitli kaynaklar bulunmaktadır. Doğal miras alanlarına yapılan turizm, kıyı turizmi, yat turizmi, göl turizmi, akarsu turizmi, yayla turizmi, alpinizm, kaplıca turizmi, kış turizmi olarak tiplere ayrılmış olmakla beraber sosyo-kültürel miras alanlarına yapılan turizm sadece kültür turizmi adı altında yapılmaktadır (Doğaner, 2003, s. 1).

Miras turizminin birçok tanımı yapılmıştır. Miras turizmi bir nesilden diğerine geçen her türlü kaynağın kullanımını ifade etmektedir. Buna göre halen kullanılmakta olan birçok kolaylık (gazino, eğlence parkı vb.) potansiyel miras turizmi kaynağıdır (Özgüç, 1998, s. 160). Başka bir tanımda miras turizmi “odak noktası miras kalan şeyler olan turizm şekli olarak tarif edilmektedir. Miras kalan şeyler de tarihi binalardan, sanat çalışmalarına ve güzel manzaraya kadar değişen anlamlar ihtiva etmektedir” (Yale, 1991, s. 21). “Miras geçmişin bugünkü kullanımı olarak ele alınırsa, miras turizmi geçmişin turizm için kullanımını ifade etmektedir” (Light, 2000, s. 160).

Kültür turizmi, yerel halkın kendi kültürü hakkında bilinçlenmesini ve sahip çıkmasını ön görür. Bu nedenle, yerel halkın sürece katılımı son derece önemlidir. Kültürün korunmasının,

ziyaretçi tutumuna bağılı olduğuna ve turistlerin ziyaret etmekte olduğu kültürü, kendi kültürleri gibi görmeleri gerektiğine dikkat çekilmektedir (Pairo, 2001, s. 52). Buna karşın turizm ürünü olarak sunulan kültürel değerlere de yerel halkın sahip çıkması ve bunları kültürel kimliklerin ayırt edici değerleri olarak korunması gerektiğinin farkında olması gerektiğidir. “Türk geceleri ve Mevlevi törenleri” veya Çankırı iline ait “yaren geceleri” olarak bilinen, asırlardır süregelen ve sosyal dayanışmayı amaçlayan kültürel değerler örnek verilebilir. (Kozak ve Bahçe, 2009, s. 151).

2.1.1.2 Etnik Turizm

Etnik turizm, değişik şekillerde algılanabilir. Etnik turizm, her pazarda etnik el sanatlarına özgü ürünlerin satışını, etnik kökenin geldiği bölgelere kısa seyahatleri, trekking veya eko turizm şeklinde uygulamaları ve toplum temelli turizmi içerebilir. Özellikle, birden fazla etnik grubun bulunduğu bölgelerde, kültürel zenginliği korumak ve turizmin yarattığı pazar ekonomisinden yararlanmak isteyen ulusal hükümetlerin ve yerel yönetimlerin gelişimine destek verdiği görülmektedir. Bunun en güzel örneklerinden biri Çin’in Yunnan bölgesinde geliştirilen etnik turizmin ulaştığı başarıdır. 1985 yılında sadece 3.198 yabancı ve 20.000 yerli turist tarafından ziyaret edilen bölge, 1997 yılında 46.900 yabancı ve 1.987.600 yerli turist tarafından ziyaret edilmiştir (Kozak ve Bahçe, 2009, s. 156). Daha sonra bu projeyi inceleyen bazı araştırmacılar, gelecek etnik turizm geliştirme projelerinde, etnik girişimciliğin desteklenmesinin topluma dayalı ve azınlıklar tarafından kontrol edilen ekonomik bir faaliyet haline getirilmesinin gereğine işaret ederler. Bu projelerde, eğer uzun süreli, uyumlu ve gerilimsiz ilişkiler geliştirilecekse, karşılıklı ekonomik gelişimin ve sosyal ilişkilerin oluşturulması gerektiğini belirtmişlerdir (Yang and Wall, 2008, s. 522).

2.1.1.3 Etkinlik Turizmi

Her toplumun, kendine özgü gelenekleşmiş, belirli tarihlerde gerçekleştirdiği festival, karnaval, faşing gibi özel kutlama etkinlikleri vardır. Örneğin, festival, genellikle yerel bir topluluk tarafından belirlenmiş ve geleneksel olmuş gün ve tarihlerde kutlanan, yapıldığı yörenin imgesi haline gelmiş etkinliklerdir (Kozak ve Bahçe, 2009, s. 157).

2.1.1.4 İpek Yolu Turizmi

İpek Yolu'nun yeniden canlandırılması, güzergahı üzerinde yer alan ülkeler arasında ekonomik, beşeri ve kültürel ilişkileri canlandıracağı gibi, ülkeler tek olarak ele alındığında, bölgeler arasındaki gelişmişlik düzeylerinin de azalacağı kabul edilmektedir (Kozak ve Bahçe, 2009, s. 160). Kültür ve Turizm Bakanlığının turizmin ülke sathına ve tüm yıla yaygınlaştırılması politikası çerçevesinde yürüttüğü çalışmalardan birisi olan “İpek yolu projesi” ile kültürel mirasın en önemli unsurlarından olan hanların (kervansarayların) korunması, bir koruma kullanma dengesi içinde yaşatılarak tarihi İpek Yolu'nun canlandırılması planlanmıştır (Ulusan ve Batman, 2010, s. 248).

2.1.1.5 Keder Turizmi

Turizm boş zamanların iyi bir şekilde değerlendirilmesi, dinlenme eğlenme ve yeniden canlanma gibi amaçların gerçekleştirildiği ortamlar yaratması ile bilinir. Tarihten pay almak insanların seyahat etmelerinde rol oynayan faktörlerden biridir. Her toplumun geçmişinde hatırlamaktan zevk aldığı, gurur duyduğu başarılar, günler veya olaylar olduğu gibi, üzücü ve acı olaylarda vardır (Kozak ve Bahçe, 2009, s. 152). İşte bu üzücü olayları anmak, kaybedilenlere saygı gösterisinde bulunmak veya hac görevini yerine getirmek amacıyla yapılan turizm faaliyetlerine keder turizmi denir.

2.2 Keder Turizmi Kavramı

Keder turizmi, ilk olarak Lennon ve Foley tarafından incelenmiş ve akademik olarak araştırmalara temel teşkil etmiştir (Alaeddinoğlu ve Aliğaoğlu, 2007, s. 217). Yerli yazında olduğu gibi uluslararası yazında da birçok kavramla ifade edilen keder turizmi, Lennon ve Foley (2000 s. 198) tarafından “*dark turizm*” olarak adlandırırken, Seaton (1996, s. 240) “*thanatourism*” olarak isimlendirmiş ve Blom (2000, s. 32)'da “*morbid turizm*” adı altında bu kavramını geliştirmiştir. Slayton (2006), dark kelimesini “*grief*” olarak uyarlayarak çalışmasında “*grief tourism*” ifadesini kullanmıştır. Almanya'da da *grusel tourismus* (shudder tourism-ürperti turizmi) olarak ifade edilmektedir (Kılıç ve Akyurt, 2011, s. 210).

Terim yakın veya uzak geçmişte meydana gelen ölüm ve üzüntünün turizm maksadıyla tüketilmesi anlamına gelmektedir (Aliğaoğlu, 2004, s. 55). Keder turizmi tüketicilere o üzüntü ve acıyı yaşatmak sonucunda da gerçekleşen olaylardan edinilen tecrübe ile ziyaretçinin huzura ermesi için yapılmaktadır. Keder turizmi çok çeşitlidir ve pek çok farklı

olaylarla desteklenmektedir. Bu nedenle keder turizminin kapsamının da çok geniş olduğunu söylemek gerekir.

Yine keder turizminde zamansal mesafenin yakın olması zorunlu görülmektedir. Yani olayların yaşayan insanların hatırlama mesafesinde olması ve modernlik ve onun sonuçları için kuşku ve endişe verici olması gerekmektedir. Bu bağlamda eski veya orta çağda yaşanmış bir olay keder turizmi kapsamında ele alınmamaktadır. Bu konuda başlangıç tarihi Titanik gemisinin battığı yıl olan 1912 yılı olarak kabul edilmektedir (Lennon ve Foley, 2000, s. 11).

Keder turizmi kavramı sahip olduğu anlam genişliği ve çeşitli şekillerde ortaya çıkabilmesi nedeniyle kapsam alanının da benzer şekilde geniş olduğunu söylemek hiç yanlış olmaz (Seaton 1996, s. 240). Seaton (1996, s. 240 - 241) keder turizmini 5 kategoride incelemiştir:

- 1.Ölüm olayını izlemek amacıyla yapılan ziyaretler,
- 2.Bireysel - toplu ölümlerin gerçekleştiği alanlara yapılan ziyaretler,
- 3.Anıtlara - hapisanelere yapılan ziyaretler,
- 4.Ölümlle ilgili olayların yaşatıldığı yerlere yapılan ziyaretler,
- 5.Ölümlle ilgili kanıtların sergilendiği yerler.

Ölüm anını (veya çok yakın bir zamanı) izlemek için yapılan seyahatler Roma gladyatör dövüşlerini seyretmek için yapılan keder turizmi çeşidine örnek verilebilir. (Seaton, 1999, s. 131). Bu türe bir başka örnek daha çok Amerikan filmlerinde görülen, suçluların elektrikli sandalyede cezalandırılması olayı verilebilir (Aliağaoğlu, 2004, s. 55).

Keder destinasyonu ziyareti iki motivasyon etkisiyle gerçekleşmektedir. Bunlardan ilkinde ziyaretçi bir yakını veya atası için ziyarette bulunmakta, ikincisinde ise zevk, heyecan veya ölüme duyulan merak teşvik edici güç olarak etkili olmaktadır.

Keder turizmi ziyaretçileri, seyahatlerini gerçekleştirirken genelde ön yargılı olmaktadırlar. Çoğu keder turizmi destinasyonu global medya yoluyla duyurulmaktadır. (Lennon and Foley, 2000, s. 44). Bu durum destinasyon için olumlu ve olumsuz etki edebilmektedir. Toplum için olumlu etkide bulunabilir şöyle ki söz konusu keder olayından sonra (savaş, ölüm veya doğal afetler) bölgeye gelen ziyaretçi sayısı artmaktadır (Seaton, 1999, s. 131). Seyahat süresince

edinilen anılar ve duygulardan ziyaretçiler tarafından uzun süre aile ve arkadaşlar arasında bahsedilmektedir (Gnoth, 1997, s. 286).

Lennon ve Foley (2000) Keder Turizmi kitaplarında hangi faaliyetlerin keder turizmini teşkil ettiğini belirterek bir eleme yapmaya çalışmışlardır. Örneğin, “keder turizmi destinasyonlarına yapılan arkadaş ve aile ziyaretlerini keder turizmi olarak nitelendirilmezken; şans eseri, turizm şirketinin güzergahı dolayısı ile ya da sadece merak için keder turizmi destinasyonlarının ziyaret edilmesini keder turizmi kategorisi içerisine sokmaktadır” demişlerdir (Yuill, 2003, s. 11). Yazarlara göre keder turizmi faaliyetinde başlıca faktörün motivasyon olduğu görülmektedir.

Çoğu keder turizmi araştırmacısı ölümle alakalı ziyaretlerin modern tur olgusundan önce var olduğunu kabul etmektedirler. Seaton (1996, s. 235) bu tarz etkinlikleri 18. Yüzyıl sonu ve 19. yüzyıl başlarında Romantik çağdaki batı inancının bir parçası olan ve yoğunlaşmış felsefi düşüncede var olan ölüme dair geleneğe bağlamaktadır. Ölüme dair düşünce ve meditasyon, neşeli bir etkinlik olmayabilir fakat yine de bu düşünce ölüm geleneğinde ahlakı, maneviyatı, ideolojiyi yapılandıran bir olgudur (Bowman ve Pezzullo, 2010, s.189).

Ziyaretçilerin keder destinasyonlarını farklı amaçlarla ziyaret ettikleri açıktır. Bazıları atalarının ardından yas tutmak, kimisi rehber anlatımıyla tarihteki o anları yaşamak için buradadır, kimileriye antipatik ve sıkıntı verici olduğu gerekçesiyle son derece kayıtsız kalabilir. Kimileri haftalık, yıllık, kimileri ise hayatı boyunca bir sefer ziyaret eder veya hiç ziyaret etmez. Bu reaksiyonlar ölümle yüzleşmek istemeyenler için ürkütücü gelmektedir aynı zamanda milliyetçi duygular, kan bağı, etnik benzerlikler veya kişideki empati kapasitesine bağlıdır. Örneğin savaş alanları ve kalıntıları halen devam etmekte olan savaşların her iki taraf içinde yol açacağı zararlar açısından provoke eder. Aynı durum doğal afetler içinde geçerlidir. Bu tür ziyaretler insanı gerçeklerle yüzleştirir.

Ülkemizde elbette çok sayıda keder alanı mevcuttur. Ancak önemli olan bu alanların keder turizmine dahil edilerek eğitici olmalarını sağlamaktır. Yukarıda da belirttiğimiz gibi keder alanının yakın geçmişe ait olması gerekmektedir. Bin yıl öncesine ait bir türbe keder turizmi kapsamına girmez. Son dönemde ilgi görmeye başlayan ve hızla geniş kitlelere yayılan keder turizminde söz konusu turistik obje veya olayın sunulma şeklide çok önemlidir. Bu nedenle bir keder alanını gözde bir keder destinasyonu haline getirirken ziyaretçiyi psikolojik, sosyal ve kültürel anlamda derinden etkilemek mühimdir. Bu nedenle keder olayı veya objesi

özgünlüğünü kaybetmemeli, doğru şekilde aktarılmalı ve özellikle keder olayı ziyaretçinin bizzat gözünde canlandırabileceği atmosferde sunulmalıdır.

2.2.1 Keder Turizmi Çeşitleri

2.2.1.1 Hüzün Turizmi

Hüzün turizmi, çoğumuzun yıllardır yaptığı ancak bu turizm türünün hangi kategoriye girdiğini büyük olasılıkla bilmediğimiz bir keder turizmi çeşididir. Temel olarak hüzün turizmini trajik olayların meydana geldiği yerleri ziyaret etmek olarak tanımlayabiliriz. Hüzün turizminin en yaygın örnekleri; toplama kampları, savaş alanları, mezarlıklar, trajik suç ve olayların meydana geldiği özellikle savaş bağlantılı yerlerdir. Örneğin; İngiltere'deki Soham kasabasına turistler orada katledilen iki öğrencinin anısına ziyarette bulunmaktadır. Hüzün turizminin nihai örneği 11 Eylül terörist saldırılarının ardından New York Ground'a akın eden ziyaretçi dalgasıdır (Kendle, 2008). Hüzün turizmi çeşitleri ve bu turizmin yapıldığı bölgeler, Türkiye ve dünyadaki çeşitli destinasyonlardan örneklerle incelenecek olursa, *savaş alanları turizmi*; I. ve II. Dünya Savaşları'nın geçtiği mekanlar (özellikle Çanakkale-Gelibolu), Kurtuluş Savaşı'nın gerçekleştiği mekanlar, Hiroşima, Bosna Hersek'teki 1992-95 yılları arasında yaşanan savaşın bıraktığı izler, *soykırım turizmi* ve *müzeler* toplu mezarların bulunduğu mekanlar; Kamboçya'da 1970'li yıllarda ortaya çıkan ölüm tarlaları ve Landmine Müzesi, Bosna'daki toplu katliamların olduğu ve şu an anıtlarının bulunduğu yerler, *Trajik suç ve olaylar*; Prenses Diana'nın öldüğü yerde yalnız araba kullanma, İkiz Kule'lere yapılan saldırıların ardından anıtlaşan kalıntılardır (Kılıç ve Akyurt, 2011, s. 214).



Resim 2.1 Hüzün Turizmi (Kaynak: Nazi Concentration Camp Pictures, 2012)

Slayton'un (2006) dark kelimesini grief şeklinde uyarlaması ve "grief tourism" kavramını keder turizmi şeklinde ele alması aslında kafa karıştırıcıdır (Ground Zero, 2012). Çünkü eğer "grief tourism" keder turizmi anlamına geliyorsa, bu alanda en fazla kullanılan dark tourism kavramı hangi kategoride yer alacaktır? Eğer thanatourism gibi bu iki kavram da aynı başlık için kullanılabilir dersek bu durumda Kendle (2008) tarafından bir keder turizmi çeşidi olarak nitelendirilen "grief tourism" kavramını ne tür bir ifadeyle ele almalıyız? Bu nedenle bu çalışmada "keder turizmi" kavramı "dark tourism" bir keder turizmi çeşidi olarak "hüzün turizmi" de "grief tourism" olarak ele alınmıştır.

Hüzün turizmi, tüketicilere üzüntü, içsel acı duygusunu yaşatmak ve sonucunda da gerçekleşen olaylardan edinilen tecrübe ile huzura ermek için yapılmaktadır (Kılıç ve Akyurt, 2011, s. 214). Geçmişte meydana gelen birçok savaş dolayısı ile çok sayıda keder alanı mevcuttur. Bu olay ve alanların keder turizmine dâhil edilmesi, onların ancak eğitici olmaları, farklı olarak üretilmeleri ve ticari olarak kullanılmalrı ile mümkün görünmektedir.

Savaş alanlarının sahip olduğu çekicilikleri mekânsal ve olaysal çekicilikler olarak ayırt etmek lazımdır. Savaş meydanları, kaleler, surlar, anıt mezarlar, müzeler, ordu yolları, karargâhlar mekânsal çekicilikleri oluştururken, askeri günler, savaş yıldönümleri, kurtuluş yıldönümleri ve barış antlaşması yıldönümleri de başlıca olaysal çekiciliklerdir (Doğaner, 2006, s. 4).

2.2.2.2 Felaket Turizmi

Felaket turizmi için hüzün turizminin bir alt kümesidir diyebilirsiniz ancak özellikle son yıllarda çok fazla dikkat çekmesi yönüyle kendi kategorisini hak ediyor. 2004 yılında meydana gelen tsunaminin ardından Doğu Asya'yı veya Katrina Kasırgası sonrası New Orleans'ı görmek için akın eden ziyaretçi sayısı bu gerçeği gözler önüne sermektedir (Kendle, 2008). Zaten felaket turizminin temelleri de Katrina Kasırgası'nın ardından atılmıştır diyebiliriz.

Aslında felaket turizmi hüzün turizmine göre tartışmaya oldukça açıktır. Özellikle felaketin üzerinden çok az bir zaman geçmesi ile buraya akın eden turistlerin buradaki normal yaşama dönme çabalarını doğal olarak etkilemektedir. Fakat diğer yandan bu tür seyahatler felaket yerinde bulunanları güç durumdan çıkmaları için bölge halkına önemli ölçüde finansal katkı sağlamaktadır. Örneğin 2010 yılında Haiti hükümeti ülkeye ziyarete gelinmesini ve buradaki deprem mağdurlarına yardımda bulunulmasını açıkça belirtmiştir.

Çoğu ziyaretçi felaket bölgesine giderek normal hayata dönüş çabalarını izlemek ve oradaki insanlara şefkat göstermek amacıyla orada bulunur. Ziyareti gerçekleştirenler genellikle insan sevgisi, yardımlaşma içgüdüğü ve farkındalık duygusu yoğun insanlardır. Bu seyahat şekli aslında rekreasyonel faaliyetten çok farklı olarak insan hayatında derin izler bırakan çok boyutlu bir deneyimdir diyebiliriz.



Resim 2.2 Felaket Turizmi (Kaynak: The Truth Behind The World, 2012)

17 Ağustos Marmara Depremi'nin ardından Türkiye'nin ilk Deprem Kültür Müzesi 2004 yılında Adapazarı'nda ziyaretçilerin hizmetine sunulmuştur. Bu müzede sergi standları, kafeterya ve sine vizyon salonu, Adapazarı'nda meydana gelen 1967 ve 1999 yılı depremlerine ilişkin deprem öncesi ve sonrası fotoğraflar, suni deprem yaratan titreşimli elektronik bir stant, depremde yıkılan binaların yapım tekniği ile ilgili inşaat malzemeleri ve sismograf ile depremle alakalı diğer unsurlar sergilenmektedir (Deprem Müzesi, 2012).

2.2.2.3 Yoksulluk Turizmi

İnsan doğası gereği kendi hayatı dışındaki hayatlara da şahit olmak istemektedir. Bu nedenle zarif kraliyet sarayları veya zenginlere ait konaklar ilgi çeker, fakat bazıları da bunun aksine çok fakir olan yaşamları merak eder.

“Yoksulluk turizmi genellikle gecekondulara ve yoksulluğun pençesindeki kasabalara düzenlenen turlarla gerçekleşir. Kimileri bu turların bölgeyi geliştirmek, fakirlere yardım etmek amacıyla gerçekleştirildiğini öne sürmektedir ancak şu da açıktır ki eğer

yoksulluk döngüsü tamir edilirse bu bölgelere artık tur düzenlenmez’’ diyen Kendle (2008) yoksulluk turizmine biraz alaycı şekilde yaklaştığını açıkça belirtmektedir.

Soweto, Güney Afrika veya Hindistan gibi benzer yoksul yerleşim yerlerindeki gecekonduları gezmek ve Rio de Janeiro şehrindeki varoşlarda turlamak bu kategoriye girmektedir (Kendle, 2008).



Resim2.3 Yoksulluk Turizmi (Kaynak: Poverty Tourism, 2012)

2.2.2.4 İntihar Turizmi

İntihar turizmi iki şekilde incelenmektedir. Birincisinde insanlar belli bir destinasyona intihar etmek için giderler. İntihar şekli buldukları destinasyonun önemli bir noktasından atlamak olabilir. İstatistikler intihar olaylarının önemli bir kısmının genellikle turistik yerlerde gerçekleştiğini göstermektedir. Bu turların planlı bir şekilde yapılıp yapılmadığı açık değildir (Gross ve diğ., 2007, s. 756).

İkinci olarak intihar, farklı ülkelerde çeşitli kanunlarla ötanazi şeklinde olabilmektedir (Kendle, 2008).Hollanda, Belçika, Lüksemburg ve ABD'nin bazı eyaletleri dışında, ötanazi kural olarak çağdaş hukuk sistemlerinde yasaktır. Fransız ve Türk ceza hukukunda, ötanazi uygulayan hekim adam öldürme suçundan cezalandırılır (Ankara Barosu Başkanlığı, 2010, s.27).

Bilindiği gibi ülkemizde ötenazi ve benzeri intihar şekilleri yasal değildir. Son zamanlarda özellikle ötenazinin yasallaşması konusunda farklı görüş ve talepler bulunmaktadır.

2.2.2.5 Kıyamet Günü Turizmi

Kıyamet günü turizmi, genellikle çevresel faktörler ve küresel ısınma sonucunda dünyanın sonunun gelmekte olduğu düşüncesine kapılan insanlar tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu ziyaretçiler yok olmadan görmek içgüdüğü ile motive olurlar.

Örneğin, Grönland buzulları yok olacağı korkusu ile ziyaretçiler tarafından görülmek istenmektedir. Amerika'daki Büyük Göller ve Kijimanjaro Dağı da aynı düşünceyle ziyaret edilmektedir. Aslında bu destinasyonları ziyaret etmek çevresel baskı oluşturmaktadır. Çünkü genel olarak insan etkisi nedeniyle yok olma tehdidi altında olan yerler ziyaretçi akını sonucu daha da olumsuz etkilenmektedir. Aynı zamanda seyahat acentelerinin güdülemesi de ziyaret isteğini tetiklemektedir.

Ekvador'un Galapagos Adaları'nda turist sayısı bakımından büyük artış yaşanmıştır. 1990 ve 2006 yılları arasında turist sayısının %250 artması bu talep ve ilginin göstergesidir. Aynı zamanda pazarlama başarısı da önemli bir etkidir (Kendle, 2008).

2.2.2.6 Hayalet Turizmi

Özellikle Amerika ve Avrupa'da yapılan hayalet turizmi, hayalet görmek ve fotoğraflarını çekmek isteyen merak ve heyecan arayışındaki turistlere hitap etmektedir. Ülkemizde olmasa da çeşitli ülkelerde bu işle uğraşan ve pazarlayan birçok seyahat acentesine rastlamak mümkündür. Bilinen örnekler olarak Amerika'da 1880'li yıllarda bir silah üreticisinin karısı olan Sarah Winchester'ın kendi hayaletinin dolandığı söylenen Kaliforniya'daki The Winchester Mystery House ve 1850'li yıllarda Hydesville'de ruhlarla iletişim kurdukları söylenen iki kız kardeşin yaşadığı ve şu anda terk edilmiş olan Fox Sisters Cabin gibi mekanlar vardır (Hayalet Turizmi, 2012). Hayalet turizmi son yıllarda oldukça popüler hale gelmiştir. Öyle ki Hollywood'dan başlayarak Kuzeydoğu Amerika Eyaletlerine kadar uzanan hayalet turları düzenlenmektedir (Frightening Trend: Ghost Tourism Booms, 2012).

2.3 Keder Turizminin Çekiciliği

Keder turizmi motivasyonun nasıl oluştuğu dolayısıyla turistleri keder alanlarına, ölümün gerçekleştiği yere neyin sürüklediği uzun yıllar araştırılmıştır (Bowman ve Pezzullo, 2010, s. 189). Keder turizmini bir moda veya duygusal etkinlik gibi kesin bir kategoriye alınması

önerilmemektedir. Bu nedenle keder turizmi kavramına çok boyutlu bir anlayışla yaklaşılmaktadır (Sharpley, 2005, s. 220). Keder alanları ziyareti motivasyonu tamamen olmasa da kısmen önemlidir (Foley ve Lennon, 2000, s. 46). Ölüm çoğunluğun kabul edemediği fakat hayatın reddedilmez bir parçası olarak görülen bir olgudur. İşte keder turizmi, yaşamın bu önemli ancak tatsız bileşenince oluşmaktadır. Genellikle ölüme, ölüye duyduğumuz saygı bizi keder turizmine yönlendirir.

Keder turizminin kavram olarak ortaya çıkmasından önce de ölüm, önemli bir turizm elemanı olarak kalmış, diğer turizm arzlarına göre çok önce inanç ve hac amacıyla ilgi çekmiştir (Stone, 2006, s. 147).

Keder turizminin ilk örnekleri Roma gladyatör oyunları ile başlar. Bu oyunlar genellikle vahşete tanık olmak isteyen kişilerce talep görürdü. Keder turizminin asıl motivasyonu olan ölüme ve ölüye duyulan saygı burada yerini şiddete olan eğilime bırakır. 19. Yüzyılda caydırıcılık amacıyla yapılan kamu infazları da keder turizmi kapsamındadır. Hatta o dönemde izleyicilere daha konforlu bir seyir sunmak amacıyla çeşitli düzenlemeler yapılmıştır. Bu durum yapılan işin turizm kapsamını oluşturmaktadır.

Benzer şekilde, 'Başkalarının Ölümü'ne olan hayranlık İngiltere'de rehber eşliğinde yapılan turlarda görülebilir. Burada ziyaretçiler, 1838 yılında Cornwall'daki tren gezisi ile asıllı haldeki iki katil mahkumu görmek istemişlerdir (Boorstin 1987, s. 56). Keder turizminin diğer öncü örnekleri Viktorya döneminde rehber eşliğinde yapılan morg turlarıdır. 19. Yüzyılın Madame Tussauds Dehşet Sergi Odası veya 'ıslah evlerinde aidat ödeyen ziyaretçileri karşılamak amacıyla galeriler inşa edilmiştir. Ziyaretçiler burada rekreasyonel aktivite olarak kırbaçlamaya tanık olurlardı (Stone, 2006, s. 147).

Örnekler, keder turizminin daha çok şiddet ve vahşete hayranlık duyan ziyaretçilerin katıldığı etkinlikleri içermektedir. Günümüzde de bu tür manzaraları görmek için istekli çok sayıda keder turist adayının varlığı kabul edilmektedir. Ancak günümüzde insan haklarının ve buna bağlı olarak bireyi koruyan hukuk kurallarının gelişmesi bu tür uygulamaları engellemektedir. Fakat bazen benzeri örneklere rastlamak mümkün olabilmektedir. Yine Çin'deki bir vahşi yaşam parkında kaplanlara inek ve tavukların canlı halde yem olarak atılması ziyaretçilerin beğeniyle izlediği bir gösteridir. Ancak bu manzaraların medyaya yansımaları insan ve hayvan hakları temsilcileri tarafından büyük tepkiyle karşılanmıştır.

Günümüzde keder turizmi kavramı denince daha çok insani değerler akla gelmektedir. Örneğin, ABD Apartheid Müzesi girişinde ziyaretçiler, isteğe bağlı olarak ırksal sınıflamaya

tabi tutulmaktadır. Bu şekilde, müzeyi gerçekten bu tür ayrıma maruz kalan insanların bakış açısıyla görmeye çalışmaktadırlar. İngiltere Kraliyet Müzesinde ise turistlerin I. Dünya Savaşında kullanılan siperlerin benzerlerinde savaş sesleri, görüntüsü ve barut kokusu içinde gezdirilmektedir. Benzer bir örnekte ise John Fitzgerald Kennedy başkanlık limuzin turu, müşterilerine bir suikast anını sunmaktadır. Bu turda; 25\$ karşılığında başkanlık limuzininin benzerine binerek, başkanlık suikastını anlatan o günkü radyo programını dinleyerek, silah sesleri ve çığlıklar eşliğinde JFK 55 suikast alanı gezdirilmekte ve tur JFK'nin ölümünün açıklandığı Portland Hastanesinde sona ermektedir (Lennon ve Foley, 2000, s. 48) .

2.4 Keder Turizmi Talebi

2.4.1 Keder Turizminin Ortaya Çıkma Nedenleri

Keder turizminin ortaya çıkmasında post-modernizm ve medyanın büyük rolü bulunmaktadır.

A.Post-modernizm: Postmodernizmin, modernizmden bir kopma olduğunu savunanlar olduğu gibi modernizmin kendi içindeki bir eleştirisi olduğunu iddia edenler de vardır (Huysen, 1994, s. 108).

Postmodernizm ister sosyal kurumsal yanı ister epistemolojik yanıyla ele alınsın genelde bu hareketin Batıda ortaya çıkan aydınlanmacı felsefeye ve bizzat modernizme yöneltmiş bir eleştiri olduğunu söylemek mümkündür. Postmodernizm olgusunun, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra bilimsel ve zihinsel bilgi üretiminde Batıda yaşanan derin krizin, Aydınlanma filozoflarının genel çerçevesini çizdiği modern paradigmanın derin bir sarsıntı geçirmesi sonucu ortaya çıktığı söylenebilir (Aslan ve Yılmaz, 2001, s. 100).

Keder turizmi de kimi akademisyenler tarafından post-modernizmin ve postmodern toplumun bir ürünü olarak düşünülmektedir (Lennon ve Foley, 2000, s. 28).

Sanayi devrimi ve modernizm toplumda önemli değişikliklere yol açmıştır. Öncelikli olarak, sanayi ve bilimsel alanda yaşanan gelişmeler, bireylerin dini otoritelere olan bağımlılıklarını azaltarak; laiklik ile din arasındaki engelleri yıkmıştır. Bu durum aynı zamanda turizmi de etkilemiştir. Toplumlar, mezarlıkları saygı ve saygınlık içeren yerler olarak görürken modernizm onları kitle turizmine açarak turizm alanına dönüştürmüştür (Rojek, 1993, s. 36).

Kendini karşı-modernlik olarak da sunan post-modernizm söyleminin özelliklerini şöyle açıklayabiliriz (Odabaşı, 2004, s. 22);

- Genel geçerlik iddiası taşıyan önermeleri reddetmesi.
- Her alanda çoğulculuğun ve parçalanmanın kabul edilmesi.
- Farklılığın ve çeşitliliğin, vurgulanıp, benimsenmesi; Gerçeklik ve doğruluk anlayışlarının tartışılmasına yol açması.
- Mutlak değerler anlayışı yerine yoruma açık seçeneklerle karşı karşıya gelmekten çekinmemek, korkmamak ve güvensizlik duymamak.
- Gerçeği; olabildiğince yorumlamak, belli bir zaman ve mekânın sözcüklerini kullanmak yerine gerçekliği kendi bütünlüğü ve bağımsızlığı içinde anlamaya çalışmak.
- İnsanı ruh-beden olarak ikiye bölen anlayışlarla hesaplaşmak. Tek ve mutlak doğrunun egemenliğine karşı çıkmak.

Postmodernlik, gelişen teknoloji sayesinde zaman ve mekân arasında yakınlaşma, modernliğe duyulan endişe ve eğitime verilen önem gibi başlıca özelliklere sahiptir (Aliağaoğlu, 2004, s. 55). Keder turizmi post-modernizmin bir parçası olarak görülmektedir. İfade edildiği gibi modernizme karşı oluşan güvensizlik sonucu ortaya çıkmıştır. Titanik Gemisi için hiç batmaz denmesi ve daha sonra batması bu güvensizliğe somut bir örnektir. I. ve II. Dünya Savaşları, Nazi toplama kampları, Hiroşima ve Çernobil faciasının yaşanması, toplumların modernizme ve onun getirdiği düşüncelere karşı endişe duymasına neden olmuştur. Sonuç olarak her şeyde olduğu gibi turizm sektöründe de değişim başlamış, geleneksel kitle turizmi farklılaşarak kongre turizmi, eko-turizm, kültürel turizm gibi çeşitli kategoriler oluşmuştur.

B.Medya: Kitle iletişim teknolojilerinin gelişmesine paralel olarak keder turizmi alanlarının tanınırlığı artmıştır (Lennon ve Foley, 2000, s. 16). Medya sadece günümüzdeki olayları değil geçmişte yaşananları da topluma taşıyarak o konuda ilgi uyandırır. Bu durum söz konusu turizm ürününe olan arz ve talebi büyük oranda artırabilmektedir. Bu nedenle keder turizmi ve medya arasında önemli bir bağ vardır (Kaya, 2006, s. 56).

Kitle iletişim araçları sayesinde tarihi olaylar, anıtlar, anma törenleri hakkında önemli tarihlerde yayınlar artmaktadır. Örneğin Titanik Gemisi'nin battığı 14 Nisan tarihinde dergi ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarında bu tarihi olay tekrar hatırlatılıp işlenir. Yine

Türkiye’de özellikle 18 Mart’ta ve 24–25 Nisan tarihlerinde kitle iletişim araçları tarafından ulusal ve uluslar arası boyutta Gelibolu Yarımadası ile ilgili yayınlar, haberler, filmler yoğun olarak işlenmekte ve sunulmaktadır. Bu durum eğer olayın yaşandığı tarih açısından mümkünse o döneme şahit olanlar tarafından tekrar yaşanmış, o dönemde yaşamayanlar içinse canlandırma yoluyla hatırlatılmış olur.

2.4.2 Keder Turizmi Talebine Etki Eden Faktörler

Keder turizminin sorgulanmasındaki ilk odak noktası, insanları ölüm veya trajedinin gerçekleştiği bu yerleri görmeye sevk eden istekleridir. Aynı zamanda turiste dair ipuçları ile turist arzularını bilimsel olarak adlandırmak, çeşitlendirmek ve kategoriye sokmak her zaman tercih edilen bir yöntemdir. Böylelikle turist talebine dair tahminlerde bulunmak ve turiste bu yönde hizmet veya ürün sunmak daha güvenlidir.

Keder turizmi arzı ile ilgili analiz yapabilmek için öncelikle turist keder turizmi ürününe olan tavır ve talebi hakkında araştırma yapılması önerilmektedir. Gerçekten de bu fenomenin anlaşılması turist eleme ve sorgulama yapılarak keder turisti şeklinde adlandırılması açısından çok önemlidir. Bu nedenle keder turizmindeki turist motivasyonunu anlamak ve ayırıştırma yapmak gerekmektedir (Stone, 2006, s. 146). Diğer turizm türlerinde olduğu gibi keder turizminde de turizm arz koşullarının geliştirilmesi için talebin derinlemesine incelenmesi gerekmektedir (Seaton, 1996, s. 235). Keder turizminin aslında turist destinasyon veya çekiciliklere karşı motivasyonu tanımlanan davranışsal bir olgu olduğu ileri sürülmektedir. Yine de, Seaton’un talep odaklı bu bakış açısı, keder turizmini kısıtlar. Sonuç olarak keder turizminde tahrik edici olanın arzın çekiciliğinin mi ya da tüketici-talebinin mi olduğu kesin değildir demektir. Böylece bu olgunun anlaşılması için öncelikle önemli olanın arz - talep faktörlerinin anlaşılması olduğunu vurgulamaktadır (Sharpely, 2005, s. 217).

Keder turizmi ürün motivasyonunun her yerde karmaşık olduğu ifade edilmektedir. Özellikle tüketicinin keder turizmi tecrübesi, ölümün anlamı ve çağdaş toplumdaki ölüm inancıyla alakalıdır (Stone, 2006, s. 146).

Dolayısıyla öncelikle yapılması gereken tüketici talebinin sorgulanmasıdır. Çünkü keder turizmi arzı zaten son derece açıktır. Keder turizmi tedarikçilerinin çeşitliliği, bu turizm ürünlerini ziyaret eden ve tüketen turistlerin de çeşitliliğini gösterir. Yine de sistematik olarak

en önemli soru, insanların neden bu tür destinasyonları ziyaret ettiğidir. Keder turizmi arzını belirlemede, ziyaretçi potansiyeli ve keder turizmi tecrübeleri yardımcı olacaktır.

Keder turizmi talebi, özellikle kültür, sosyo-kültürel yapı, ölüm ve hüzne yakından tanıklık etme arzusu, anma vb.. nedenlerle oluşmaktadır. Keder turizmi kavramı ve ürünleri çok çeşitli olduğu için turistin bu tür bir turizm çeşidini tercih etme nedenleri de oldukça karmaşık ve belirsizdir. Ancak keder turistinin yaşadığı tecrübe ve kendinde uyanan duygular, tercih etme nedenleri hakkında bizlere ipuçları vermektedir. Turistin Keder turizmini tercih etme nedenleri aşağıda sınıflandırılmaya çalışılmıştır.

- **Kişisel Miras**

Bu konuda en fazla üzerinde durulan neden kişisel mirastır. Bu motivasyon çeşidinde, kişisel miras destinasyonlarının ziyaret edilmesindeki teşviklerde büyük rol oynamaktadır. Örneğin savaş alanları turizmine yoğunlaşacak olursak burada etkili olan faktör özellikle kültürel ve ahlaki zorunluluktur, yani bu ziyaret sayesinde ‘hac’ gibi manevi bir vazife yerine getirilmiş olacaktır (Thanatourism and Dark Tourists, 2012). Bu tür ziyaretçi motivasyonunda ziyaret edilen yerde akraba veya ataların olması Çanakkale Savaşı’nda olduğu gibi bu ziyareti kişisel miras haline getirmektedir.

Ayrıca bu tür motivasyonla ziyarette bulunan ziyaretçi kendini ‘temsilci ziyaretçi’ olarak görmekte ve ayrıca orada fiziksel anlamda bulunamayanlar adına da saygı gösterme görevini yerine getirdiğini hissetmektedir. Örneğin Gana’daki Köle Zindanları’nı ziyarete gelenler kendilerini turistten çok tarihe ve hacca tanık olan ziyaretçiler olarak görürler. Sonuç olarak keder turizminin gerçekleştirilmesi gereken kişisel bir miras olarak görülmesi keder turizmi destinasyonlarının ziyaret edilmesini sağlayan en önemli faktörlerdendir (Thanatourism and Dark Tourists, 2012).

- **İnanmak İçin Görmek**

Keder turizmi destinasyonlarını ziyaret etme nedenleri arasında ‘inanmak için görmek’ motivasyonu son derece yaygındır. Turistler bu yönlü motivasyonla keder destinasyonunda yaşanan trajediyi doğrulamak büyüklüğünü ve şiddetini ölçmek amacındadırlar. Bu şekilde hem bilgi edindiklerini hem de içselleştirilmiş bir anlayışla destinasyonu ziyaret ettiklerini düşünürler. Bu tür bir motivasyon bazen kişisel veya kültürel miras olarak da doğabilmektedir. Sonuç olarak keder turizmi için önemli bir motivasyon çeşididir.

- **Bağımsız İlgi**

Bu motivasyon çeşidi eğitim için veya ün kazanmış bir destinasyonu ziyaret ya da rekreasyonel faaliyet amacıyla gerçekleştirilir. Ayrıca savaş stratejisi ve lojistiğine yoğun ilgi duyan kişiler örneğin savaş alanlarını sadece bu nedenle bile gezmek isteyebilmektedirler. Bu kişiler çağdaş toplumun alt tabakasında büyüyen savaş meraklısı kişilerdir ve bu kişiler ölüme değil sadece savaşa olan ilgilerinden keder destinasyonlarını ziyaret etmek isterler.

Bu motivasyon şeklinde, ayrıca kişinin keder destinasyonu hakkında tarihsel bağlam açısından bilgi edinme ve anlama isteği vardır. Örneğin bir Nazi toplama kampında, ziyaretin eğitim yönü, en önemli motivasyonlardan biridir.

Kwai Nehri üzerindeki Ölüm Rayları ile ilgili olarak bazı turistler duygusal ve kültürel nedenlerle, küçük bir kısmı ise rekreasyon amacıyla tarihsel olarak gerçek bir bilgiye sahip olmaksızın garipliğe tanıklık etmek amacıyla nehri ziyarette bulunurlar. Bu özel durum keder alanları ile ilgili bilginin önemini vurgulamaktadır. Bu durumda bu alandaki rekreasyonel turizmin, turistlerin keder olayı ile ilgili yeterli bilgiye sahip olunmaması nedeniyle ortaya çıktığını söyleyebiliriz (Thanatourism and Dark Tourists, 2012). Bilgi eksikliği nedeniyle, turistler keder destinasyonundan habersiz olabilmektedir. Örneğin doğa temelli turizm sırasında aynı zamanda keder turizmi destinasyonlarının da tanıtılması bu bağlamda faydalı olacaktır.

Bu nedenle turistik motivasyonlarda keder destinasyonu ile ilgili mevcut bilgilerin de önemli olduğunu tespit edebiliriz. Motivasyonlar çeşitlidir ve destinasyonun pazarlama çabaları ve yönetim şekli motivasyon oluşturmada çok etkilidir. Bağımsız ilginin oluşabilmesi için yeterli tanıtım ve bilgilendirme yapılarak keder destinasyonu hakkında en azından hatırlatmalarda bulunmak yararlı olacaktır.

- **Ölüm Yansıması**

Diğer bir ziyaret motivasyonu ise ölüm yansımasıdır. Yani insan son derece korktuğu ancak yaşamaya mecbur olduğu bu durumu güvenli bir şekilde izleme yoluna gider. Bu da keder turizmiyle mümkün olur. İnsanlar melankonik bir yaklaşımla azraile tanıklık etmek isterler (Stone, 2011, s. 693). Keder turizmi destinasyonunu ziyaret ederek, örneğin bir zindanda kölelerin nasıl ölümlerle mücadele ettiklerini veya nasıl cezalandırılarak ne şekilde öldürüldüklerini öğrenerek, canlandırarak, bizzat yerinde görerek o duygu ve atmosferi

yaşamak isterler (Stone ve Sharpley, 2008, s. 577). Özellikle modern toplum etkisiyle insanların ölüm gerçeğinden uzaklaşması kimilerini keder destinasyonlarını ziyaret edip manevi huzura kavuşmaya yönelttiği gibi kimilerini de bu tür destinasyonlardan git gide uzaklaştırmaktadır. Örneğin, Van depremi felaket bölgesi bu felaketten kısa bir süre sonra ziyaretçi akınına uğramıştır. Bu ziyaretlerdeki asıl amaç genellikle yıkılan binaları bizzat görüp insanın doğa karşısındaki acizliğini bir kez daha akla getirerek ölümü ziyaretçi canlandırmaya neden olur.

Keder turizmi için farklı tipolojiler geliştirilmiştir. Bütün keder turizm çeşitleri bu tipolojiler içinde yer almasa da savaş alanları turizmi bu tipolojilerde yer alan çekiciliklerden biri üzerine kurulmuştur.

2.5 Keder Turizmi Arzı

Keder turizmi kavramını açıklarken bahsettiğimiz Steaon'un (1999, s. 240) beş gruptan oluşan tipolojisinde, ikinci grupta kitle veya bireysel ölüm alanlarını görmeye yönelik bir hareket söz konusudur. Bu hareketlerden biri de savaş alanlarına yönelme şeklindedir. Seaton olaya isteklendirme açısından bakarken, Stone, arza önem vermektedir. Stone'a göre turist bir alana yönelişinde turistik sahanın özellikleri motivasyondan daha önemlidir (Stone 2006, s. 146). Ona göre keder turizminde mevcut keder farklı yoğunluk ve ölçüde gerçekleşmektedir. Stone'un tipolojisi yedi farklı gruptan oluşmaktadır. Bu gruplar keder ve eğlence fabrikalarından (Dark Fun Factories), Romanya'da Drakula parkı gibi, soykırım keder kamplarına (Dark Camps of Genocide) kadar değişik çeşitliliktedir. Keder çekişme alanları (Dark Conflict Sites) veya savaş alanları onun tipolojisinde bir başka grubu oluşturmaktadır (Aliağaoğlu, 2008, s. 90).

A. Keder ve Eğlence Fabrikaları

Keder ve eğlence fabrikaları, ağırlıklı olarak eğlence odaklı ve ticari etiğe sahip gerçek veya kurgusal ölüm ya da ürkütücü olayların sunulduğu sitelere, çekim yerlerine ve turlara verilen isimdir. Eğlence yanıyla keder turizminin en hafif kısmını temsil eder. Aslında keder ve eğlence fabrikaları keder turizmi ürünü olarak sunulur, ancak keder turizmini temsil bakımından alt sıralardadır. Örneğin Zindan konsepti Avrupa'da oldukça yaygındır. Londra Zindanı'nda dostane bir yaklaşımla ancak dehşet verici ve son derece görsel bir şekilde Kara Ölüm veya Karın Deşen Jack gibi hikayeler anlatılarak sosyal yönden kabul edilebilirliği mümkün olan ürünler sergilenir böylece ölüm ve acı duygusunun ziyaretçiler tarafından hissedilmesi amaçlanır (Stone, 2006, s. 156).

Türkiye’de Antalya’nın Kemer ilçesindeki Avrupa’nın en büyük ‘Derin Korku Temalı Parkı’ Seaton’un ‘keder ve eğlence fabrikalarına örnektir. Bu parkta zombiler, vampirler ve eli testereli katiller ziyaretçileri karşılamakta, çok sayıda dinazor maketi sergilenmektedir. Yapımı bu yıl tamamlanan parka yıllık yaklaşık 300 bin turistin gelmesi beklenmektedir (Korku Parkı, 2012).

B. Keder Sergileri

Keder sergileri, eğitimsel ve öğrenme potansiyeli sunan ürünlerin bir karışımıdır. Keder ve eğlence fabrikaları bahsettiğimiz gibi daha çok ticari ve heyecan amacıyla yapılmaktadır. Keder Sergileri ise ölüm, acı ve dehşeti sunarken içerisine eğitimsel temalar ve yansıtıcı mesajlar da eklenmektedir (Stone, 2006, s. 153). Bu nedenle Keder Sergileri daha çok bilgi edinme amacıyla ziyaret edilir.

Keder Sergileri olayın gerçekleştiği yerden uzakta teşhir edilir. Amerikan Tarihi Smithsonian Müzesi 11 Eylül terörist saldırısı görüntüleri ve eserlerini sergilediği ve “11 Eylül: Tarihe Tanık Olma” adını verdiği için diğer keder ürünlerinden ayırarak sadece saldırı ile ilgili 45 parça nesnenin teşhir edildiği bir keder sergisi buna örnektir (Stone, 2006, s. 153). Türkiye’de Iğdır Soykırım Anıtı Müzesi örnek verilebilir.

Keder Sergisi’ni popüler yapan başka bir neden de ‘Vücut Dünyası’ sergileridir, bu sergi çeşidinde gerçek insan vücudu sergilenmektedir ve dünya çapında on yedi milyonun üzerinde ziyaretçi anatomik incelemeler amacıyla bu ziyaretlerde bulunmaktadır. Plastinasyon yöntemiyle korunan vücutlar özellikle sağlık, anatomi ve fizyoloji eğitimi alan ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir. Doğal olarak eğitim amaçlı olduğu şüphesizdir, ancak bu sergilerin ticari boyutu yani insan vücudunun ticari amaçla kullanılması ve bir nevi eğlence içeriyor olması etik açıdan tartışılmaktadır (Lehn, 2006, s.223).

C. Keder Zindanları

Keder Zindanları tarihte mahkûmların yaşadığı, cezalandırmaların gerçekleştirildiği ve adliyelerin yer aldığı keder destinasyonlarındandır. Keder Zindanları eğlenceli ve öğretici bir ürün kombinasyonudur ve nispeten ticari yönü ve turizm alt yapısı daha ağır basar. Ayrıca daha çok keder destinasyonu amacı olmayan yerlerde yer alırlar. Keder Zindan’larının diğer keder destinasyonlarına göre daha planda olduğu söylenebilir (Stone, 2006, s. 154).

Keder Zindan'larını ziyaret edenler kimi zaman atalarının nasıl kötü muamelelere maruz kaldıkları, cezalandırıldıklarını ve idam edildiklerini bu sayede görebilmektedirler. Ayrıca bu zindanların keder turizmi pazarına sunulmaları için Keder Eğlence Fabrikaları ya da Keder Sergileri gibi görselliğe ihtiyaçları yoktur. Örneğin cezanın kesildiği mahkeme, mahkumun tutulduğu hücre ve infazın gerçekleştirildiği yeri görebilen ziyaretçi tatmin olmaktadır.

D. Keder Türbeleri

Keder türbelerinin diğer türbelerden farkı gerçekleşen ölümün yakın tarihe ait olmasıdır. Keder turizminden bahsederken de meydana gelen olayın yakın tarihte gerçekleşmesi gerekliliği üzerinde durmuştuk. Keder Türbeleri'ni bir turizm ürünü olarak görmek de zordur. Çünkü ölümün gerçekleştiği tarih itibariyle ilerleyen zaman içerisinde talep azalmakta, yazılı ve sözlü medyanın konudan uzaklaşmasıyla ziyaretçi ölüm olayını unutmaktadır. Genellikle kurbanla herhangi bir yakınlığı olmayan ziyaretçi olayın meydana geldiği yere resim ve çiçek bırakır, mum yakar veya onun için yazdığı yazı veya şiirleri takdim eder.

Örneğin, 1997 yılında Prenses Diana'nın öldüğü yol kazanın meydana geldiği dönemde ziyaretçi akınına uğramıştır. Ancak olayın üzerinden zaman geçtikçe ziyaretçi sayısı da azalmıştır (Stone, 2006, s.155).

E. Keder Turizmi Ölüm Alanlar

Keder Dinlence Yerleri, mezar veya mezar işaretleri üzerine yoğunlaşan keder turizmi ürün çeşididir (Seaton 2002, s. 73). Keder Dinlence Yerleri etrafında artan altyapı inşası ile başta dernek grupları, internet kullanımı ve bu yönde yapılan rehber turları aracılığı ile yaşam kavramı ölüm olgusuyla büyülenir ve belki de karanlık ve aydınlık yönleriyle keder turizmi kavramının merkezinde yer alır. Bunla birlikte Keder Ölüm Alanları ürününün ana özellikleri tarih merkezli olması, koruma ve hatıra etiğine dayanmasıdır. Bu nedenle Avrupa'daki Önemli Mezarlıklar Derneği'ne göre mezarlıklar kültürel mirasın bir bileşenidir ve bu mezarlıkların tarihi veya sanatsal önemi muhafaza edilmelidir (Meyer and Peters, 2001, s. 5).

Nitekim, Keder Dinlence Yerleri'nin çok miktarda olmasının nedeni romantik ve gotik mimari ve heykellerin korunması; mezar taşı, türbe ve anıtmezar bakımlarının gerçekleştiriliyor olmasıdır. Örneğin Paris Pere Lachaise'deki ünlü mezarlık yılda iki milyonun üzerinde ziyaretçi almaktadır (Stone, 2006, s. 155).

Keder Ölüm Alanları her ne kadar huzura erme ve ölenleri anma fırsatı sunsa da Keder Tedarikçileri giderek daha ticari ve eğlence temelli etiğe dayanmaya başlamıştır. Özellikle Hollywood merkezli ‘Dearly Departed’ turları konusunda internet siteleri ve medya yoluyla ölümün ve ölünün gündeme getirilmesi bu destinasyona olan ziyaretçi ilgi ve sayısını artırmaktadır (Stone, 2006, s. 155)

Sonuç olarak Keder Dinlenme Yerleri sevilen ve kaybedilen kişiyi anma ve saygı gereği bulunmak istenilen keder destinasyonlarıdır. İnsanlar aynı zamanda tabiat ve yerel tarihi hissederek ve öğrenerek rahatlama ve dinlenme amacıyla burada bulunurlar. Asıl amaç yas tutulması ile birlikte aynı zamanda toplum yaşamı ve rahatını geliştirmektir.

F. Keder Turizmi Savaş Alanları

Bu tür savaş bağlantılı aktiviteler, site ve destinasyonlar, turizm pazarının büyük bir kısmını teşkil eder (Smith, 1998, s. 203). Bu kategori potansiyel turizm ürünü olarak savaş ve savaş alanlarının metalaştırılmasını içerir. Bu destinasyonlar aslında eğitici ve hatıra odaklıdır. (Stone, 2006, s. 156). Savaş alanları ünlü veya çok sayıda insanın ani ve şiddetli ölümüne maruz kaldığı yerlerin ticari maksatla geliştirildiği alanlardır (Aliağaoğlu, 2008, s. 90).

Birinci Dünya Savaşı tur ürünleri, diğer savaş alanlarının keder turizmi konusundaki potansiyeli bakımından fark edilmesini sağlamıştır. Örneğin, Solomon Adaları’ndaki Guadalcanal Savaşı, İkinci Dünya Savaşı dönemlerinde gerçekleşmiştir ve tatil güzergahı üzerinde kurulu olan bir sitedir (Stone, 2006, s. 156).

G. Keder Turizmi Soykırım Kampları

Soykırım kampları; Stone (2006, s.157) tarafından ileri sürülen keder turizmi tipolojisinin soykırım, vahşet ve felaketin yaşandığı en karanlık kısmını temsil eden bir ürün çeşididir. Neyse ki, soykırım kampları çok yaygın değildir ancak Ruanda, Kamboçya ve Kosova gibi bazı ülkelerde mevcuttur. Bu yerler turizm tüketimi için var olmasına rağmen oldukça ürkütücüdür. Turistlerin bu ölüm köşklerini gezmesi onlar için nihai duygusal deneyim sağlar (Keil, 2005, s. 484). Eğitim ve anma merasimlerine çevrelenen bu keder ürünü, Keder Sergileri’nin aksine olayın gerçekleştiği yerde teşhir edilir. Bu kamplarda acı ve eziyet içerisine yüksek derecede siyasi ideoloji katılarak anlatılır (Stone, 2006, s. 157).

Nazilerin ırkçı politikası sadece Yahudileri etkilememiş 6 milyonun üstündeki Yahudi kurbanın yanı sıra 100.000 ile 200.000 arasında Çingene eziyet görüp katledilmiştir. Ari ırktan olmayan diğer kurbanlar arasında Ruslar ve Slavlar da vardır. Ayrıca 200.000’den fazla

bedensel ve psikolojik engelli Alman da ünlü "Ötenazi Programı"nın bir parçası olarak sistematik bir şekilde öldürülmüşlerdir. 'Holocaust' (Holokost) sözcüğü (Yunanca 'bütün' anlamındaki 'holos' ve 'yanık' anlamına gelen 'kaustos' tan) Nazilerin II. Dünya Savaşı'nda, 6 milyon civarında Yahudi'ye yaptığı sistematik soykırımın tercih edilen adı olmuştur (Holokost Nedir?, 2012).

2.6 Türkiye'den Keder Turizmi Örnekleri

2.6.1 Anıtkabir

Anıtkabir, Anıt Bloku ve Barış Parkı'nı içine alan 750.000m²'lik bir alan üzerine kurulmuştur (Taylak, 1998, s. 58). Anıtkabir'in inşaatına 9 Ekim 1944 günü saat 10.00'da görkemli bir temel atma töreni ile başlanmıştır. Anıtkabir'in inşaatının dört aşamada tamamlanması planlanmış ve inşaat 1 Eylül 1953'te bitirilmiştir. Giriş yolunun iki yanı aslan heykelleri ve meşalelerle süslüdür. Zafer alanı, yolu asıl anıta bağlayan bölümdür; çevresinde sekiz kule vardır ve her birine Kurtuluş Savaşı ile ilgili bir ad verilmiştir. 20 metre yükseklikte ve 30 metre genişlikteki şeref salonunun gerisindeki pencerenin önünde lâhit yer alır. Atatürk'ün asıl mezarı, bu simgesel lâhdin tam altındadır (Atatürk ve Ankara, 2012).

Anıtkabir için yapılan heykel ve kabartmaların konuları, Kurtuluş Savaşı ve Cumhuriyet tarihimizden ve Atatürk'ün hayatından seçilmiştir (Taylak, 1998, s. 58).

Anıtkabir ve bağlı birimlerinin hizmete açık tutulmasında; Atatürk'ün aziz hatırasını canlı tutma, yaşamı ve dünya görüşünü anlatma, tanıtmaya, sevdirmeye ve benimsetmeye amacıyla Anıtkabir'de sergi düzenlemesi, sinevizyon gösterimi, Atatürk ve Türk Devrimi Kütüphanesi, Atatürk Belgeliği, konferans düzenlenmesi gibi kültürel faaliyetler icra edilmektedir (Genelkurmay Başkanlığı, 1994, s. 92).

Tablo 2.1 Anıtkabir'de Yıllık Ziyaretçi Sayısı

2007	12 milyon 660 bin
2008	6 milyon 50 bin
2009	9 milyon 56 bin
2010	5 milyon 650 bin
2011	3 milyon 900 bin

(Kaynak: Genelkurmay Başkanlığı, 2012)

Tablo 2.1'e baktığımızda Anıtkabir ziyaretçi sayılarının her yıl giderek azaldığını görmekteyiz. Ramazan Bayramının Zafer Bayramı tatiline rastlaması gibi son yıllarda resmi tatillerin üst üste denk gelmesi düşüşün nedenlerinden olabilir. Ancak bu durum sert düşüşün nedenlerinden sadece biri olabilir diyebiliriz.

2.6.2 Dolmabahçe Sarayı

Dolmabahçe Sarayı, otuz birinci Osmanlı padişahı Sultan Abdülmecid (1839-1861) tarafından yaptırılmıştır. İnşasına 13 Haziran 1843 tarihinde başlanan Saray, çevre duvarlarının tamamlanması ile birlikte 7 Haziran 1856 tarihinde kullanıma açılmıştır. Dolmabahçe Sarayı, hizmete açıldığı 1856 yılından, halifeliğin kaldırıldığı 1924'e kadar aralıklarla 6 padişaha ve son Osmanlı Halifesi Abdülmecid Efendi'ye ev sahipliği yapmıştır. 1927- 1949 yılları arasında Saray, Cumhurbaşkanlığı makamı olarak kullanılmıştır (Dolmabahçe Sarayı, 2012). Bu tarihlerde saray yabancı konukların ağırlandığı yerlerden biri olmuş; Atatürk de yaşamının son yıllarını Dolmabahçe Sarayı'nda denize bakan 71 numaralı odada geçirmiş ve burada vefat etmiştir (Temel Britannica, 1992, s.290).

Günümüzde, Milli Saraylar Dairesi'ne bağlı bir müze ve kültür merkezi olan sarayın tüm birimleri ziyarete açıktır. Girişte kültür bilim tanıtım merkezi, saraylarla ilgili konularda çeşitli gösterilerin sergilendiği bir salon, sergi ve toplantı salonları, iki tane "değerli eşyalar salonu" ve bir sanat galerisi bulunmaktadır. (Temel Britannica, 1992, s.290).

Dolmabahçe Sarayı'nı elbette başlı başına bir keder destinasyonu olarak nitelendirmek doğru olmaz. Çünkü saray aynı zamanda 6 padişaha ve son Osmanlı Halifesi Abdülmecid Efendi'ye ev sahipliği yapmıştır ve diğer makamlarca da kullanılmış olmasıyla tarihe ışık tutar niteliktedir. Sarayı ziyarete gelenler salon, oda, harem gibi tarihe tanıklık eden mekanları görebilme imkanı elde ederken aynı zamanda Mustafa Kemal Atatürk'ün hayata veda ettiği oda ve yatağı bizzat görerek üzücü hadisenin meydana geldiği anı gözlerinde canlandırma imkanı bulurlar. Dolmabahçe Sarayı'na yaptıkları bu ziyaret, aynı zamanda Atatürk'e duydukları sevgi ve saygının bir göstergesi gibidir. Gerçekleştirdikleri bu ziyaretle bir görevi yerine getirdiklerini düşünerek huzura varırlar.

Dolmabahçe Sarayı ziyaretleri 1 Haziran 2009 tarihinden itibaren randevulu olarak yapılmaktadır. Sergilenen eşyaların korunması ve daha kaliteli bir gezi hizmeti sunmak amacıyla alınan kararlarla günlük ziyaretçi sayısı 3.000 kişi ile sınırlanmıştır (Dolmabahçe Sarayı, 2012).

2.6.3 Tarihi Sinop Cezaevi

Tarihî Sinop Kapalı Cezaevi, bir dönem "Anadolu'nun Alkatrazı" tabiri ile de tanınan ve 1999 yılında kapatılarak müzeye çevrilen cezaevidir. Tarihi eskilere dayanan yapı, şiirlere, şarkılara konu olmuştur (Tarihi Sinop Cezaevi, 2012).

Tarihi kayıtlarda Sinop Kalesi içinde bulunan ve 1214'te Selçuklu Sultanı I. İzzettin Keykavus tarafından tersane olarak yaptırılan İç Kale'nin, 16. Yüzyıl'dan (1568'den) itibaren zaman zaman zindan olarak kullanıldığına dair bilgiler vardır. Nitekim Sinop'u 1640 yılında ziyaret eden Evliya Çelebi kale içindeki cezaevi ile ilgili olarak izlenimlerini şöyle anlatmıştır: "*Büyük ve korkunç bir kaledir. 300 demir kapısı, dev gibi gardiyanları, kolları demir parmaklıklara bağlı ve her birinin bıyığından 10 adam asılır nice azılı mahkûmları vardır. Burçlarında gardiyanlar ejderha gibi dolaşır. Tanrı korusun, oradan mahkûm kaçırtmak değil, kuş bile uçurtmazlar*".(Yılmaz, 2009, s. 6).

18.Yüzyıl'a gelindiğinde Sinop'ta sadece kale değil, Sinop şehrinin kendisi de mahkûm edilenlerin en önemli sürgün yerlerinden biri olmuştur. Bir diğer ifade ile şehrin bizzat kendisi cezaevi görevi üstlenmiştir (Şen, 2007, s. 27). Sinop hapishanesinin kuruluş yerinden kaynaklanan bazı özellikleri ile kaçılması imkânsız bir yer olarak tanınmıştır. Burayı, ABD'de San Fransisco yakınlarındaki bir ada üzerinde bulunan ve birçok filme konu olan ünlü Alcatraz hapishanesine benzeterek, "*Anadolu'nun Alcatraz*"ı olarak tanımlayanlar da vardır. Sinop Cezaevi'ni "*girilir, ama çıkılmaz*" yapan bu şöhretin temelinde cezaevi ve onun bulunduğu yer gibi önemli rol oynamıştır (Yılmaz, 2009, s. 6).

Eski Cezaevi binası; iki katlı olup, geniş U şeklinde, kesme taştan yapılmış, çok sayıda penceresi olan bir yapıdır. Her bölümü yüksek avlu duvarları ile birbirinden ayrılmış bulunan üç bölümden oluşmaktadır. Yapıda 28 koğu bulunmaktadır. Cezaevinde ana binadan ayrı olarak binanın güneydoğu cephesinde cezaevi ile aynı zamanda yapılan bir hamam, kuzey cephesinde kalan bölümde 1939 yılında yapılan Çocuk İslahevi ve İçkale'yi oluşturan kuzey-güney konumlu surun doğu cephesine bitişik atölyeler bulunmaktadır (Tarihi Cezaevi, 2012).

Kırım Hanı Devlet Giray, Sabahattin Ali, Refik Halit Karay, Mustafa Suphi, Ahmet Bedevi Kuran, Ruhi Su, Burhan Felek, Zekeriya Sertel bu cezaevinde yatmış bazı isimlerdir. Cezaevini anlatan şiirler Sabahattin Ali'nin kaleminden de çıkmış ve bunlardan "Aldırma Gönül" popüler olmuştur (Tarihi Sinop Cezaevi, 2012).

1996 yılında tamamen boşaltılan Eski Cezaevi, günümüzde Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ziyarete açık durumdadır (Tarihi Cezaevi, 2012).

2.6.4 Iğdır Soykırım Anıtı ve Müzesi

Iğdır ve köyleri 1915-1920 yıllarında Ermeni katliamlarına en yoğun maruz kalan bölgelerden biridir. O dönemde Iğdır halkının büyük bir kısmı (seksen binden fazla) katledilmiş, sağ kalanlar ise kendi yurtlarını terk etmek zorunda kalmıştır. Bu nedenle "soykırım" anıtının Iğdır' da yükseltilmesi doğal bir talepten ileri gelmektedir. Iğdır "soykırım" Anıtı, şimdi Türkiye'nin en yüksek anıtı olup, yüksekliği 43.50 m'dir (Gezilecek Yerler, 2012).

Yapımına 1 Ağustos 1997 tarihinde başlanmış ve 5 Ekim 1999 tarihinde hizmete girmiştir. Anıt inşaatında Türkiye'nin farklı illerinden getirilen mermerler kullanılmıştır. Ancak taşların eskimesi üzerine restorasyona tabi tutularak 2005 yılında yeniden ziyaretçilere ücretsiz olarak açılmıştır. Yıllık olarak yaklaşık 6500 - 7000 ziyaretçi müzeyi gezmektedir (Genel Bilgiler, 2012).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

A. WATERLOO VE GELİBOLU YARIMADASI TARİHİ MİLLİ PARKI

3.1 Savaş Alanları Turizmi

Seyahat, her yolcu için farklı bir anlam taşır. Örneğin bir çocuk Disneyland'a gitmeyi hayal ederken, fanatik bir rock hayranı Abbey Road grubu için Londra'ya gitme arzusu içerisinde. Bu destinasyonlar, hepsi için farklı bir mistik hava ve duygusal derinlik taşır (Hyde ve Harman, 2011, s. 1343). Savaş alanları turizmi de böyledir. Savaş, genellikle mantıktan yoksun fakat çelişkili bir katliam şeklidir. İnsanoğlundaki hırs ve daha rahat yaşam isteği, çoğunlukla kurbanların verildiği şiddet ve kanla sonuçlanan mücadeleye dönüşür. Savaş döneminde yaşama hırsı öldürme ve yaralamaya teşvik ederken barış zamanında insan yaşamı ulusal yasalarca yüceltilerek mahkemelerce korunur. İnsanlar yakınlarını, atalarını, silah arkadaşlarını anmak onlara saygı göstermek ve hatta bir nevi hac vazifelerini yerine getirmek amacıyla savaş alanlarını ziyaret etmek istemektedirler. Sebepler çok çeşitli olsa da ulaşım kolaylığının etkisiyle de savaş alanları turizminin son yıllarda oldukça talep gördüğü açıktır.

Savaşın nihai paradoksu, savaş ıstırabının sükunete yol açtığı, bir zamanlar son derece tehlikeli olan yerlerde turistin özgürce dolaşabilmesidir. Bir zamanlar savaşılan noktalarda ziyaretçiler sorular sorarak ve savaş anlarını gözlerinde canlandırarak üzüntü duyar ve hatta bazen hoşnutluklarını dile getirirler (Prideaux, 2007, s.18).

Turizm endüstrisi için yeni cazibe alanları aranmaktayken, savaş alanlarını ziyarete olan ilgi, savaş alanları turizmi diye yeni bir olguyu meydana getirmiştir. Savaş alanları turizmi önceki bölümlerde de bahsettiğimiz gibi keder turizminin bir alt bileşenidir.

Son yıllarda yapılan incelemelere göre askeri mirasın turizmdeki rolü hızla büyümektedir. Savaş alanları, kaleler, askeri müzeler savaş alanları turizminin başlıca çekiciliklerindedir. Keder turizm ürünlerinin en karanlık ve en aydınlık uç noktaları arasında, savaş alanları en karanlık uç noktasında bulunmaktadır. Bu turizm çeşidi, yüksek ölçüde politik etki ve ideolojinin varlığı, eğitim yönelimli yani ders verici ve tarih merkezli oluşu ile dikkat çekmektedir (Winter, 2011, s. 164).

Savaş alanları, diğer turizm destinasyonlarına göre ziyaretçide derin duygular yaratır. İnsanoğlunun komşularıyla barış içerisinde yaşama konusundaki yetersizliğini savaş alanları

en etkili biçimde anımsatmaktadır. Ayrıca sahip olmadıklarını zorla alma isteği ulusların bencilliğinin bir ifadesidir. Savaş alanları aynı zamanda geçmiş hatırlatan ve bazıları için ulusal gururun veya utancın doğduğu yerlerdir. Savaş alanlarının önemi ulusal kimlik, siyasal yapı, özgürlük arayışı ve yenilginin hatırlanması gibi genellikle çok yönlü bir yapıya sahiptir. Savaş alanları galip gelenin ve mağlup olan tarafın akıbetini tüm boyutlarıyla gözler önüne sermektedir.

Savaşın uluslar üzerindeki etkisi ister ulusal sınırlar içinde veya dışında olsun ulusal kimlik çerçevesinde ifade edilebilir bir anlamı vardır. Örneğin Gelibolu mücadelesi Avustralya ve Yeni Zelanda'lılar için geçmiş savaşlar koloni düzeninden bağımsızlığa geçişin güçlü bir hatırlatıcısıdır.

Savaş alanlarının sahip olduğu çekicilikler dünya üzerinde en çok rastlanan çekiciliklerdir (Smith, 1998, s. 204). Bu çekicilikleri mekânsal ve olaysal çekicilikler olarak ayırt etmek lazımdır. Savaş meydanları, kaleler, surlar, anıt mezarlar, müzeler, ordu yolları, karargâhlar mekânsal çekicilikleri oluştururken, askeri günler, savaş yıldönümleri, kurtuluş yıldönümleri ve barış antlaşması yıldönümleri de başlıca olaysal çekiciliklerdir (Doğaner, 2006, s. 6). Keder turizminin parçası olmakla birlikte, savaş turizmi kültürel turizmin de parçası durumundadır. “Savaş turizmi [veya savaş alanları turizmi] insanların tarihsel ve güncel savaşların mekân ve kalıntılarını görmek isteğinin ortaya çıkardığı bir turizm çeşididir (Aliağaoğlu, 2008, s. 90).

‘Savaş turistleri’ nin büyük bir kısmını savaşa katılan askerler, aileleri, tarih ve askeri tarihe meraklı turistler oluşturur (Doğaner, 2006, s. 6). Keder turizminden bahsettiğimizde ziyaretçilerin ‘ölüme duyulan ilgi’ motivasyonunun katılım açısından büyük paya sahip olduğundan bahsetmiştir. Ancak savaş alanları turizmi söz konusu olunca genellikle atalara olan saygı ve manevi bir görevin yerine getirilme isteği ön plandadır. Geçmişle, ölümlerle, zafer ve yenilgiyle, dostluk ve düşmanlıkla yüzleşmek isteyen insanlar için ‘savaş alanları’ en uygun mekânlardır. Kültürünün kökenlerini araştıran insanların karşısına da kaçınılmaz olarak savaşlar çıkmaktadır. Tarihe meraklı insanlar için de tarih savaşla doludur. Başkalarının değil kendi yorumuyla savaşı anlamak isteyenlerin hedefi de savaş alanıdır. Savaş alanlarına bu duygularla hareket ‘savaş turizmini ortaya çıkarmıştır (Doğaner, 2006, s. 3–4).

Savaş Turizminin Dağılım Alanları

1-Mekânsal Çekicilikler

- Savaş Meydanları
- Kaleler
- Surlar
- Anıt Mezarlar
- Müzeler
- Ordu Yolları
- Karargâhlar
- Orduğâhlar

2-Olaysal Çekicilikler

- Askeri Günler
- Savaş Yıldönümleri
- Kurtuluş Yıldönümleri
- Barış Antlaşmaları Yıldönümleri

Türkiye’de savaş alanları turizminin gelişmesi ve kitlelerin ilgisini çeken bir turizm çeşidi olması için, Borley’in de ifade ettiği gibi, kültürel mirasın canlandırılmasına, ev sahibi toplumların değerlerinin anlatılmasına ve açık olarak yeniden ifade edilmesine ihtiyaç vardır (Borley, 1994, s. 8).

İngilizler, ölülerinin ülkelerine iadelerine karşı çıkararak Milletler Topluluğu Savaş Mezarları Komisyonu tarafından defin işlemlerini gerçekleştirmiştir. Bunun anlamı İngilizler tarafından savaş alanı ziyaretinin uzun bir yolculuk sonrası geleneksel olarak gerçekleştirilmesi isteğindedir. Savaş sonrası ilk yıllarda çoğu insan toplu halde hacı olarak atalarının şehit düştüğü yerleri ziyaret etmeye gitme geleneğine uymuştur (Winter, 2011, s.165).

Savaş alanlarını ziyaret edenler boş vakitlerini önemli faaliyetlerde bulunarak geçirme niyetiyle deniz, kum, güneş turizmi yerine kaybettikleri atalarını, akrabalarını veya arkadaşlarını anarak doldurmakla bir nevi manevi anlamda kendilerini rahatlatırlar.

3.2 Waterloo

Orta Belçika'da Brüksel'in 19 km güneyindedir. Kimya, metalürji, dokuma, besin, temel sanayi dallarıdır.

Şehir ününü İngiltere'nin ikinci başbakanı, general ve devlet adamı Dük Wellington ve 18 Haziran 1815 tarihinde gerçekleşen savaşa borçludur. Waterloo Muharebesi 18 Haziran 1815 tarihinde, Fransa İmparatoru Napolyon'un son savaşıdır (Kültür, 2001, s.164).

Waterloo genel görünümü itibariyle modern bir kasabadır. İstanbul için Kemerburgaz neyse Brüksel için Waterloo o demektir. Lüks araçların sıklıkla görüldüğü, konut fiyatlarının 500 bin ile 2 Milyon \$ arasında değiştiği Avrupa'nın pek çok yeri gibi pırl pırl sokaklarının bulunduğu ve yaya geçidinden geçmiyor olsanız dahi sürücülerin size her zaman öncelik verdiği şirin, klasik bir Batı Avrupa kasabasıdır. Waterloo'da savaş alanını temsil eden Aslan Anıtı etrafında çok sayıda restoran, otel ve dükkanlar vardır. Keder turizmi sayesinde bu küçük kasaba bir çok rekreasyon faaliyetini içinde barındırmaktadır (Visit Waterloo Belgium, 2012).

3.2.1 Waterloo Savaşı

18 Haziran 1815'te meydana gelen Waterloo Savaşı'nda Napolyon'un karşısında Wellington dükü komutasındaki İngiliz ordusu ve Mareşal Gebhard von Blücher komutasındaki Prusya ordusu vardır. Napolyon'un Rusya faciası arkasından müttefiklere yenilmesi, tahttan feragat etmesine sebep olmuştur. Waterloo Savaşı dünyadaki en ünlü ve belirleyici savaşlardandır. Aynı zamanda İmparator Napolyon'un son savaşıdır. Waterloo kasabası yakınlarında geçtiği için bu adla anılır (Kültür, 2001, s.164). Rusya dönüşünde bir türlü toparlanamayan Fransız ordusu kendisine karşı olanların (Rusya, Prusya, Avusturya, İngiltere) baskısına dayanamayınca Fransa'nın işgali kaçınılmaz olmuştur (Görsel, 1999, s. 9184). 1814'te zorunlu olarak tahtı bırakıp Elbe Adası'na çekilen Napolyon, Mart 1815'te yeniden Paris'e dönünce, Kral XVII. Lois, ülke dışına kaçır. Bu durum karlı destekleyen müttefik (İngiltere, Prusya, Avusturya ve Rusya) ordularıyla savaşı kaçınılmaz kılmıştır. Müttefik ordularının birleşmesini önlemek isteyen Napolyon, Blücher komutasındaki Prusya ordusunun üzerine, Ney komutasındaki kuvvetlerle yürür (Kültür, 2001, s. 164). 18 Haziran 1815 sabahı Fransız- İngiliz güçleri Belçika'nın Waterloo kasabası yakınlarında (5 km) karşı karşıya geldiler. Yağmurlu hava gecenin zorlaştırdığı toprak koşullarında savaş devam eder. O gün bir sonuç vermeyen savaş, ertesi gün Blücher komutasındaki Prusyalıların yardıma gelmesiyle, Napolyon'un kesin yenilgisiyle son bulmuştur. Müttefik ordularının Paris'e girişi

üzerine güneye kaçan Napolyon, burada İngilizlere teslim olmuş ve St. Helena Adası'na sürgüne gönderilmiştir (Görsel, 1999, s. 9184).

O yıllarda çoğu kederli ziyaretçi, yakınları hakkında bilgi edinebilmek amacıyla Waterloo'ya olan ziyaretlerini hızlandırmışlardır. Napolyon savaşlarında kadınların eşlerine eşlik etmesi nadir görülen bir durum değildi, o günlerde medikal yardımların gelişmemiş olmaması nedeniyle kadınların yaralılara hemşirelik amacıyla savaşlara katıldığı görülürdü. Bunlardan en trajik olanı Waterloo Savaşı'ndan henüz altı hafta önce evlenen De Lancey adındaki kadının hikayesidir. Lancey ölen eşini bulmak için yola çıkmış ve eşini Brüksel yakınlarındaki Louvain yoluna gömmüştür. Bu acı yaşam öyküsü De Lancey'in ölümüne kadar yayınlanmamıştır (Seaton, 1999, s. 135-136).

Savaş sırasında çoğu sivil İngiliz Flanders civarında seyahat ediyor veya yazlarını Brüksel'de geçiriyordu. Bu görgü tanıklarının edindiği bilgiler aynı zamanda savaşla ilgili ilk elden alınan bilgilerdir. Günümüzde birçok tarihçi bu bilgilerden yola çıkmaktadır (Seaton, 1999, s. 133).

3.2.2 Waterloo'da Turizm

Waterloo savaş alanı, turizmdeki yeri ve kalıcılıktaki başarısıyla Avrupa savaş alanlarından ayrılır. Diğer savaş alanlarına olan ilgi Waterloo'ya gösterilen kamuoyu ilgisi ve ziyaretçinin bu kadar hızlı alaka göstermesi ile kıyaslanamaz (Brendon, 1991). Çünkü Waterloo savaş alanı destinasyonuna savaş başladığı andan itibaren ziyaretlerde bulunulmuştur. Waterloo Muharebesi 18 Haziran 1815 tarihinde gerçekleşen 6 farklı ülkenin katıldığı ve daha önce de belirttiğimiz gibi Napolyon'un yenilgisi ile sonuçlanan Avrupa tarihi bakımından önemli bir savaş, bir tarih olayıdır.

Burada turistler 3 gruba bölünmüştür bunlar; savaş tanıkları ve sonrası; savaşın etkileri konusunda kişisel bir payı olanlardır. Bunlar savaştan hemen sonra İngiltere'den Waterloo'ya akın eden savaşta ölen ve yaralananların yakınlarıdır. İngiliz hükümetinin resmi veya yarı resmi görevlileri ziyarette bulunur ki bunlar da iş turisti olarak görülebilir ve rekreasyonel keder turistleri özellikle vatansever İngilizlerdir onlar da zaferlerini kutlamak amacıyla ziyarette bulunurlar. Bu ziyaretçiler muharebe haftaları içerisinde gelmeye başlamış ve ziyarete gelenlerin sayıları ilerleyen zamanlarda değişerek devam etmiştir (Seaton, 1999, s. 133). Ünlü yazar Victor Hugo'nun da Sefiller'de belirttiği gibi Waterloo Muharebesi bir savaştan çok önemli bir tarihi olay bir dönüm noktasıdır. Çünkü Birinci Dünya Savaşı öncesi meydana gelmiş ve güç dengelerini alt üst etmiştir. Yenilmez İmparator Napolyon'un bu

savaşı kaybetmesi ve son savaşı olması özellikle dikkat çekmiş ve nesilden nesile merakla takip edilmiştir.

Waterloo, bu muazzam ilgi ve ünü neye borçludur, sorusuna sadece tarihsel bir olay değil aynı zamanda bir turizm cazibesi olması şeklinde cevap verilebilir. Waterloo, Napolyon'un devrilmesi ile önemli bir tarihsel dönüm noktası olmuştur ve neredeyse 20 yıl süren Fransız hakimiyetinden sonra Avrupa'ya özgürlüğü getirmişti r(Seaton, 1999, s. 132).

Tüm bu nedenler Waterloo Savaşı'na tarihsel, dramatik ve ibret verici bir boyut kazandırmıştır. Tarihte bir dönüm noktasını ifade eden 15 savaştan biridir diyebiliriz (Creasey, 1851, s. 146). Waterloo savaş alanı, muharebenin başladığı andan itibaren büyük ilgi görmüş ve bu ilgi ziyaret edenlerin tatminleri ve referanslarıyla da günümüze kadar devam etmiştir.

Waterloo Turizm Ofisi'nden edindiğimiz bilgiye göre Waterloo'ya gelen yıllık turist sayısı 200.000 civarındadır ve son on yıl içerisinde rakamlar benzer durumdadır. Waterloo Turizm Ofisi Yöneticisi devam eden el değiştirmeler, tadilatlar ve hukuki sorunlar nedeniyle rakamların düşük olduğunu bu rakamın büyük çoğunluğunun 18 Haziran tarihinde gelen ziyaretçiler tarafından oluşturulduğunu bildirerek sayıyı artırmak için yeni anıtlar inşa etme planlarının olduğunu belirtmiştir. Waterloo Turizm Ofisi Turist Kurulu'nda çalışanların sayısı 6, savaş alanlarında görevli olanlar ise yaklaşık 20 kişidir. Bu sayı yaz aylarında stajyer öğrencilerle birlikte 30-35 kişi olabilmektedir (Belgium Tourism Office, 2012).

3.3 Gelibolu

Çanakkale'nin ilçesidir. İlk kuruluş tarihi kesinlikle saptanamamakla birlikte Gelibolu'nun Sancak Teşkilatı'nın kaldırıldığı 1923 yılına kadar Edirne'ye bağlı "Gelibolu Sancağı" idari birimi olduğu bilinmektedir. İstanbul'a deniz yoluyla bağlı olan Gelibolu, Çanakkale Boğazı'nın Avrupa yakasında, kendi adını taşıyan yarımada üzerinde kurulmuştur. (Kültür, 2001, s. 1119).

Coğrafi konumu nedeniyle Gelibolu, geçmişte birçok milletin yerleşmek ve ticaret yapmak amacıyla arzuladığı önemli bir merkezdir. Aynı zamanda Asya ile Avrupa arasında bir köprü vazifesi görüyor olması, korunaklı limanı ve birçok geçiş bölgesini birbirine bağlaması nedeniyle önemli bir deniz üssüdür.

Gelibolu'daki yerleşim yerleri genellikle kıyı kesimlerde yer almaktadır. Bunun başlıca nedeni denizciliğin önemli bir geçim kaynağı olmasındandır. Ancak zamanla tarıma da ağırlık verilerek iç kesimlere doğru göç edilmiştir.

3.3.1 Çanakkale Savaşı

Anadolu Yarımadası'nın kuzey batısında bulunan, Adalar (Ege) ve Marmara denizlerini birbirine bağlayan Çanakkale Boğazı, İstanbul Boğazı ile birlikte Asya- Avrupa ve Akdeniz – Karadeniz bağlantılarını sağlayan önemli bir su yoludur. Osmanlı başkenti İstanbul'un anahtarı olan Çanakkale Boğazı, Rusya'nın sıcak denizlere açılma yolu olması ve stratejik öneme sahip bulunması nedeniyle tarihte pek çok siyasi mücadeleye ve silahlı çatışmaya sebep olmuştur (Türkmen, 2007, s. ix). İngiltere'nin sömürgecilikle elde ettiği zenginlik ve büyük siyasi güç karşısında Almanya'nın rahatsızlığı giderek artıyordu. 1911'de Fransa'nın Fas'a yaptığı çıkarmadan sonra Fas'ın Agadir Limanı'na Panther isimli gemisini yollamayan Almanya niyetini belli etmiştir. Almanya'nın Afrika ve Okyanus adalarında kendisini rahatsız etmesi, Fas'taki Fransız varlığını sorgulaması İngiltere'yi endişelendirmiştir. Tüm bu ve benzeri gelişmeler sonucu Almanya, Avusturya- Macaristan, İtalya üçlü ittifakı, İngiltere, Fransa, Rusya üçlü itilafı oluşmuş oluyordu (Apuhan, 2008, s.13-14). Osmanlı Devleti de, güçsüz ve zayıf olduğu, para, sanayi, ürünleri, silah ve mühimmat yönünden dışarıya bağımlı bulunduğu, varlığını sürdürmek ve kalkınmak uğrunda bir devlete istinat etmesi gerektiği, özellikle Rusya'nın harp hedeflerinden korktuğu için Almanya ile ittifakı zorunlu görüyordu. "Gizli" kaydı ile Türk- Alman İttifak Antlaşması, 2 Ağustos 1914te imzalanmıştır (Kocabaş, 2009, s. 17-18).

İtilaf Devletleri'nin deniz harekâtı 19 Şubat 1915'te başladı. 13 Mart 1915'e kadar Türk tabyaları top ateşine tutuldu, mayın tarama gemileri olabildiğince yol açtı. Boğazları zorlayarak geçebileceklerine inanan İtilaf güçlerinin, kararlı ve dirençli bir karşılık almaları bu işin o kadar da kolay olmadığını gösteriyordu. Yaklaşık bir ay boyunca yapılan binlerce top atışının ardından çok da büyük bir gelişme elde edilememiştir. 18 Mart'a kadar geçen bu dönemde boğazın girişinde bulunan Rumeli yakasındaki Seddülbahir ve Ertuğrul tabyaları ile Anadolu yakasındaki Kumkale ve Orhaniye tabyaları tahrip edilmişti. Türk savunmasının zayıfladığını düşünen itilaf devletleri 18 Mart 1915 sabahı, Çanakkale Boğazı'nı sadece donanma kuvvetleriyle geçmeye çalışmış ama başarılı olamamışlardır (Mütercimler, 2005, s. 187).

İtilaf Devletleri donanması ağır kayıplar verince Anzaklar, 25 Nisan 1915 Pazar günü sabahın erken saatlerinde başlayan çıkarma ile Gelibolu Yarımadası'ndaki savaşa katılmış oldu. O günden 9 Ocak 1916'ya kadar süren çok kanlı ve çetin çarpışmalar geçmiştir. Bu şiddetli ve kanlı çarpışmalardan sonra ortaya çıkan durum İtilaf Devletleri açısından hiç de iç açıcı değildir. Bunlar üzerine İtilaf Devletleri, 19–20 Aralık 1915'te Anafartalar ve Arıburnu'ndan, 8–9 Ocak 1916'da da Seddülbahir'den kesin olarak çekilmişlerdir (Duman, 2006, 201).

Çanakkale cephesinde Türkler, kara ve deniz muharebelerinde toplam 57.263 subay ve er şehit vermiştir. Zayıf miktarı 210.000 civarında olup bu sayıya; şehitler, yaralılar, kayıp ve esirler, hastaneye gönderilenler ve çeşitli hastalıklardan ölenler dâhildir. İtilaf devletlerinden İngiltere 205.000, Fransa ise 47.000 zayıf vermiştir. Avustralya ordusundan 7.594, Yeni Zelanda'dan ise 2.431 asker ölmüştür (Mütercimler, 2005, s. 666).

İtilaf devletlerinin başarısızlığıyla sonuçlanan Çanakkale cephesi Birinci Dünya Savaşı'nın seyrinin uzamasına sebep olduğu gibi, savaş sırasında İngiltere ve Fransa'dan yardım alamayan Çarlık Rusya'sının çöküşünü hazırlamıştır. Birleşik donanmanın ağır yenilgiye uğrayıp boğazı geçemeyişi, İngiltere ve Fransa'nın, siyasi ve askeri itibarını bir hayli sarsmış, özellikle İngiltere'nin denizlerdeki tartışılmaz üstünlüğü imajını ortadan kaldırmıştı. Bu durum, adı geçen devletlerin sömürgelerinde bağımsızlık ve özgürlük akımlarının doğuşuna ve dolayısıyla dünya siyasi haritasını değiştiren bazı gelişmelere yol açmıştır (Kaya, 2006, s. 63).

Çanakkale cephesinin bir diğer ilginç yanı da, iki düşman ordunun savaşan askerleri arasındaki yakınlaşmanın getirdiği dostluğun, zamanla artmış olmasıdır. Gerçekten Anzak asker ve komutanları, Çanakkale'de yiğitçe savaşan Türklerin hem asker, hem de insancıl yönlerini yakından izleyerek, onların kendilerine tanıtıldığı gibi barbar bir ulusun çocukları olmadığını görüp anlamak fırsatını bulmuşlardı. İşte bu durum, ülkeler arasındaki siyasi ilişkileri de olumlu yönde etkilemiş ve savaş sonrasında, Avustralya ve Yeni Zelanda ile anlamlı dostlukların oluşmasının başlıca nedeni olmuştur.(Fewster, ve diğ.. 2005, s. 104).

Çanakkale Savaşları, “yüzyılın son centilmen savaşları” olarak değerlendirilir. Bu değerlendirme, özellikle karşı karşıya gelmeden sadece teknolojik üstünlüğe dayanarak yüzlerce, hatta binlerce kilometre öteden füzelerle, gemilerle ve uçaklarla yapılan günümüzün

ahlâksız savaşlarına kıyasla, savaş ahlâkı ve kuralları açısından bakıldığında son derece farklıdır.

Bu savaşta askerlerimiz, iman hassasiyetleriyle bütün dünyaya büyük bir insanlık dersi vermişler ve savaşın merhamet boyutunu, düşmanlığın dostluğa dönüş örneklerini göstermişlerdir. Onlara göre düşman cephede iken düşmandır; kurtarılmayı bekleyen bir acziyet içinde iken ve esir alınmışsa artık misafirdir. Çünkü insandır. Savaş cephe dışında değil, cephede yapılır. İşte birkaç örnek:

“Türkler çok dürüst savaşçılar. Kahramanlık ve cesaretleri tartışılmaz. İşkence, zulüm ve domdom kurşunu konusundaki tüm iddialar yalandır. Geçen gün, yanlışlıkla atılan bir şarapnel ile Kızılhaç katırlarından birisini öldürdüler. Anında özür dilediler. Daha önce de yaralılarımızla ilgilendiler. Onları, kıyıya bırakıp bize haber verdiler.” (Avustralyalı bir albayın Ekim ayı sonunda ülkesine yolladığı mektupta “Siperlerdeki Yaşam ve Türkler” başlığı altındaki ifadelerinden)

“...Hastaneye ateş edilmiyor, zehirli gaz kullanılmıyor. Triumph (savaş gemisi) isabet alıp batmaya başlayınca, tekrar ateş edilmiyor. Türkler asla ikili oynamıyorlar. Bunun aksini iddia edenler Gelibolu'ya gelmiş değillerdir.” (Otago Times Gazetesi, 1 kasım 1915, “Savaşçı Olarak Türk” başlıklı yazıdan)

“...Şu ana kadar bu cephede Türklerin savaş yöntemlerinin adaletli olduğunu kabul etmek insaf gereğidir. Türklerle Avustralyalılar arasındaki savaş mertçe cereyan etmektedir ve sonuna kadar böyle kalacaktır. Bu savaştan önce Türkleri hor görürdük. Artık böyle bir şey söz konusu değil.” (The Age adlı Avustralya gazetesi, 11 Aralık 1915, “Gaz Bombası Saldırısından Korkulmuyor” başlığıyla yayınlanan yorum yazısı) (Çanakkale, 2012).

Çanakkale Cephesi'nin deniz harekatı elbette sıradan bir askeri harekat değildir. Konumu, boğazlar, tarihi önemi, stratejik yapısı ve değeri açısından İstanbul, Karadeniz ve Ege Denizi kapısı olması yönüyle geçmişte taşıdığı ve günümüzde de taşımakta olduğu önem kuşkusuz tartışılmaz.

3.3.2 Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı

Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı 1973 yılında Milli Park ilan edilmiş olup, 17.02.2000 tarihinde kabul edilen 533 sayılı Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Park Kanunu ve 2003 yılında bu kanuna istinaden hazırlanan Uzun Devreli Gelişme Planı ile idare edilmektedir. Sahanın büyüklüğü 33.500 hektardır (Milli Parklar, 2012). Eceabat ilçe merkezi ile bu ilçeye bağlı 12 köyden 8'i (Büyük Anafarta, Küçük Anafarta, Bigalı, Kocadere, Behramlı, Alçitepe, Seddülbahir ve Kilitbahir köyleri) Milli Park içinde kalmaktadır. Milli Park alanı içinde 5.000'i ilçe merkezinde olmak üzere toplam 10.000 kişi yaşamaktadır. Yöre halkının temel geçim kaynaklarını tarım, hayvancılık, balıkçılık ve turizm faaliyetleri oluşturmaktadır. Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'nın temel değerleri; 1915 Çanakkale deniz ve kara savaşlarının gerçekleştiği alanların tarihi ve kültürel değerleri ile zengin bitki örtüsünden oluşmaktadır. Bu özelliklerinden dolayı Milli Park, hem ulusal hem de uluslararası ilgi odağı olmaktadır. Ayrıca batık gemiler, toplar, siperler, kaleler ve burçlardan ve savaşla ilgili yüzlerce başka kalıntıdan oluşan geniş bir yelpazenin yanı sıra Milli Park sınırları içinde toplam 45 Türk ve 34 yabancı mezarlık ve anıtı bulunmaktadır (Kaya, 2006, s. 64).

3.3.3 Gelibolu'da Turizm

Birinci Dünya Savaşı'nın izleri ile dolu olan Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı, savaşların, yıllar sonra turizm ile ne denli ilişkilendirilebileceğinin de ilginç bir göstergesidir. Her yıl Milli Parka, yaklaşık elli değişik ülkeden gelen yabancı ziyaretçilerin % 79'luk kesimi Avustralya ve Yeni Zelanda çıkışlıdır. Bunu % 7 ile İngiltere, % 4 ile ABD, % 2 ile Kanada ve % 1 ile Güney Afrika takip etmektedir (Kaya, 2006, s. 66).

Ayrıca Gelibolu Tarihi Milli Parkı sınırları içerisinde 19 memur, 20 sözleşmeli hizmetli ve sahada yaklaşık 30- 35 personel çalışmaktadır (Milli Parklar, 2012).

Tablo 3.1 Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'ndaki Müzelerin Ziyaretçi Sayısı

2003	151.378
2004	232.149
2005	300.500
2006	293.300
2007	199.700
2008	37.500
2009	120.000
2010	167.509
2011	48.000

(Kaynak: Milli Parklar, 2012)

Görüldüğü gibi Gelibolu Tarihi Milli Parkı'na yapılan ziyaretler yıl yıl ani iniş ve çıkışlar göstermektedir. Ancak özellikle 2011 yılına bakacak olursak sayının olağan dışı bir düşüş gösterdiği açıktır. Bu düşüşte özellikle 2009 yılından beri tadilat çalışmalarının devam etmesinden dolayı kapalı tutulan Kaba Tepe Tanıtım Merkezi ile 5 yıldır hukuki sorunlar nedeniyle bir türlü ziyarete açılmayan Şehitler Abidesi'nin payı büyüktür. Bu tadilat ve yenilemeler nedeniyle her yıl düzenli olarak ziyarete gelen gruplar artık gelmemeye başlamışlardır. Aynı zamanda kuş ve domuz gribi gibi salgın hastalıkların baş göstermesi bu düşüşü daha da tetiklemiştir.

3.4. Keder Turizminde Mabetleşme Süreci

MacCannell (1976, s. 43-44) ünlü kitabı *The Tourist*'de turistik objenin mabetleşme sürecinden bahsetmiştir. Yazarın görüşüne göre turiste sunulan obje anlamlı ve zincirleme bir işaretleme aşamasından geçmelidir. Bir turistik objenin kalıcılığını sağlamak ve onu özel kılmak için bu objenin birbirleri ile bağlantılı bazı belirleyicilerinin olması gerekmektedir. MacCannell'a (1976) göre turist ilgisine sunulan bir objenin turistik potansiyeli belirli bir sürece bağlı olarak gelişmektedir. Bu süreçte bir turistik obje, diğer objelerden ayrılır, onlardan farklılaşır. Süreç, objenin kutsallaşması ile sonuçlanır. Böylece turistik obje, turistlerin gözünde yarı dini bir nitelik kazanmış olur (Aktaran: Alaeddinoğlu ve Aliğaoğlu, 2007, s. 218).

Bu süreçte turistik obje diğerlerinden farklılaşır ve özgün hale gelir. Süreç tamamlandıktan sonra kutsallaştırılma aşaması tamamlanmış olur. Bu süreç; adlandırma (naming), sınırlama ve yükseltme (sergileme) (framing-elevation), tapınaklaşma (enshriment), mekanik çoğaltma (mechanical reproduction) ve sosyal çoğaltma (social reproduction) şeklinde sıralanmaktadır.

Mabetleşme süreci özellikle keder turizminin mabetleştirilmesi yönüyle bakıldığında zaten çoğu ziyaretçi tarafından kutsal sayılarak gelinen bu alanların mabetleştirme sürecine uygun olduğunu gösterir. Ancak MacCannell, (1976) turistik obje olarak Mona Liza veya Napolyon'un şapkasını seçmiştir. Oysa savaş alanları onlardan farklıdır (Alaeddinoğlu ve Aliğaoğlu, 2007, s.218). Alaeddin ve Aliğaoğlu'na (2007) göre örneğin askeri bir alanın mabetleşmesi, vatandaşların milliyetçilik duygularından olumlu veya olumsuz olarak etkilenebilmektedir. Yine Seaton'a (1999, s. 140) göre bu süreç savaş alanları için asla sona ermemektedir. Çünkü örneğin 'sınırlama ve yükseltme' aşamasında yükseltme safhası sona bulmamakta ve zenginleştirme olarak devam etmektedir.

3.4.1 Adlandırma

Herhangi bir alanın benzer özellikte diğer alanlardan ayırt edilmesi ile mekânın mabetleşmesi süreci başlamakta ve bu ilk aşamaya adlandırma adı verilmektedir. Adlandırma aşamasında yapılacak ilk iş kimlik doğrulama olmalıdır. Adlandırma safhasından önce mabetleşme sürecine girecek objenin özgünlüğü konusunda birçok araştırma yapılmalıdır (MacCannell, 1976, s. 44). Ancak bu özelliğin bir keder turizmi ürünü olan savaş alanları için

uygun olmadığı açıktır. Çünkü ünlü coğrafyacı Tuan'ın (2005, s. 119) belirttiği gibi yerin kişiliği vardır. *“Yerin kişiliği doğal özellikler ile insan neslinin zamanla meydana getirdiği düzenlemelerin bileşkesidir”*.

3.4.2 Sınırlama ve Yükseltme

Mabetleşme sürecinin ikinci safhası sınırlama ve yükseltmedir. MacCannell'a göre sınırlama safhasında obje yasal sınırlar içerisinde sergilenir. Örneğin Mona Lisa Tablosu'nun bir camın arkasında yanında başka bir tablo olmaksızın sergilenmesi sınırlamaya örnektir (MacCannell, 1976, 44). Hz. Muhammed'in Sakalı Şerif'i ve Ayak İzi'nin bir cam kaide içerisinde sergilenmesi benzeri bir örnektir. Kuşkusuz konu savaş alanları olunca bu alanları bir kutu içine koymanın veya sergilemenin güçlüğü kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle konuyu sınırlandırma açısından ele almak gerekmektedir (Aliağaoğlu, 2008, s. 96).

Yükseltme safhasında ise bir zenginleştirme söz konusudur. MacCannell'a göre (1976, s. 44) Mona Lisa Tablosu sergilenirken objeye takviye çalışmalarında bulunmak yani ışıklandırma vb.. eklemeler yapmak yükseltme olarak adlandırılır. Savaş alanlarına yapılan her ekleme buna örnek verilebilir. Yapılan yükseltme çalışmaları turistik obje veya coğrafi alanın dışında gerçekleşiyor ise o zaman durum değişir çünkü burada asıl vurgulanmak istenen turistik objenin sınırları içerisinde yapılan çalışmalardır.

3.4.3 Tapınaklaşma

MacCannell'a göre (1976), “Çerçevelemede kullanılan maddenin kendisi mabetleşme sürecinin ilk aşamasına girerse, üçüncü aşamaya girilmiş olunur. Bu aşama tapınaklaşma olarak adlandırılır”. Yazar örnek olarak Almanya'da Gutenberg müzesinde bulunan orijinal İncili vermektedir. İncil bir odada ve loş bir ortamda bir pedestelin içindedir. Odanın duvarlarında Beethoven'a ait bir kitabe gibi değerli kitabeler de vardır. Dolayısıyla orijinal İncili koruyan odanın duvarları, tapınaklaşma aşamasına girmiş bulunmaktadır (Aliağaoğlu, 2008, s. 99).

3.4.4 Mekanik Çoğaltma

Turistik bir obje veya mekânın mabetleşmesi sürecinde, turistik hedefe yönelen turistlerin gerçeği bulma konusunda en önemli safhası olduğu söylenebilir (MacCannell, 1976, s. 45). Bu aşamada obje; resim, heykel, kitap, gazete veya hediyelik eşya gibi türevleri ile çoğaltılmaktadır. Bu şekilde obje hakkında bilgi edinen turist hayal kırıklığına uğramaksızın

aradığını bulması amaçlanır. Anıtkabir'i tanıtan bir web sitesi mekanik çoğalmaya örnek olabilmektedir.

3.4.5 Sosyal Çoğaltma

MacCannel'in mabetleşme sürecinin son aşaması sosyal çoğaltma, kültürel objenin bulunduğu yerden farklı olarak uzaklarda bir yerlerde anılması şeklinde açıklanabilir Bu aşama, "Grupların, şehir veya bölgelerin ünlü bir çekicilikten sonra kendilerini adlandırmaları olayıdır" (MacCannell 1976, s. 45). Çanakkale 18 Mart Üniversitesi ismi bir sosyal çoğaltma örneğidir.

3.5 Waterloo Savaş Alanı Mabetleşme Süreci

3.5.1 Adlandırma

Savaş alanları, genellikle galip gelenler tarafından adlandırılır (Seaton, 1999, s. 784). Bunlar genellikle insani ve taktiksel nedenlerle şehrin ve insanların yoğun olarak bulunduğu yerlerden uzak, harita üzerinde kesin bir adı bulunmayan kırsal bölgelerdir (Seaton, 1999, s. 140). Waterloo da böyle bir örnektir. Aslında savaş tam olarak Waterloo'da geçmemiş olmasına rağmen İngiliz Komutan Dük Wellington'un galibiyetten bir gece önce Waterloo isminde bir handa konaklamış olmasından dolayı savaşa Waterloo ismini vermeyi bizzat uygun görmüştür. Hatta savaştan sonra Dük Wellington ile Prusya komutanı Blucher La Belle Alliance çiftliğinde buluşmuş ve Blücher savaşa tüm müttefikleri temsil etmesi açısından La Belle Alliance adının verilmesini önermiştir. Ancak Dük Wellington bunu ismi kabul etmeyerek Waterloo Savaşı olarak adlandırılmasını uygun görmüştür. Burada Dük Wellington'un kişisel ihtirasları ya da İngilizleri diğer müttefiklerden ön planda tutma arzusuyla bu adlandırmayı yaptığı düşünülmektedir.

Waterloo'daki savaş sadece 8 saat sürmüştür ve bu süre diğer mücadelelere nispeten en kısa olanıdır. Ancak buradaki mücadele muharebenin belirleyici ve nihai noktası olması nedeniyle savaşa ismini vermiştir. Tüm savaş süresince meydana gelen mücadeleler (Ligny, Quatre Bas, Wavre) farklı isimlerle anılmış fakat Yüz Gün'ün belirleyici muharebesi 18 Haziran 1815 günü Waterloo'da yapılmıştır. Savaş adlandırmalarına örnek verecek olursak Somme Savaşı 3 yıl sürmüştür ancak şimdi tek bir savaş olarak adlandırılmaktadır. Buna rağmen savaş hakkında tam bilgi sahibi araştırmacılar birinci, ikinci ve üçüncü Somme Savaşı olarak adlandırabilmektedir. Britanya Savaşı 3 ay sürmüş ve birkaç İngiliz eyaletinde geçmiştir ancak şimdi tek bir isimle anılmaktadır (Seaton, 1999, s. 142). Waterloo ayrı bir savaş olarak adlandırılmış diğer eylemlerden farklılaşmış ve tamamen ayrı tutulmuştur. Diğer

eylemleri bir iklim olayı gibi takip ederek en büyük savaşın inşasında etkili olmuştur. Savaşın sınırları adlandırma için belirlenmiş ve verilen isimler sonuç olarak turistler de dahil olmak üzere insanların aklında meydana gelen olayla ilgili bağlantı kurulabilecek yönde yapılmıştır. Waterloo yakınlarında gerçekleşen 3 günlük mücadele kavramsallaştırılmış ve tek bir savaş gibi adlandırılmıştır (Seaton, 1999, s. 142).

Burada dikkat edilmesi gereken nokta farklı aralıklarla farklı yerlerde kazanılan veya kaybedilen mücadeleler sonucu varılan netice ve bu neticenin meydana geldiği yerin belirleyici olduğudur. Bahsettiğimiz gibi savaşın tam olarak Waterloo'da geçmemiş olması bir istisnadır ancak birtakım politik fikirlerle hareket edilmiştir. Bugün ziyaretçi yoğunluğuna baktığımızda Waterloo'nun Ligny, Quatre Bas ve Wavre bölgelerine göre daha baskın olduğunu görebiliriz.

3.5.2 Sınırlama ve Yükseltme

Bir turistik objenin veya mekânın mabetleştirilmesi sürecinde ikinci aşama, sınırlama (veya çerçeveleme) ve yükseltmedir. Sınırlama aşamasında turistik öğenin çevresine yasal bir sınır çekilmektedir (yükseltme) (MacCannell, 1976, s.44).

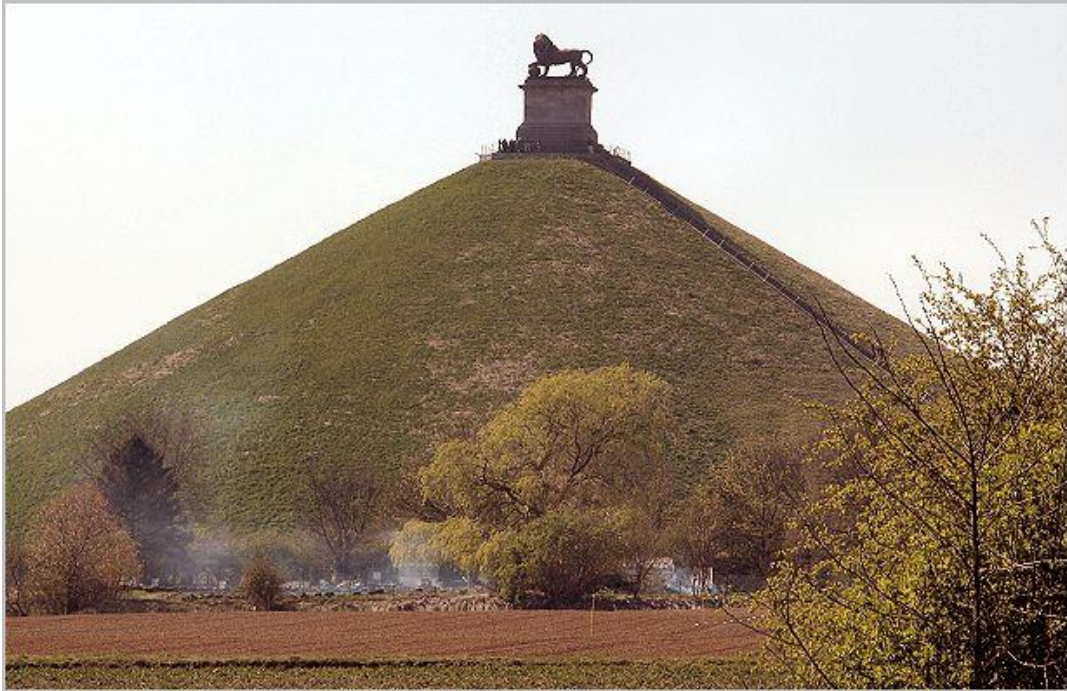
Savaş alanlarını sınırlandırmak ve belli bir çerçeve içine almak oldukça zordur. Özellikle bu sınırlandırma savaştan uzun yıllar sonra yapılıyorsa, alanlara ilişkin bilgilerin ve maddi kanıtların bozulma sürecine girmesi, işi büsbütün zorlaştırmaktadır. Zira savaş alanlarının birinci derecede özelliği, çerçeveleme olduğu için, bugünkü kutsal bakış açısıyla orijinal alanın tespit edilmesi oldukça güçtür. Savaş alanını bulunduğu alandan soyutlamak diğer bir ifadeyle bir kara parçasından ziyade bir savaş alanı olarak ortaya koymak, birçok açıdan sıkıntılıdır. Çünkü o zamanın askerleri, ölüleri ve savaşa ait maddi eşyaları, uzun zaman önce yok olmuşlardır. Dolayısıyla bugün için lanse edilen alanların kısmen de olsa geçmiş görüntüsünden uzaklaşmış ve coğrafi özellikleri değişmiştir. Şüphesiz değişimlerin bir kısmı beşerî faktörler sayesinde gerçekleşirken, bir kısmı da coğrafi şartların getirdiği olumsuzluklara bağlıdır (Alaeddinoğlu ve Aliağaoğlu, 2007, s. 220).

Savaş alanlarında sınırlama ve yükseltmeyi ancak olayın meydana geldiği yere bir anıt dikilmesi ile örnekleyebiliriz. Çünkü tüm savaş alanını sınırlandırmak imkânsızdır. Bu nedenle MacCannell'in Mona Lisa Tablosu için verdiği sınırlama ve yükseltme örneğini bizler Waterloo Savaş Alanı'na inşa edilen Aslan Anıtı veya (Höyüğü) için uyarlayabiliriz.

Waterloo Savaş Alanı'nda anıtsal işaretlemeler konusunda ilk girişim Belçikalılar tarafından 1823-1826 yıllarında yapılmıştır. Anıt Mont veya Butte de Lion olarak tanınmış

Orange Dük'ünün yaralandığı ve Wellington ordusunun Fransız atağı ile karşılaştığı noktaya bronz bir aslanla taçlandırılmış büyük bir höyük şeklinde dikilmiştir.

Höyük topraktan 200 metre yükseklikte ve 1700 metre genişlikte inşa edilmiştir. Bronz aslana 225 adım tırmanışta ulaşılmaktadır ve ağırlığı 22 tondur. Konumu ve dizaynı müttefiklerin anıtı daha da benimsemesini sağlamıştır. Fransızlar 1832 yılında Antwerp kuşatmasından dönerken anıtı yakmaya çalışmış ve aslanın kuyruğunun



Resim 3.1 Waterloo Aslan Anıtı, (Kaynak: Waterloo The Lion Hill, 2012)

kopmasına boynundan zarar görmesine neden olmuşlardır. Topun üzerindeki izler 1840 yıllarına kadar görülebilmekteydi Aslan Anıtı sınırlama ve sürecinin başlangıcıdır ve daha sonra 135 heykel ve çeşitli işaretler bu anıta eşlik etmiştir (Seaton, 1999, s.144). 6 € ücret ödedikten sonra 226 basamaktan oluşan Aslan Anıtı Höyüğü'ne tırmanılır ve tüm çevre oryantasyon haritaları ve teleskoplar yardımıyla incelenir (The Hill, 2012). Aslan Anıtı'nın dikilmesini sınırlama, her geçen gün restoran, otel, meyhane, müze ve bahsettiğimiz heykel ve fiziksel işaretlerle zenginleştirilmesini de yükseltme aşaması olarak düşünmeliyiz.

3.5.3 Tapınaklaşma

Objeye mabetleşme sürecinin il aşamasına girerse aynı zamanda üçüncü aşama olan tapınaklaşma sürecine de girmiş olur. Sanat veya kutsal emanetler için ev sahipliği yapan binalar buna örnektir (MacCannell, 1976, s. 45). Tapınaklaşmanın ilk örneklerinden birisi İngiliz savaş sancakları, askeri bayraklar, alay renkleri ve ölenlere ait bazı eşyaların

bulunduğu Waterloo Kilisesi'dir (Seaton, 1999, s. 145). 1815'ten önce büyük mimari öneme sahip olan mütevazi kilise, Waterloo Sapel'inden sonra ikonik bir türbe haline gelmiştir ve 1855 yılında İngiliz Hükümeti'nden 25.000 frank ödenek alınarak biraz daha büyük ölçekli olacak şekilde yeniden inşa edilmiştir. İngilizler ölüleri onuruna hatıra yazıtların sergilenmesi şartı koyarak bu yardımı yapmıştır (Libert, 1915, s.31).

3.5.4 Mekanik Çoğaltma

MacCannell'in (1976) turizmin gözde mekanlarının mabetleşme süreci ile ilgili en orijinal görüşlerinden biri Benjamin'in (1970) kültürel eserlerin çoğaltılarak seyreltilebileceği düşüncesine tepki olarak doğmuştur. MacCannell (1976) bunun tam tersini düşünerek turizm destinasyonları ve eğlence alanları da dahil olmak üzere kültürel olguların mekanik çoğaltma sayesinde daha da yoğunlaştığı ve yüceldiği görüşünü savunmuştur (Seaton, 1999, s. 146).

MacCannell'in (1976, s. 45) ifadesine göre mekanik çoğaltma, kültürel olayların, örnek olarak turistik çekicilikler ve turist varış yerlerinin önem kazanmasına neden olmaktadır (Alaeddinoğlu ve Aliagaoglu, 2007, s. 222). Kutsal objenin mekanik çoğaltılması, onun baskı, fotoğraf, model ve resimler şeklinde tekrar yaratılmasıdır. Böylece bu safhanın, turistik bir obje veya mekânın mabetleşmesi sürecinde, turistik hedefe yönelen turistlerin gerçeği bulma konusunda en önemli safhası olduğu söylenebilir.

Bu açıdan değerlendirildiğinde, özellikle o dönem gazeteleri, mekanik çoğaltma aşamasının yaşamasında önemli bir rol üstlenmiştir. Daha sonraki dönemlerde ise bu aşama özellikle romanlar, şiirler, tiyatrolar, resim, heykel, tasvir ve diğer yazılı enstrümanlar sayesinde belirginleşmiştir. Şüphesiz modern zamanın en etkili mekanik çoğaltma aracı, filmlerdir, ancak mabetleştirme sürecinin özellikle savaş dönemine ilişkin en etkili aracı yazılı medyadır. (Seaton, 1999, s. 146). Waterloo, hakkında yazılan kitaplar sayesinde kurumayan bir musluk gibidir (Haythornthwaite, 1973, s. 5).

Yazılı medya konusunda bu benzeri görülmemiş kapsam sadece insan istemiyle olmamıştır. Bunu mümkün kılan aynı zamanda bu savaşın diğerlerinden farklı olması ile ilgilidir. Napolyon savaşları İngiltere gazetesinin ilk büyük yılında meydana gelmiştir ve o günün son derece önemli gelişmelerine değinilmiştir. (Seaton, 1999, s.147) . O dönemde savaşlar, gazetelerin okuyucu sayısı ve kitesini belirlemeleri açısından önemli bir unsur olmuştur.

Waterloo, mekanik çoğaltma yolunda medyadan büyük ölçüde faydalanmış bir örnektir. Waterloo'nun sürekli olarak yazılı baskı ve grafiksel imgeler yoluyla çoğalması halk bilincinde de olumlu etkiler bırakmıştır. Bu çoğalma birdenbire kitaplar, gazeteler ve resimlerle devam etmiştir ve hala devam etmektedir (Seaton, 1999, s. 146). Savaşın meydana geldiği 25 yıl içerisinde, Belçika ve Hollanda'nın topografik tarih yazarı:

Van Kampen (1840, s. 202) '*Bu kadar fazla sayıda grafik açıklamalar mevcutken savaş detayları ile ilgili basit krokileri verme girişimi son derece gereksizdir*' demiştir (Aktaran: Seaton, 1999, s.146).

Savaştan elli yıl sonra bir başka tarihçi, '*...Waterloo mücadelesi ile ilgili mevcut literatür bir kütüphaneyi doldurabilecek çokluktur*' demiştir (Aktaran: Seaton, 1999, s.146). Andrews'e göre (1869) barış dönemlerinde gazetelere olan ilgi belirgin düzeyde azalmaktaydı. Savaş dönemlerinde hayatın önemli bir gereksinimi şeklinde görülen gazete, bunun dışında bir lüks olarak düşünölmekteydi (Aktaran: Seaton, 1999, s.147).

Dönemin en popüler Brüksel gazetelerinden biri L'Oracle'dir. Belçikalılar ve Brüksel'deki İngiliz turistler tarafından okunmaktaydı. Konuları 1815 yılındaki savaş anı ve sonrası şartlarına ve düşünelere dayanmaktaydı (Seaton, 1999, s. 147).

Waterloo Savaş döneminde baskı, kağıt ve benzeri konularda meydana gelen teknolojik yenilikler maliyetin düşmesini sağlamıştır (Seaton, 1999, s. 147). Bu teknolojik yenilikler Waterloo Savaşı'ndan sonra yazılı medyanın yoğun olarak yaygınlaşmasını sağlamıştır. Waterloo'nun şiirsel kutlamaları oldukça yaygındı. Waterloo aynı zamanda bordalar ve halk şiirlerinde kutlanır ve bunlar 1870 yıllarına kadar sokaklarda satılırdı. (Ashton,2010, s.303-304).

Waterloo kurgusal olarak da çoğaltılmış ve 19.yüzyılın en iyi satanları arasına girmiştir. Bu durum mabetleşme sürecini de kolaylaştırmıştır. Bu klasiklerin başında İngiliz yazar Thackeray'ın '*Vanity Fair*' ve Fransız yazar Victor Hugo'nun '*Sefiller*' adlı eseri gelmektedir. Hugo romanını yazarken olayları daha yakından araştırabilmek için Waterloo'ya orada yaşamak üzere gitmiş ve eserini Mont St Jean kavşağındaki Hotel des Colonnes'de (uzun süre önce yıkılmış olan) bitirmiştir. Daha az bilinen ancak o dönemde çok popüler olan ve çevrilen

eserlerden biri de Alsas işbirlikçileri, Alexander Chatrian ve Emile Erckman tarafından yazılan ‘Waterloo’ olmuştur. Eser 1865 yılında yayımlandıktan sonra baskı sayısı artarak devam etmiştir (Seaton, 1999, s.147).

Belçikalı Turist, Baedeker, Black, Ward Lock ve Thomas Cook eserleri Waterloo’yu yazılı anlamda mekanik olarak çoğaltmış, Waterloo konusunda yaygın bir şekilde kılavuzluk yapmışlardır. Waterloo döneminin bu büyük yeniliklerle çakışması akvatint ve taş baskı alanında gelişmeyi sağlamıştır. Waterloo’ya dair çok sayıda resimli kitaplar basılmıştır ki bu bundan önceki savaşlar için yapılması imkansız bir iletişim şekliydi. Bu görsel kitapların en güzel ve en önemlisi Abbey’in (1953) akvatintve taş baskı çalışmalarıdır (Seaton, 1999, s. 148). Genellikle Wellington ve Napolyon’un tema olarak işlendiği karikatür ve kartpostallar yine savaşı ve savaş kahramanlarını tanınır kılmıştır.

Basın, kitap, baskı ve kartpostalın Waterloo mabetleşme süreci üzerinde etkisi elbette büyüktür. Çünkü ziyaretçi keder alanına seyahat etme kararını yazılı medyadan edindiği bilgilere dayanarak almaktadır. Dolayısı ile bahsedilen keder destinasyonu hakkında ne kadar fazla baskı, resim, gazete vb.. yayın araçları yaygın olursa tanınması o derece kolaylaşır. Bu yazılı medya araçlarının yanı sıra gidilen destinasyonun ismi veya figürlerini içeren anahtarlık, şapka, biblo vb.. görsel tanıtım araçları ziyaretçiler tarafından büyük ilgi görmektedir.

3.5.5 Sosyal Çoğaltma

Çok güçlü simgesel obje ve olaylar bulunduğu yerde kalmaz sosyal çevre tarafından çoğaltılır ve gündelik insan yaşamının bir parçası haline gelir. Waterloo sosyal çoğaltmanın 19 yüzyıldaki ilk örneğiydi. Öyle ki tezahürleri şaşırtıcı bir şekilde çoğalarak yollar, barlar, caddeler, köprüler, müzeler ve anıtlar Waterloo adıyla adlandırılarak günlük yaşamda akılda kalıcılığı sağlanmıştır (Seaton, 1999, s. 149).

Sosyal çoğaltma kısmen devlet, belediye, hükümet ve ticari kuruluşlarca geliştirilmiş fakat aynı zamanda popüler duyguların gerçek bir ifadesi olmuştur. 1816 yılında Napolyon’un askeri taşıma aracı Belçika’da ele geçirilmiş ve Londra Müzesi’nde sergilenmiştir (Seaton, 1999, s. 147).

Sosyal çoğaltmada dikilen anıt veya heykelin sınırlama aşamasından farklı olarak gerçek objenin bulunduğu veya olayın meydana geldiği yerin sınırları içerisinde olmamasıdır. Sosyal çoğaltmada dikilen anıt, savaş alanının dışında olmak şartıyla yakınlarda veya o ülkenin veya dünyanın herhangi bir köşesine inşa edilebilir.

Madaem Tussaud bal mumu heykel müzesinde de Waterloo'yu simgeleyen çeşitli eserler sergilenmektedir. Bunlar arasında Wellington ve Napolyon'un heykelleri ve arabaları da bulunmaktadır (Timbs, 1867, s.820).

Wellington anıtı birçok şehre dikilmiştir. Bunlardan ilki Haziran 1822'de dikilen Hyde Parkı'ndaki Achilles Anıtı'dır. Bu anıtta Wellington savaşır vaziyette tasvir edilmiştir. Wellington'un Matthew Wyatt tarafından dizayn edilen ve 36,000 €' a mal olan atlı heykeli yine Hyde Park girişinde sergilenmektedir. Hemen hemen her şehirde bir Wellington ve Napolyon sokağı, yolu veya caddesi bulunmaktadır. Örneğin Dublin'de Wellington Rıhtımı ve Oxford'da Wellington Meydanı vardır. 1851'de Wellington adında 22 tane bar vardı. Ayrıca İmparatorluk genişledikçe Kanada, Yeni Zelanda ve Avustralya'da Wellington ve Waterloo adında kent ve kasabalar olmaya başlamıştır (Seaton, 1999, s. 147).

İnsanların Waterloo'ya bu kadar yakınlık göstermesinin nedeni aynı zamanda isminin birçok yere verilmiş olmasındandır. Örneğin Kanada'daki Waterloo Üniversitesi akılda kalıcı olma nedenini açıklar niteliktedir. Çünkü genel olarak ülkemizde bu gibi isimler bir il veya ilçedeki ilköğretim veya ortaöğretim okuluna verilmekte ya da park ismi olarak kullanılmaktadır. Bu kullanım küçük bir topluluğa hitap ettiği için elbette hatırlanma oranı da o düzeyde olacaktır. Sonuç olarak Waterloo isminin bir üniversiteye verilmiş olması, geniş kitlelere ulaşması ve hatırlanması açısından son derece faydalı olmaktadır.

3.6 Gelibolu Tarihi Milli Parkı'nda Mekânın Mabetleşmesi Süreci

3.6.1 Adlandırma

Savaşlar, toplumun zaman belirleyicileri (time marker'leri) olarak adlandırabilecek bir işleve sahiptirler. Onlar toplumun değerleri, davranışları ve kültürel yaşamı üzerinde farklı ve köklü değişimler gerçekleştirebilirler. Bu değişimler, savaş öncesi, savaş süresi ve savaş sonrası olmak üzere kendini üç aşamada gösterir (Smith, 1998, s. 202). Savaşın bu üç aşaması, özellikle toplumların yaşamlarında derin izler bırakan savaşlarda çok belirgin olarak hissedilmektedir.

Çanakkale Boğazı ve çevresi jeopolitik konumu nedeniyle tarih boyunca önemli bir yer tutmuştur. Öyle ki bu boğaz tarih boyunca Homeros zamanından beri bir savaş alanı olarak ün yapmıştır. Çanakkale Savaşı'nın Gelibolu Yarımadası'nda geçmiş olması Gelibolu'da derhal savaş sınırlarının belirlenmesini dolayısıyla bu önemli ve zaferle sonuçlanan mücadelenin gelecek nesillere aktarılabilmesini sağlamıştır. Bu sınırların belirlenmesi aynı zamanda tarihin en kanlı savaşlarından Çanakkale Muharebesi'nde hayatını kaybeden binlerce askere saygı niteliğindedir. Bu sınırların belirlenmesinde, önemli mücadele noktalarına fiziki ve beşeri anlamda zarar verilmemesine özenle dikkat edilmiştir.

Çanakkale Savaşı'nın adlandırma safhasında MacCannell'ında (1976, s. 43) belirttiği gibi coğrafi yer ve olay arasındaki ilişki gözetilmiştir. Waterloo adlandırmasında olduğu gibi politik ve nihai belirleyici sonuç olarak düşünülmemiştir. Savaş alanları, genellikle galip gelenler tarafından adlandırılır (Seaton 1999, s.784). Bu şekilde hareket edilmiş ve savaş Çanakkale Savaşı adını almıştır.

MacCannell'e göre (1976, s. 43), herhangi bir alanın benzer özellikte diğer alanlardan ayırt edilmesi ile mekânın mabetleşmesi süreci başlamakta ve bu ilk aşamaya adlandırma adı verilmektedir (Aliğaoğlu, 2008, s. 89). 1916 yılı sonunda tamamlanan ve dünyada bu tarzda ilk olan Şevki Paşa haritası dönemin şartlarına göre net, hatasız ve ayrıntılı oluşuyla son derece önemli ve değerlidir. Ölçek çok önemli bir ölçek 1/5000'dir. Her biri bir metrekaredir ve 3 tanesi yan yana gerildiğinde birebir noksansız bilgiyle işaretlenmiş 43 metrekarelik bir harita ortaya çıkmaktadır. Çanakkale Savaşlarında müttefik kuvvetlerin, 20 Aralık 1915 tarihinde Arıburnu ve Anafartalar bölgelerinden 9 Ocak 1916'ta da Seddülbahir bölgelerinden geri çekildiğini vurgulayan Esenkaya: "Şehitliklerimizin yeri haritada çok net belli. Hepsini bayraklarla gösteriyor. Bunun yanında itilaf devletlerinin mezarlarının tamamı da kayıtlanmış. Bu harita savaştan hemen sonra yapılmış ve hatasızına yakın. Büyüklüğü açısından o günkü imkanların tamamının kullanıldığı mükemmel bir harita. Bizim için son derece önemli" şeklinde konuşarak haritanın önemini vurgulamak istemiştir (Şevki Paşa'nın Çanakkale Haritaları, 2012).

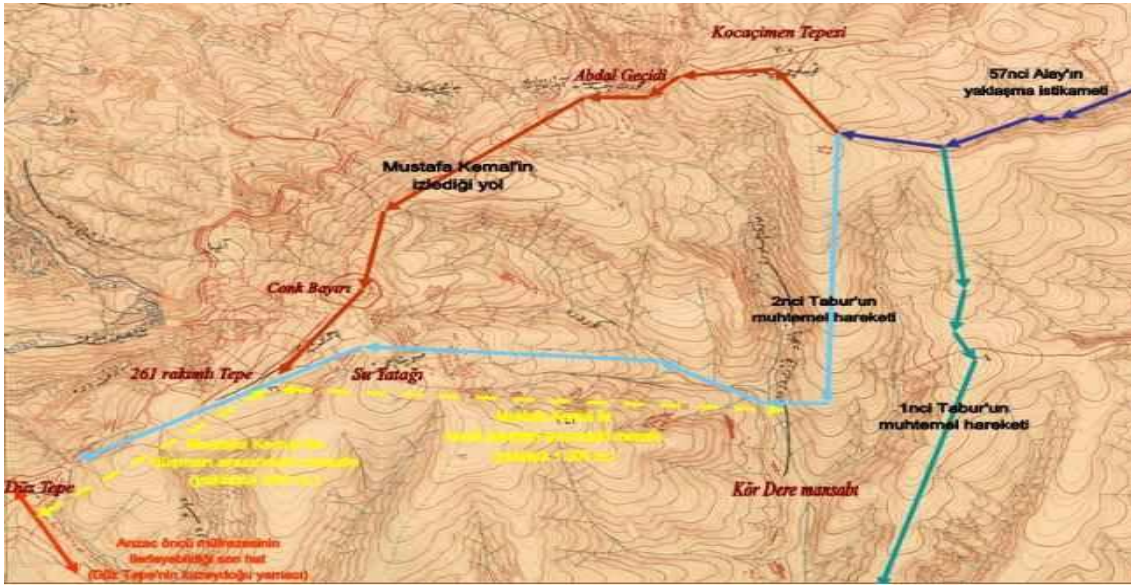
Bu haritalarda çarpışılan alanlar, siperler hem Türklerin hem de müttefiklerin bıraktığı iskele gemi enkazları, su boruları, dikenli teller ve diğer engeller, top yerleri, depolar,

çöplükler, yollar, barakalar, askeri destek tesisleri, mezarlıklar ve hastane tesisleri işlenmiştir (Bademli ve diğ., 2002, s. 54).

Bu haritadan yararlanan Avustralya, Yeni Zelanda ve İngiltere hemen kendi anıt ve mezarlarını yapmaya başlamışlardır. Bizler bu kadar çabuk davranmamış savaş sonrası toparlanma dönemi, Osmanlı'nın parçalanması ve Cumhuriyet'in ilanı gibi toparlanma ve yenilenme süreci nedeniyle bu önemli görevi unutmuş gereken önemi verememiştir.

Her ne kadar 1940'lara doğru birtakım bireysel girişimlerle anıt ve mezarlar yapılmışsa da bu alana yeterli ölçüde önem verilmemiştir. Ancak, İngiltere, Avustralya ve Fransa'nın savaştan hemen sonra kaybettiği askerleri için anıt ve mezarlar yapıp düzenlemelerin Türkleri de etkilediği açıktır. Kültürel bilincin de gelişimine bağlı olarak 1973 yılında tarihi ve kültürel değerler de dikkate alınarak kara ve deniz savaşlarının izlerini daha çok taşıyan Gelibolu Yarımadası, Bakanlar Kurulu Kararı (26.05.1973 Tarih ve 7/6477 Sayılı Karar) ile orman rejimine alınmıştır (Çevre ve Orman Bakanlığı, 2004, s. 7). Böylece Çanakkale Savaş alanının adlandırma süreci daha da kesinleşmiştir.

Gelibolu Tarihi Milli Parkı adlandırılırken savaşın cereyan ettiği yer olması nedeniyle meydana gelen olay ve yerin adı arasındaki ilişki gözetilmiştir. MacCannell'a göre de adlandırma savaşın galibi tarafından yapılmaktadır. Savaşın adı Çanakkale savaş alanı ise Gelibolu Tarihi Milli Parkı olmuştur. Savaş alanları için sınırların belirlenmesi ve adlandırılması çok önemlidir çünkü eğer hala Avustralya ve Yeni Zelandalılar 'Gallipoli' ismini akıllarında tutuyorsa bunda mabetleşme sürecinin bir aşaması olan adlandırmanın payı büyüktür.



Resim 3.2 Şevki Paşa Haritası (Kaynak: 57. Alayın Yürüyüş Güzergahı, 2012)

3.6.2 Sınırlama ve Yükseltme

Bu aşamada turistik ögenin çevresine yasal bir sınır çekilmekte ve öge sergilenmektedir. (MacCannell,1976,s.44). MacCannell mabetleşme sürecini turistik obje üzerinde geliştirmiştir. Ancak savaş alanlarının objeden çok bir coğrafi bir yer olduğunu düşünürsek özellikle sınırlama safhasının ne kadar güç olduğunu kabul edebiliriz.

Adlandırma safhasında da bahsettiğimiz gibi savaştan hemen sonra çizilen haritalar savaşın meydana geldiği sınırların kesin olarak belirlenmesini sağlamıştır. Haritalarla sınırların çizilmesi ile mabetleşme sürecinin ikinci aşamasının birbirine karıştırılmaması gerekir. Çünkü adlandırmada çizilen savaş sınırları neyin adlandırılacağını tayin etmek üzere belirlenmektedir. Sınırlandırmada safhasında ise Orman Bakanlığının önerisi ile 33 500 hektar alanı olan Gelibolu Yarımadası, önce Bakanlar Kurulunun 7/6477 sayılı kararı ile 25.05.1973 tarihinde "orman rejimi" içine alınmıştır. Ardından özellikle tarihi ve bunun yanında tabii niteliklerinden dolayı, 2 Kasım 1973 tarihinde de, başyapıt olarak da Şehitler Abidesi ile birlikte, Milli Park ilan edilmiştir (Milli Parklar, 2012).

Ülkemizde sanayileşme, kentleşme ve yanlış arazi kullanımı gibi sebeplerle varlığı tehlikeye düşen, milli ve milletler arası tarihi ve kültürel kaynak değerlerimizi korumak amacıyla, 2873 Sayılı Milli Parklar Kanunu ile Milli Park, Tabiat Parkı, Tabiat Koruma alanı ve Tabiat Anıtı gibi alanlar belirlenmekte ve düzenlenmektedir (Yaşar, 2001, s. 182).

Böylece tarihi milli parkın sınırları yasal olarak da belirlenmiştir. Sınırlandırma safhasının önemi zaman ilerledikçe çok daha iyi anlaşılmaktadır. Çünkü savaşın yaşandığı gerçek alanlar

ve savaşa dair kalıntıların korunabilmesi adlandırma safhasında belirlenen hatlara kesin sınırların çizilmesiyle mümkün olmaktadır. Bu koruma, sınırların çizilmesiyle sona ermemekte yükseltme çalışmalarıyla bütünleşmesi gerekmektedir. Yükseltme safhasına yukarıda da belirttiğimiz gibi ancak sekiz yıl sonra 1981 yılında Turizm Bakanlığınca hazırlanan ve bugüne kadar uygulanan ilk Uzun Devreli Gelişme Planı ile başlanabilmiştir. Milli parkın değerleri tarihi ve kültürel miras kalıntıları ile zengin bitki örtüsünden oluşmaktadır. Bu arada, bir yandan Eceabat Belediyesi, diğer yandan da Çanakkale Valiliği, Kültür Bakanlığı Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü ve hatta Orman Bakanlığı'nın Orman Ağaçlandırma ve ORKÖY Genel Müdürlükleri, Tarihi Milli Park içinde yürürlükteki Uzun Devreli Gelişme Planı'ndan bağımsız uygulamalar yapmaya başlamış, kaçak ve ruhsatsız yapılaşmalar, orman yangınları ve hoşnutsuzluklar çoğalmıştır. Uluslararası önemi giderek artan Tarihi Milli Park bundan olumsuz etkilenmeye başlamıştır. Çok sahiplilikten kaynaklanan bir sahipsizlik, koordinasyon eksikliği ile denetim boşluğu, köklü çözüm arayışları gündeme girmiştir. Bu bağlamda, Parkın barışa adanması, uluslar arası bir fikir ve tasarım yarışması düzenlenmesi, özel bir yasa çıkartılması ve yeni bir Uzun Devreli Gelişme Planı'nın hazırlanması bizzat dönemin Sayın Cumhurbaşkanı tarafından önerilmiştir (Bilgiç, 2005, s. 76).

25 Temmuz 1994 'te Tarihi Milli Park'ın Arıburnu – Conkbayırı mevkiinde çıkan orman yangını sırasında 4049 hektarlık orman alanı yanarak muharebe alanı tahrip olmuştur. Bu alanda, harp mezarlıklarının ve anıtların tehlike içinde kalması, ulusal ve uluslar arası düzeyde kaygı oluşturmuş ve Tarihi Milli Park'ın yeniden daha iyi planlanmasını kaçınılmaz kılmıştır. Bazı alanlarda, özellikle Morto koyu, Ertuğrul koyu, Arı burnu ve Küçük Kemikli sahillerinde, yarımadanın Türkiye'nin en büyük şehri olan İstanbul'a yakınlığı nedeniyle, ikinci konutların gelişimi nedeniyle büyük tehdit altına girmiştir (Tarım ve Orman Bakanlığı, 1981, s. 40). Bu nedenlerden dolayı parkla ilgili sorunlara çözüm getirmek üzere Türkiye'nin ilk uluslararası fikir ve tasarım yarışması gerçekleştirilmiştir. Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'na özgü, Park İdaresi'nin parkın gerçek sahibi olmasını sağlayacak yasa tasarısı, 1996 yılından itibaren hazırlanmaya başlanmıştır. 17.02.2000 tarihinde resmi gazetede (4533 sayılı kanun) yayınlanarak yürürlüğe girdi. Park'a 'barış' kimliği kazandırmak üzere yeni bir 'Uzun Devreli Gelişme Planı' da yürürlüğe girmiştir. 2003 yılında bu kanuna istinaden hazırlanan Uzun Devreli Gelişme Planı ile idare edilmektedir. Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı 1997 de Birleşmiş Milletler Dünya Koruma Örgütü (IUCN) tarafından da korunan alanlar listesine alınmasıyla uluslararası önemi giderek artmaya başlamıştır (Çevre ve Orman Bakanlığı, 2004, s. 28).

Yükseltme çalışmaları Gelibolu'da anıt ve mezarlıkların çoğaltılması, savaşa ait araç gereçlerin Harp Hatıraları Müzesi'nde sergilenmesi, savaş dönemi dehşetinin ziyaretçiler tarafından birebir hissedilmesi için çeşitli filmler, slaytlar ve fotoğraflarla bir nevi canlandırma yapılmaya çalışılmıştır. Çamburnu Şehitliği, Conk Bayırı-Atatürk Anıtı, Kabatepe Tanıtım Merkezi, Kanlı Sırt Anıt Yazıtı Gelibolu Tarihi Milli Parkı'nda yapılan yükseltme çalışmalarına örnektir.

Gelibolu yarımadası anıt ve şehitliklerle dolu olup, 55 Türk ve 35' de yabancı anıt olmak üzere bugün toplam 90 anıt ve mezarlık bulunmaktadır. Bu anıtların çoğu daha çok kara savaşlarının meydana geldiği ve her iki taraftan da en fazla kaybın olduğu Anzak koyu ve yarımada'nın güneybatısında bulunmaktadır (Aliağaoğlu, 2008, s. 96).

Yabancı anıt ve mezarlıklar, çıkarma sonrası hayatını kaybeden Yeni Zelandalı, Avustralyalı ve İngiliz askerleri anısına dikilmiştir. Bunların yoğunlukta olduğu bölgeler Arıburnu, Conkbayırı ve Suvla çevresidir. Mezarlık ve anıtlar savaş esnasında dikildiği için birçok bölgede yer almaktaydı. Bu başlı başına bir sorun haline gelmiş ve Lozan Barış konferansında enine boyuna tartışılmıştır. Bunun yanı sıra Yabancı devletler kendilerine ait mezarlıkların topraklarının denetiminin kendilerine verilmesini hatta bayraklarını dalgalandırma talebinde bulunmuşlardır. Bu durum Türk tarafının karşı çıkmasıyla çözüme kavuşturulmuştur. Mezarlıkların bulunduğu topraklar yabancılara tahsis edilmiştir (Lozan Anlaşması 125 ile 136. maddeler arası). Denetimi ve korumacılığı Türklere aittir. Serbestçe mezarlıklar gezilebilecektir. Mezarlıklara ait toprakların yabancı devletlere satıldığı yönünde ortaya çıkan bir takım söylentiler gerçeği yansıtmamaktadır. Başta değindiğimiz sorun ise birçok mezarlığın tek bir anıt etrafında toplanılması şeklinde çözüme kavuşturulmuştur. Günümüzde Gelibolu Yarımadasında 35 ve Çanakkale merkezde bir adet olmak üzere toplam 36 yabancı anıt ve mezarlık bulunmaktadır (Gelibolu Tarihi Milli Parkı, 2012).

Gelibolu Tarihi Milli Parkı'nda yükseltme çalışmaları yenileme ve tadilat çalışmaları şeklinde hala devam etmektedir. Ancak bu yapım çalışmaları sırasında yaşanan bürokratik sorunlar Kaba Tepe Tanıtım Merkezi ve Şehitler Abidesi gibi gözde ziyaret alanlarının kapalı kalmasına ve doğal olarak ziyaretçi sayısının düşmesine neden olmaktadır. Bitmek bilmeyen tadilat çalışmaları her yıl gelen ziyaretçi gruplarının artık ziyaret etmemelerine neden olmaktadır. Bu nedenle Gelibolu Tarihi Milli Parkı için yükseltme çalışmaları yapılırken

çabuk çözüm odaklı olunmalıdır. Aksi takdirde zenginleştirmek isterken zarar verildiği son derece açıktır.

3.6.3 Tapınaklaşma

Alioğlu'na göre (2008, s. 99) savaş alanları için böyle bir gelişimi mümkün görmemektedir. Gelibolu için de böyle bir örnek verilemez ancak daha önce de belirttiğimiz gibi Waterloo'daki İngiliz savaş sancakları, askeri bayraklar, alay renkleri ve ölenlere ait bazı eşyaların bulunduğu Waterloo Kilisesi bütün olarak olmasa da kısmen tapınaklaşma sürecine girebildiğini göstermektedir.

3.6.4 Mekanik Çoğaltma

MacCannell'in ifadesine göre mekanik çoğaltma, kültürel olayların, örnek olarak turistik çekicilikler ve turist varış yerlerinin önem kazanmasına neden olmaktadır. Kutsal objenin mekanik çoğaltılması, onun baskı, fotoğraf, model ve resimler şeklinde tekrar yaratılmasıdır. Böylece bu safhanın, turistik bir obje veya mekânın mabetleşmesi sürecinde, turistik hedefe yönelen turistlerin gerçeği bulma konusunda en önemli safhası olduğu söylenebilir (MacCannell, 1976, s 45).

Mekanik çoğaltma turistik obje, olay veya yerin; gazete, film, tiyatro, kitap, şiir, resim, heykel, hediye eşya vb.. araçlarla çoğaltılmasıdır. Mekanik çoğaltma sayesinde halk hem turistik obje veya yer hakkında bilgi sahibi olur hem de bu süreç hatırlatma görevini üstlenerek unutulmayı önler.

2009 yılında vizyona giren 'Son Kale' Çanakkale Savaşı'nın konu edinildiği bir filmidir. İngiltere Savaş Müzesi'nden alınan gerçek görüntülerin seyirciyle buluştuğu filmde ayrıca Avustralya'dan alınan siyah beyaz cephe fotoğrafları da yer almaktadır. Bu film izleyiciye vatan sevgisi aşılabilir ve unutulmaması gereken tarihi olayları bir daha hatırlatır.

Özellikle okullarda Çanakkale Haftası etkinlikleri nedeniyle Çanakkale Savaşı'nın konu olarak işlendiği tiyatro oyunları sergilenir. Ayrıca Çanakkale Savaşı ile ilgili şiirler harp dönemini duygu yoğun bir şekilde ifade eder. Mehmet Akif Ersoy'un Çanakkale Şehitleri'ne şiiri bu örnekler arasındadır (Birinci, 1990, s. 156).

*Şu Boğaz Harbi Nedir? Var mı ki dünyada eşi?
 En kesif orduların yükleniyor dördü beşi,
 Tepeden yol bularak geçmek için Marmara 'ya
 Kaç donanmayla sarılmış ufacık bir karaya,
 Ne hayasızca tahaşşüd ki ufuklar kapalı!
 Nerde-gösterdiği vahşetle “bu: bir Avrupalı”
 Dedirir-yırtıcı, his yoksulu, sırtlan kümesi
 Varsa gelmiş, açılıp mahbesi, yahut kafesi!
 Eski Dünya, Yeni Dünya bütün akvam-ı beşer
 Kaynıyor kum gibi, Mahşer mi, hakikat mahşer.
 Yedi iklimi cihanın duruyor karşında,
 Avustralya 'yla beraber bakıyorsun; Kanada! (Mehmet Akif Ersoy)*

Aynı zamanda savaş döneminden itibaren gazetenin mekanik çoğaltma üzerindeki etkisi son derece büyüktür. O dönemde sayılı iletişim araçlarından olan gazete savaşın gidişatı hakkında bilgi vermekteydi. Dönemin gazetelerinden İkdam bu bilgileri şu şekilde aktarmaktaydı;

“ Çanakkale 8 (M.A)-Düşmanın bugün hiçbir teşebbüsü vuku bulmamıştır. 5 Mart Muharebesinde hasarzedede olan düşman zırhlılarından bir tanesi de Merkeb Adası civarında karaya oturmuş bir halde bulunmaktadır. Magruk sefainin enkazı sahillerimize çıkmaktadır. Çanakkale telgraftçıları muharebe esnasında katıyyen vazifeleri başından ayrılmayarak şayanı takdir bir iktidar ve metanetle muharebatı temin etmişlerdir”(Çulcu, 2004, s. 178).

‘Gelibolu’ veya ‘Gallipoli’ yazılı anahtarlık, şapka, havlu vb.. süs eşyaları da mekanik çoğaltmaya örnektir. Ayrıca son yıllarda yaşamın önemli bir parçası haline gelen internet teknolojisi bilgi edinme ve yayma aracı olması bakımından son derece etkilidir. Arama motoruna Çanakkale Savaşı veya Gelibolu Tarihi Milli Parkı yazıldığında çok sayıda ayrıntılı bilgi sayfası açılmaktadır.

3.6.5 Sosyal oğaltma

Bu aşama, “Grupların, şehir veya bölgelerin ünlü bir çekicilikten sonra kendilerini adlandırmaları olayıdır” (MacCannell, 1976, s. 45). Sosyal oğaltma turistik objenin bulunduğu yer dışında yakın veya uzak olması fark etmeksizin temsil etme, saygı duyma, daima hatırlama ve hatırlatma amacıyla isminin günlük yaşamda kullanılmasıdır.

Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi, Gelibolu Lisesi, Gelibolu Sağlık Meslek Lisesi, Gelibolu Devlet Hastanesi, Gelibolu Mahallesi vb. örnekler sosyal çoğaltma uygulamalarıdır. Bu aşamada amaç, turistik objeyi bulunduğu alan dışında hatırlatmak olduğu için, Çanakkale ili girişinde yazılı olan ‘dur yolcu bilmeden gelip bastığın bu topraklar bir devrin battığı yedir’ yazısı yine bir sosyal çoğaltma örneğidir. Antalya’daki Seyit Onbaşı Parkı ile İstanbul’daki Çanakkale Şehitler Parkı, sosyal çoğaltmada coğrafi sınır gözetilmediğini gözler önüne sermektedir.

Bir başka örnekte Balıkesir’deki Koca Seyit Köyü’dür. Koca Seyit bilindiği gibi Çanakkale Savaşı sırasında görevli olduğu topun vincinin arızalanması üzerine 275 kilogramlık topu tek başına kaldırarak büyük bir kahramanlık örneği gösteren askerdir. Balıkesir’in Havran İlçesi Çamlık (Manastır) köyünde dünyaya gelen Koca Seyit’in ismi daha sonra kendi köyüne adı verilerek Koca Seyit Köyü olmuştur.

SONUÇ

Araştırmada turizm çeşitlerine değinilerek kültüre dayalı özel ilgi turizmi çeşidi olan keder turizmi üzerinde durulmuştur. Aynı zamanda akademisyenlerin keder turizmini adlandırma ve tanımlama konusundaki farklı bakış açılarına değinilmiştir. Keder turizminin tarihine bakıldığında aslında bu turizm türünün Roma Gladyatör Dövüşleri'ne kadar uzandığı saptanmıştır.

Keder turizmi çeşitlerinden de bahsedilen çalışmada ülkemizden ve tüm dünyadan bu çeşitlerin örnekleri verilmiştir. Ayrıca Türkiye'deki keder alanlarından Anıtkabir, Dolmabahçe Sarayı, Sinop Cezaevi ve Iğdır Soykırım Anıtı Müzesi hakkında bilgi verilerek ziyaretçi sayılarıyla ülkemizde var olan ve var olabilecek keder turisti potansiyeli konusunda fikir edinilmesi istenmiştir. Bu rakamlara bakıldığında aslında Türkiye'de keder turizmine yoğun bir ilgi olduğu son yıllarda Dolmabahçe Sarayı'na yapılan ziyaretlerin aşırı yüklemekten dolayı tahribata neden olmaması düşüncesiyle günlük ziyaretçi limiti konulduğu görülmüştür. Buna rağmen Anıtkabir'e yapılan ziyaretlerin 2007 yılından itibaren hızla düşüş gösterdiği saptanmıştır.

Çalışmada keder turizminin son yıllarda yaygınlaşma nedenlerinden bahsedilmiş, keder turizmi arz ve talebi üzerinde durularak keder turizmi motivasyonları açıklanmaya çalışılmıştır. Böylece keder turistini tetikleyen güdüler incelenmiş ve ülkemizde bu güdüleri harekete geçirmek için neler yapılabileceği konusunda fikir oluşturulması istenmiştir.

Savaş alanları turizmi, keder turizminin bir çeşidi olan hüznün turizmi kapsamında incelenerek dağılım alanlarından bahsedilmiştir. Waterloo Savaş Alanı ile GTMP'ye gelen ziyaretçi sayıları verilmiştir. Bu sayılara bakıldığında tarihi önem itibari ile benzer olan iki savaş alanı arasında ziyaretçi sayısı açısından fark olduğu görülmektedir. Waterloo Savaş Alanı yıllık olarak yaklaşık 200.000 kişi tarafından ziyaret edilirken Gelibolu Tarihi Milli Parkı'nda ziyaretçi sayısının son yıllarda 48.000'e kadar düştüğü görülmektedir. Waterloo Turizm Ofisi tadilatlar ve hukuki sorunlar nedeniyle rakamların düşük olduğunu bildirerek sayıyı artırmak için yeni anıtlar inşa etme planlarından bahsetmektedir. GTMP için de aynı durum geçerlidir. GTMP'deki bu düşüşte özellikle 2009 yılından beri devam eden tadilat çalışmaları nedeniyle kapalı tutulan Kaba Tepe Tanıtım Merkezi ile 5 yıldır hukuki sorunlar yaşanan ve bir türlü ziyarete açılmayan Şehitler Abidesi'nin payı büyüktür. Bu tadilat ve yenilemeler nedeniyle her yıl düzenli olarak ziyarete gelen gruplar artık gelmemeye

başlamışlardır. Aynı zamanda kuş ve domuz gribi gibi salgın hastalıkların baş göstermesi bu düşüşü daha da tetiklemiştir.

Tabi belirtmemiz gerekir ki bu rakamlar her iki taraf içinde savaş alanındaki müzelerle yapılan ziyaretlerle ölçülmektedir. Elbette müzeleri gezmeden örneğin Gelibolu Tarihi Milli Parkı'ndaki şehitlikleri ziyaret edip keder destinasyonundan ayrılan ziyaretçiler de vardır. Ancak geçmiş yıllara baktığımızda GTMP'deki ziyaretçi sayısının örneğin 2005 yılında 300.000'lere ulaştığı görülmektedir. Tabi bu sayı da böylesine tarihi öneme sahip bir keder destinasyonu için yeterli değildir. Ancak var olan potansiyeli görmemiz ve bariz bir azalma olduğunu fark etmemiz açısından bize yardımcı olacaktır. Bu düşüşün önlenmesi için bir an önce tüm tadilat ve hukuki sorunlar çözüme ulaşmalı ve ayrıca genel anlamda Türkiye'de savaş alanları turizminin gelişmesi ve kitlelerin ilgisini çeken bir turizm çeşidi haline getirilmesi gerekmektedir. Bunun yollarından birisi, Borley'inde (2001) ifade ettiği gibi kültürel mirasın canlandırılması için ev sahibi toplumlara değerlerinin anlatılması gerekmektedir.

Bu çalışmada MacCannell'in mabetleşme süreci modeli kullanılarak her iki savaş alanı kıyaslanmış ve özellikle GTMP ve benzeri destinasyonlar için yapılması gerekenler ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu süreçte benzer aşamaların kaydedildiği görülmüştür. GTMP için bazı aşamalarda örneğin adlandırma safhasında geç kalındığı belirlenmiş Waterloo ve GTMP ziyaretçi sayısını artırmak için sınırlama ve yükseltme aşamasının geliştirilmesi gerektiği anlaşılmıştır. Ayrıca mekanik ve sosyal çoğaltmanın geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesi ile her iki savaş alanı için olumlu sonuçlar elde edileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- AKMAN, A.D., “Turizm Gelişmesinin Yarattığı Doğal ve Kültürel Değişimler: Kaş Örneği”, Ankara Üni. Sos. Bil. Enst. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, (2007)
- AKPINAR, E. ve BULUT, Y., “Ülkemizde Alternatif Turizm Bir Dalı Olan Ekoturizm Çeşitlerinin Bölgelere Göre Dağılımı ve Uygulama Alanları”, III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi, Cilt. 4, (2010), 1575 – 1594.
- ALAEDDİNOĞLU, F. ve ALİAĞAOĞLU, A., “Savaş Alanları Turizmüne Tipik Bir Örnek: Büyük Taarruz ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt. 18, Sayı. 2 Güz, (2007), 215-225.
- ALİAĞAOĞLU, A., “Sosyo-Kültürel Miras Turizmi ve Türkiye’den Örnekler”, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, Cilt. 2, Sayı. 2, (2004), 55-70.
- ALİAĞAOĞLU, A., “Savaş Alanları Turizmi İçin Tipik Bir Yer: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı”, *Milli Folklor Dergisi*, Sayı. 78, Yıl. 20, (2008), 88-104.
- ALTAN, Ş., “Türkiye’de Ekoturizm Uygulamaları ve Ekonomiye Katkıları”, Niğde Üni. Sos. Bil. Enst. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, (2006).
- APUHAN, R. Ş., Çanakkale Geçilmez, Timaş Yayınları, İstanbul, 2008.
- ASLAN, S. ve YILMAZ, A., “Modernizme Bir Başkaldırı Projesi Olarak Postmodernizm”, *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt. 2, Sayı. 2 (2001), 93-108.
- ASTHON, J., *Modern Street Ballads*, Kessing Publishing, London, 2010.
- AVCIKURT, C., *Turizm Sosyolojisi*, Detay Yayıncılık, Ankara, 2003.
- BADEMLİ, R. ve SARI, K.B., “Gelibolu Tarihi Milli Parkı Uzun Devreli Gelişme Planı; Tespitler, Değerlendirmeler”, ODTÜ, Ankara, 2002.
- BAYER, M.Z., *Turizme Giriş*, Küre Ajans, İstanbul, 1992.
- BİLGİÇ, P.Ç.G., “Gelibolu Yarımadasında Turizmin Gelişimi” İstanbul Üni. Sos. Bil. Enst., Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, 2005.
- BİRİNCİ, N., *Kahramanlık Şiirleri Antolojisi*, Başbakanlık Basımevi, Ankara, 1990.
- BLOM, T., “Morbid Tourism- A Postmodern Market Niche With An Example From Althorp”, *Norsk Geografisk Tidsskrift*, Vol. 54, (2000), 29-36.
- BOFNIFACE, P., and FOWLER, P.J., *Heritage and Tourism in The Gobar Village*, Routledge Publishing, London, 1993.
- BOORSTIN, D., “The Image- A Guide to Pseudo Events in America, Vintage Books Edition, New York, 1987.

- BORLEY, L., "Cultural Diversity in a Changing Europe" Cultural Tourism, Editor. Fladmark, J.M., 3-12, Donhead Publishing, UK, 1994.
- BOWMAN, M.S. ve PEZZULLO, P.C., "What' so 'Dark' About 'Dark Tourism'?: Death, Tours and Performance", Tourist Studies, Vol.9, No.3, (2010), 187-202.
- BRENDON, P., Thomas Cook: A hundred Years of Popular Tourism, Secker & Warburg, London, 1991.
- CREASY, E.S., Fifteen Decisive Battles of the World From Marathon to Waterloo, Harper & Brothers Publishers, Newyork, 1851.
- ÇEVRE ve ORMAN BAKANLIĞI, Gelibolu Tarihi Milli Parkı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, Ankara, 2004.
- ÇORUH, S., Genel Turizm Bilgisi, Güven Matbaacılık, Ankara, 1967.
- ÇULCU, M., İkdam Gazetesi'nde Çanakkale Cephesi, Denizler Kitabevi, 2004, İstanbul.
- DOĞAN, H.Z., Turizmin Sosyo-kültürel Temelleri, Detay Yayıncılık, Ankara, 2004.
- DOĞANER, S., "Miras Turizminin Coğrafi Kaynakları ve Korunması" Ege Üniversitesi Coğrafi Çevre Koruma ve Turizm Sempozyumu, İzmir, (2003), 1-8.
- DOĞANER, S., "Savaş ve Turizm: Troya ve Gelibolu Savaş Alanları", Türk Coğrafya Dergisi, Sayı. 48, (2006), 1-21.
- DUMAN, M., Çanakkale, Ares Kitap, İstanbul, 2006.
- FEWSTER, K., BAŞARIN, V. ve BAŞARIN, H.H., Gelibolu 1915 Savaşla Başlayan Dostluk, (Çev. İbrahim Keskin), Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2005.
- GEE, C.Y., MAKENS, J.C. ve CHOY, D.J.L., The Travel Industry, New York: Van Nosrand Rehnhold, 1989.
- GENELKURMAY BAŞKANLIĞI, Anıtkabir Tarihçesi, Genelkurmay Basımevi, Ankara, 1994.
- GIBSON, H., "Sport Tourism: A Critical Analysis of Research", Sport Management Review, Issue.1, (1998), 45-76.
- GNOTH, J., "Tourism Motivation and Expectation Formation", Annals of Tourism Research, Vol. 24, No. 2, (1997), 283-304.
- GÖRSEL ANSİKLOPEDİSİ, Görsel Yayınları, Cilt 16, İstanbul, 1999.
- GROSS, C., PIPER, T.K., BUCCIARELLI, A., TARDIFF K., VLAHOV, D. and GALEA, S., "Suicide Tourism In Manhattan, New York City, 1990-2004" Journal of Urban Health: Bulletin of the New York Academy of Medicine, Vol. 84, No. 6 (2007), 755-765.

- GÜNDOĞDU, A., “Turizmde Dış Tanıtma Olgusunun Marka Konumlandırma Açısından Değerlendirilmesi: T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı Örneği”, Gazi Üni. Sos. Bil. Enst. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, (2006).
- GÜZEL, G., “Türkiye’de İç Turizm Pazar Analizi ve Pazarı Canlandırmaya Yönelik Alternatif Turizm Olanakları,” Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 8,Sayı: 16 (2011), 124-144.
- HAYTHORNTHWAITE, P., Uniforms of the Waterloo, Blandford Press, London, 1973.
- HUYSSSEN, A., “Postmodernin Haritasını Yapmak” (Çev:Nilgün Tatal- Küçük), Vadi Yayınları, Ankara, 1994.
- HYDE, K.F., and HARMAN, S., “Motives for a Secular Pilgrimage to the Gallipoli Battlefields”, Tourism Management, Vol. 32, (2011), 1343-1351.
- İÇÖZ, O., GÜNLÜ, E., YILMAZ, B.S., AKTAŞ, G., ÖZDOĞAN, O.N., ÖTER, Z., YILMAZ, D. ve ŞAHİN, N., Genel Turizm Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler, Turhan Kitabevi, Ankara, 2007.
- KAYA, O.,“Ölüm Turizmi: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı’nı Ziyaret Eden Turistlerin Ziyaret Motivasyonlarını Anlamaya Yönelik Bir Araştırma ve Sonuçları”, Çanakkale Onsekiz Mart Üni. Sos. Bil. Enst. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, (2006).
- KEIL, C.,“Sightseeing in the Mansions of the Dead”, Social & Cultural Geography ,Vol. 6, No. 4, (2005),479-494.
- KILIÇ, B., ve AKYURT, H., ‘Destinasyon İmajı Oluşturmada Hüzün Turizmi: Afyonkarahisar ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı’, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,Cilt.10, No.1, (2011), 209-232.
- KONAKLAMA VE SEYAHAT HİZMETLERİ ALANI, Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara, 2007.
- KOZAK, M.A., ve BAHÇE, S., Özel İlgi Turizmi, Detay Yayıncılık, Ankara, 2009.
- KOZAK, N., KOZAK, A.M ve KOZAK M., Genel Turizm: İlkeler- Kavramlar, Anatolia Yayıncılık, Ankara, 1996.
- KÜÇÜKASLAN, N., “Özel İlgi Turizminde Niş Pazarlamanın Yeri” Paradoks Dergisi, Sayı. 2 (2006) 1305-7979.
- KÜLTÜR ANSİKLOPEDİSİ, Kültür Yayınları, Cilt 10, İstanbul, 2001.
- LEHN, V.D., “The Body as Interactive Display:Examining Bodies in a Public Exhibition”, Sociology of Health & Illness, Vol. 28, No. 2, (2006), 223-251.
- LENNON, J. ve FOLEY, M., Dark Tourism The Attraction of Death and Disaster, Continuum, London, 2000.

- LIBERT, F., Waterloo (The Centenary of the Battle), Waterloo: A. Camuzet, Toronto, 1915.
- LIGHT, D., "Gazing on Communism: Heritage Tourism and Post- Communist Identities in Germany, Hungary and Romania", Tourism Geographies, Vol. 2, No.2 (2000), 145-160.
- MACCANNELL, D., The Tourist, University of California Press, London, 1976.
- MEYER, L. and PETERS, J., "A Conversation Tool for St. Lois Cemetery", No. 1 University of Pennsylvania, 2001
- MÜTERCİMLER, E., Korkak Abdul'den Coni Türk'e Gelibolu 1915, Alfa Yayınları, İstanbul, 2005.
- ODABAŞI, Y., Postmodern Pazarlama ve Pazarlama Stratejisi, Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, Eskişehir, 2004.
- OLALI, H., Turizm, MEB Yayıncılık, Ankara, 1992.
- ÖĞÜT, A., GÜLEŞ, H.K. ve ÇETİNKAYA, A.Ş., Bilişim Teknolojileri Işığında Turizm İşletmelerinde Yönetim (Enformatik Bir Bakış), Nobel Yayıncılık, Ankara, 2003.
- ÖZEN, M., ve ŞAHİN, M.E., "Ötanazi", Ankara Barosu Dergisi, Yıl. 68, Sayı.4, (2010), 17-37.
- ÖZGÜÇ, N., Turizm Coğrafyası, Özellikler, Bölgeler, Çantay Kitabevi, İstanbul, 1998.
- ÖZKAN, H.H., "Popüler Kültür ve Eğitim", Kastamonu Eğitim Dergisi, Cilt. 14, No.1, (2006), 29-38.
- PRIDEAUX, B., "Echoes of War: Battlefield Tourism" Advances in Tourism Research Series, (2007), 17-27.
- ROJEK, C., Ways of Escape: Modern Transformations in Leisure and Travel, Macmillan Press, London, 1993.
- SEATON, A.V., "Guided By the Dark : From Thanatopsis to Thanatourism", International Journal of Heritage Studies, Vol. 2, No. 2, (1996), 234-244.
- SEATON, A.V., "War and Thanatourism: Waterloo 1815-1914" Annals of Tourism Research, Vol. 26, N.1, (1999), 130-158.
- SEATON, A.V., "Thanatourism's Final Frontiers? Visits to Cemeteries, Churchyards and Funerary Sites as Sacred and Secular Prilmage", Tourism Recreation Research, Vol. 27, No.2, (2002), 73-82.
- SEZGİN, O.M., Genel Turizm, Tubitay Yayıncılık, Ankara, 1999.

- SHARPLEY, R., "Travels to the Edge of Darkness: Towards a Typology of Dark Tourism",
Taking Tourism to the Limits: Issues, Concepts and Managerial Perspectives,
(2005) ,217-228.
- SMITH, V.L., Hosts and Guests Anthropology of Tourism, University of Pennsylvania
Press,Pennsylvania, 1989.
- SMITH, V.L., "War and Tourism An American Ethnography", Annals of Tourism Research,
Vol. 25, No.1 (1998), 202-227.
- STONE, P.R., "A Dark Tourism Spectrum: Towards a Typology of Death and Macabre
Related Tourist Sites, Attractions and Exhibitions", Selected Works, Vo. 54, No.2,
(2006), 145-160.
- STONE, P.R., "Dark Tourism and The Cadaveric Carnival: Mediating Life and Death
Narratives at Gunther von Hagens' Body Worlds", Current Issues In Tourism, Vol.
14, No. 7, September, (2011), 685-701.
- STONE., P. ve SHARPLEY, R., "Consuming Dark Tourism: A Thanatological Perspective",
Annals of Tourism Research, Vol. 35, No.2 ,(2008), 574-595.
- ŞEN, Ö., Osmanlı'da Mahkum Olmak: Avrupalılaşıma Sürecinde Hapishaneler, Kapı
Yayınları, İstanbul, 2007.
- TAKANO, A.,"Türkiye'de Turizm ve Kültür : Beypazarı'nda Turizm Gelişme Sürecinde
Yerli Halk İle Yabancı Turistler Arasındaki Etkileşim Üzerine Etnolojik Bir
İnceleme", Ankara Üni. Sos. Bil. Enst. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, (2008).
- TANRISEVDİ, A. ve ÇAVUŞ, Ş., "Özel İlgi Turizmi ve Özel İlgi Turizmi Kapsamında
Kuşadası ve Çevresinde Var Olan Potansiyel Kaynaklar Üzerine Kuramsal Bir
İnceleme", Anatolia :Turizm Araştırma Dergisi, Cilt. 14, Sayı. 1, (2003), 9-22.
- TARIM VE ORMAN BAKANLIĞI, Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı, , Ankara, 1981.
- TAYLAK, M., Etnografya'dan Anıtkabir'e, Kültür Yayınları, Ankara, 1998.
- TEMEL BRITANNICA, Temel Eğitim ve Kültür Ansiklopedisi, Ana Yayıncılık, Cilt. 5,
1992.
- TIMBS, J., Curiosities of London, Virtue, London, 1867.
- TOLUNGÜÇ, A., Turizm Olgusu ve Türk Turizmi, Mediacat Yayıncılık, Ankara, 1999.
- TOSKAY, T., Turizm - Turizm Olayına Genel Bakış, Der Yayıncılık, İstanbul, 1989.
- TRAUER, B., "Conceptualizing Special Interest Tourism – Frameworks For Analysis",
Tourism Management, Vol. 27, (2006), 183-200.
- TUAN, Y., "Mekan ve Yer: Humanistik Perspektif" (Çeviren: Arı, Y.), der. Arı, Y., 119-
134, 20. Yüzyılda Amerikan Coğrafyasının Gelişimi, Arı, Y., 119-134, Çizgi Kitabevi,
Konya, 2005.

- TUNÇ, A. ve SAÇ, F., Genel Turizm Gelişimi – Geleceği, Detay Yayıncılık, Ankara, 1998.
- TÜRK DİL KURUMU, Türkçe Sözlük, Ankara, 1988.
- TÜRKOĞLU, K., “Turizm Sektöründe İstihdam İmkanlarının Göç Üzerindeki Etkileri: Fethiye Örneği”, Süleyman Demirel Üni, Sos. Bil. Enst. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, (2011).
- TÜRKMEN, Z., Çanakkale 1915, Berikan Yayıncılık, Ankara, 2007.
- TÜYLÜOĞLU, T., “Türkiye’de Turizm Eğitimi”, Ankara Üni. Sos. Bil Enst. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, (2003).
- ULUSAN, Y. ve BATMAN, O., “Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma”, Selçuk Üni Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı. 23, (2010), 244-260.
- USTA, Ö., Turizm, Altın Kitaplar Yayıncılık, İzmir, 1993.
- UYGUR, M. ve BAYKAN, E. “Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri”, Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitimi Fakültesi Dergisi, Sayı. 2,(2007), 30-49.
- VAN KAMPEN, N.G., The History and Topography of Holland and Belgium, (translated by. Fearnside, W.G), George Virtue, London, 1840.
- YALE, P., From Tourist Attractions to Heritage Tourism, ELM Publishing, Huntingdon, 1991.
- YANG, L. ve WALL, G., “Ethnic Tourism and Entrepreneurship: Xishuangbanna, Yunnan, China”, Tourism Geographies, Vol. 10, Issue. 4, (2008), 522.
- YAŞAR, O., “Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı (Barış Parkı), Yaşanan Sorunları ve Çözüm Önerileri”, Türk Coğrafya Dergisi, Sayı. 36, (2001), 171-201.
- YILMAZ, C., “Tarihi Sinop Kalesi Cezaevi”, Doğu Coğrafya Dergisi, Cilt. 14, Sayı. 22, (2009), 1-16.
- YUILL, S.M., “Dark Tourism: Understanding Visitor Motivation At Sites O Death And Disaster”, Texas A&M University, Master Thesis, (2003).
- WEALE, J., London and its Vicinity, Weale, J. Publishing, 1851.
- WILLIAMS, C., and BUSWELL J., “Service Quality in Leisure and Tourism” Cabi Publishing, 2003.
- WINTER, C., “Battlefield Visitor Motivations: Explorations in the Great War Town of Ieper, Belgium”, International Journal of Tourism Research, Vol. 13, (2011), 164-176.

İnternet Kaynakları

Atatürk ve Ankara

<http://www.ankara.gov.tr/atatürk.htm> (Erişim Tarihi 02. 04. 2012).

Belgium Tourism Office

http://www.belgiumtheplaceto.be/memorial__military_tourism_waterloo.php
(Erişim Tarihi 23.02.2012).

Çanakkale

<http://www.enfal.de/otarih71.htm> (Erişim Tarihi 28.03.2012).

Deprem Müzesi

<http://www.sakaryakulturturizm.gov.tr/sayfa/94-deprem-muzesi.html>
(Erişim Tarihi 18.05.2012).

Dolmabahçe Sarayı

<http://www.millisaraylar.gov.tr/portalmain/Palaces.aspx?SarayId=10> (12.04.2012).

Frightening Trend: Ghost Tourism Booms

<http://www.livescience.com/4691-frightening-trend-ghost-tourism-booms.html>
(Erişim Tarihi 20. 05. 2012).

Gelibolu Tarihi Milli Parkı

<http://www.canakkaleili.com/gelibolu-tarihi-milli-parkinda-bulunan-yabanci-anit-ve-mezarliklar.html> (Erişim Tarihi 04.32012).

Genelkurmay Başkanlığı

<http://www.tsk.tr/> (Erişim Tarihi 05, 04, 2012).

Genel Bilgiler

<http://www.igdirkulturturizm.gov.tr/belge/1-33613/genel-bilgiler.html>
(Erişim Tarihi 29.04.2012)

Gezilecek Yerler

<http://www.igdirkulturturizm.gov.tr/belge/1-58431/igdir-soykirim-anit-muzesi.html>
(Erişim Tarihi 20.04.2012).

Ground Zero

<http://www.grief-tourism.com/ground-zero-tragedy-terror-and-grief-tourism/>
(Erişim Tarihi 18.05.2012).

Hayalet Turizmi Nedir?

<http://otelbook.blogspot.com/2011/11/hayalet-turizmi.html>(Erişim Tarihi 09.03.2012).

Holokost Nedir?

<http://www.projetaladin.org/holocaust/tr/holokost-tarihi/holokost-temel-bilgiler/what-is-the-holocaust.html> (Erişim Tarihi 17.02.2012).

Kendle

<http://www.vagabondish.com/dark-tourism-travel-tours/> (Erişim Tarihi 03.04.2012).

Korku Parkı

<http://www.haberhurriyeti.com/HaberDetay/41984-korku-parkina-korkulu-acilis.aspx>
(Erişim Tarihi 28.05.2012).

Milli Parklar

<http://www.milliparklar.gov.tr/DKMP/HomePage.aspx?sflang=>
(Erişim Tarihi 04.04.2012).

Nazi Concentration Camp Pictures

<http://www.qualityinformationpublishers.com/nazi-concentration-camp-pictures>
(Erişim Tarihi 14.03.2012).

Poverty Tourism

<http://www.irishtimes.com/blogs/outsidein/2009/09/30/poverty-tourism>
(Erişim Tarihi 03.03.2012).

şevki Paşa'nın Çanakkale Haritaları

<http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/332864.asp> (Erişim Tarihi, 07.04.2012).

Tarihi Cezaevi

<http://www.sinop.gov.tr/cezaevi.asp> (Erişim Tarihi 18.04.2012).

Tarihi Sinop Cezaevi

http://tr.wikipedia.org/wiki/Tarih%C3%AE_Sinop_Cezaevi
(Erişim Tarihi 17.04.2012).

Thanatourism and Dark Tourists Why They Walk In The Shadows

<http://www.tourism-master.nl/2011/11/25/thanatourism-and-dark-tourists-why-they-walk-in-the-shadows/> (Erişim Tarihi 04.02.2012).

The Hill

http://en.wikipedia.org/wiki/Lion's_Mound (Erişim Tarihi 29.03.2012).

The Truth Behind The World

http://blog.foreignpolicy.com/posts/2007/02/28/the_truth_behind_the_world_press_photo_winner (Erişim Tarihi 16.03. 2012).

Visit Waterloo Belgium and Explore History

<http://www.brussels-belgium-travel-guide.com/waterloobelgium.html>
(Erişim Tarihi 24.03, 2012).

Waterloo: The Lion Hill

<http://www.trabel.com/waterloo/waterloo-hill.htm> (Erişim Tarihi 03.05.2012).

57. Alayın Yürüyüş Güzergahı

<http://www.gallipoli-1915.org/gursel.yol.htm> (Erişim Tarihi 22. 05.2012).

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI : Handan ÖZÇELİK

Doğum Tarihi ve Yeri : 08.04.1986- Merkez/Karabük

Uyruğu : T.C

Medeni Hali : Bekar

Eğitim Durumu :

2005- 2009 **Balıkesir Üniversitesi**
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

2000-2004 **Mustafa Yazıcı Süper Lisesi (Karabük)**
Ortaöğrenim

1992-2000 **Zübeyde Hanım İlköğretim Okulu (İzmit) İlköğretim**

Yabancı Diller : İngilizce (İyi)

Deneyimler :

2012 Damair Group (Dış Ticaret)

2010 Sueno Golf Hotel (Resepsiyon)

2009 Bodrum Fuga Hotel (Resepsiyon)

2008 Casa Carmelo Restaurant (İspanya)

Staj :

2007 ETS Group (Tesis Rehberi)

Bilgisayar Bilgisi : Microsoft Windows 95/98/NT Word – Excel

İlgilenilen Alanlar :Müzik, Koleksiyon

Sınavlar : 2005 KPDS 81- 2009 ALES 65

E-Mail : handanguide@hotmail.com