

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/299599754>

# Çanakkale'de Düzenlenen Anzak Tur Programlarına Yönelik Bir İçerik Analizi

Conference Paper · November 2015

CITATION  
1

READS  
521

4 authors, including:



**Sema Küçükali**  
Istanbul University

5 PUBLICATIONS 3 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)



**Ozan Atsız**  
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University

46 PUBLICATIONS 124 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Yozgat'ın Alternatif Turizm Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması [View project](#)

## ÇANAKKALE'DE DÜZENLENEN ANZAK TUR PROGRAMLARINA YÖNELİK BİR İÇERİK ANALİZİ

**İsmail KIZILIRMAK**

*Prof. Dr. İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü*

*ikizilirmak@istanbul.edu.tr*

**Zaid ALRAWADİEH**

*İstanbul Üniversitesi, SBE , Turizm İşletmeciliği ABD*

*Zaid\_rawadiehh@yahoo.com*

**Sema KÜÇÜKALİ**

*Arş. Gör. İstanbul Üniversitesi, SBE, Turizm İşletmeciliği ABD*

*semaakucukali@gmail.com*

**Ozan ATSIZ**

*Arş Gör. İstanbul Üniversitesi, SBE, Turizm İşletmeciliği ABD*

*ozanatsiz@gmail.com*

### ÖZET

Yeni Zelandalı ve Avusturyalı turistler için Çanakkale'nin önemi göz önünde bulundurulduğunda, bu çalışma iki önemli potansiyel pazarda Türkiye'ye yönelik yapılması planlanan ve tanıtılan tur programlarını incelemektir. Birkaç Yeni Zelandalı ve Avusturyalı tur programları üzerine içerik analizi yöntemi uygulayarak, bir turistik destinasyon olarak Çanakkale pazarında ortaya çıkan ortak temaların önemini vurgulanmaktadır. Çalışmada ortaya konan tarih ve arkeolojik alanlar ve deneyim odaklı etkinlikler Yeni Zelandalı ve Avusturyalı tur operatörleri programlarından en çok kullanılan temalardır. Elde edilen sonuçlar, Türkiye'deki turizm planlayıcılarına Yeni Zelanda ve Avusturya turist pazarını oluşturmada ve destinasyon pazarlama stratejilerini uygulama konusunda yardım olması beklenmektedir.

**Anahtar Sözcükler:** Dark Turizm, Savaş Turizmi, Destinasyon Pazarlaması ANZAK, Çanakkale

### GİRİŞ

Turizmin günümüze değin gösterdiği gelişim, kitle turizmi gibi klasik turizm hareketleri ve türleri üzerinde yoğunlaşmıştır. Giderek artmakta olan yaşlı nüfus, azalan genç nüfus, boş zaman oluşumu ve maddi kazanç gibi unsurlar insanları

turizme yönelmektedir. Artık klasik turizm hareketleri yeni dünya koşullarını karşılayamamaktadır. Bu durum yeni turizm türlerinin oluşması ve türlerinin giderek artması gerekliliğini ön plana çıkarmıştır (Kozak, A.Kozak ve Kozak, 2001). Yeni turistik ürün formlarında ölümler, felaketler ve vahşetler modern turizm dünyasında yaygın olarak kullanılan özellikler manevi seyahatler gerçekleştiren turistler için “dark tourism” gibi farklı turistik faaliyetler yaratmaktadır. İnsanların bu yönde eğilim göstermesi akademik çalışmaları gittikçe artırmaktadır (Stone, 2006).

İnsanların hayatlarında büyük bir etkiye sahip olan savaşlar turizm ile bir etkileşim yaşamıştır. Savaşların turizme sağladığı bir diğer katkı ise, askeri çekicilikleri ortaya çıkarmasıdır. Savaş meydanları, şehrin çevresinde inşa edilmiş kaleler, donanma limanları, savaşın izlerini yansıtan askeri müzeler gibi çekicilikler bunlarında başında gelmektedir. Bu çekiciliklere bağlı olarak ortaya çıkan bir diğer turizm çeşidi ise savaş alanları turizmidir. Bu alanları korumanın en etkin yolu milli parklardır. Oluşturulan bu milli parklar insanların kültürel, duygusal ve fiziki yenilenme alanlarıdır (Aliğaoğlu, 2008).

Savaş alanları, hiç kuşkusuz tarihi ve kültürel öneme sahiptir. Savaş alanları turizmi yeni bir kavram olan “keder turizmi”nin bir parçasıdır. Miras turizminin bir çeşidi olan keder turizmi çeşitli nedenlerle insana keder veren yerlerin turizm amacıyla kullanılması anlamına gelmektedir. Keder turizmi uzun bir tarihe sahiptir ve Waterloo gibi savaş meydanların ve Pompeii gibi doğal felaketlerin yaşadığı yerlerin ziyaretine dayanan “*thanatopic*” gelenek olarak da tanımlanmaktadır (Seaton, 1998)

Savaşlar toplumların yaşamları üzerinde birçok farklı etki bırakmıştır. Turizm faaliyeti de savaşların çeşitli etkileri altında kalmış, onlardan etkilenmiştir. Bu çalışmada I. Dünya Savaşı’nda açılan cephelerden biri olan Çanakkale’de yaşanan savaşın izlerini sürmek, son zamanlarda bölgeye gelen özellikle yabancı ziyaretçilerin artmasının nedenleri ve Gelibolu Yarım Adası’na Yeni Zelandalı ve Avustralyalı ziyaretçilerin yüklediği anlam ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Çanakkale Savaşı’ndan ve keder turizminin alt başlıklarından birini oluşturan savaş turizminden bahsedilirken sahanın bugünkü anlamını kazanmasında önemi olan savaşlardan bahsedilmekte ve Yeni Zelandalı ve Avustralyalı turistler açısından sahanın anlamını ortaya koyan bölüme geçilmektedir. Onların Çanakkale veya Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı hakkında hissettikleri keder turizminin tanımlanması açısından önemlidir

Günümüzde kıyısında iki dünya savaşı ile anılan Çanakkale, savaş turizminin en önemli destinasyonlardan birisidir. Bir çok ülke için bağımsızlıklarını kazanmalarına ilham olan, bir milletin var oluşunun daha doğrusu bir milletin kendine

gelişinin en hüznünlü hikayesidir. Aynı zamanda bugün savaşın taraflarının birbirleri ile dost oluşunun aynı duygu ve hislerin paylaşıldığı ortak bir mirastır. Ayrıca, ölümler ve felaketler gibi çekiciliklerin her zaman var olacağı ve bu durum insanların bulunduğu yerden olayların yaşandığı yere seyahat etme isteği var olacaktır Kazalarska (2002). Bu durumun kökeni antik çağlara kadar uzanmaktadır. Günümüzde ise, bu olaylar paket tur haline getirilip, insanlara sunulmaktadır

Bu doğrultuda Çanakkale savaşının yaşandığı meydanın ve bu bölgeye yapılacak alternatif turizm türlerine yönelik çabaların sürdürülmesi önem arz etmekte olduğu söylenebilir. Bu çalışmada, I. Dünya Savaşı'nda açılan cephelelerden bir olan Çanakkale Savaşı'nın yaşandığı yer olan Gelibolu Yarımadası'nın Avusturya ve Yeni Zelandalı tur operatörlerinin Türkiye'ye yönelik yapmış oldukları tur programlarında bölgenin nasıl tanıtıldığına ilişkin hazırladıkları tur programlarını nitel araştırma yöntemi olan "içerik analizi" kapsamında ayrıntılı olarak incelenmiştir.

## YAZIN TARAMASI

Yukarıda da bahsedildiği üzere savaşlar, ölümler, terör olayları gibi toplum üzerinde çok yönlü etkiye sahip bu tür olaylar keder turizmi başlığı altında birçok araştırmacı tarafından ele alınmaktadır. Buradan yola çıkarak keder turizmini tanımlayacak olursak; Gerçek ve ticari hale getirilmiş ölüm ve yıkım unsurlarının sunumu ve tüketimidir (Foley ve Lennon 1996, Kaya 2006, Millî Folklor, 2008). Keder turizmin alt başlıklarından birini oluşturan savaş turizmi ise kültürel turizmin de içinde yer almaktadır. Savaş turizmi insanların tarihsel ve güncel savaşların mekân ve kalıntılarını görmek isteğinin ortaya çıkardığı bir turizm çeşididir"(Doğaner, 2006). İnsanların atalarına ve tarihlerine sahip çıkma, yaşanan zorlu günlere bir nevi tanıklık etme, savaş alanlarını ve kanıtlarını görme arzusunun tetiklemeyle doğan bir turizm çeşididir (Erdem, 2006).

Literatürü incelediğimizde savaşların makro ekonomik ve politik boyutlarını ele alan yüzlerce makale bulunmaktadır. Fakat turizm ve bölgesel ekonomi üzerine olan etkilerine bakıldığında çok az önemin verildiği ortaya çıkmaktadır (Bandaro, 1997). Savaş alanlarını, savaş turizmine kazandırmak için, yapılması gereken ilk şey savaş turizminin insanlar için ne ifade ettiğini anlamaktır. Başka bir ifadeyle, savaş turizminin asıl amacı açıkça belirlenmelidir. Savaş turizminde önemli olan amacın ekonomik değil kültürel olmasıdır. İnsanların bu kadar hassasiyet gösterdiği, onlara atalarından, tarihlerinden miras olarak kalan bu mekanlara ekonomik bir araç olarak bakmak, oradaki maneviyatın kaybolmasına yol

açacaktır. Bu nedenle savaş alanlarının öncelikle turizmde sunumu planlanmalıdır (Aliağaoğlu, 2008).

Savaş turizminin dağılım alanlarına bakıldığında mekansal çekicilikler ve olaysal çekicilikler olarak iki başlık altında toplamak mümkündür. Mekansal çekicilikler; savaş meydanları, kaleler, surlar, anıt mezarlar, müzeler, ordu yolları, karargahlar ve ordugahlar şeklinde sıralanırken, olaysal çekicilikler ise; askeri günler, savaş yıl dönümleri, kurtuluş yıl dönümleri ve barış anlatmaları yıl dönümleri olarak sıralamak mümkündür (Doğaner, 2008).

Bugün milyonlarca yerli ve yabancı turistin ziyaret ettiği Çanakkale adeta bir açık hava mezarlığı durumundadır. Hal böyle olunca günden güne artan bu seyahatler doğal olarak turizm ile birleşmektedir. Başka bir ifadeyle tarihte savaş mekanı olan bu yerler bugün birer turizm destinasyonuna dönüşmüştür. Savaş alanlarının sahip olduğu çekicilikler dünya üzerinde en çok rastlanan çekiciliklerdir (Smith, 1998). Kültürünü ve özünü arayan insanların karşısına savaş turizmi çıkmaktadır. Bir milletin var oluşunun temelinde, kimliğinde yapılan savaşlar yatmaktadır.

MacCannel'a göre, turistik bir ürünün mabetleşme sürecinde, bir turistik obje diğerlerinden ayrılır, sınırları çizilir, farklılıklar ortaya konulur ve o ürünün kutsallaşmasıyla süreç tamamlanır. Bu sürecin aşamaları tek tek sıralanılacak olursa; adlandırma (naming), sınırlandırma ve yükseltme (sergileme) (framing-elevation), tapınaklaşma (enshriment), mekanik çoğaltma (mechanical reproduction) ve sosyal çoğaltma (social reproduction) şeklindedir. Bu alanların yorumu, gelen ziyaretçiler için ne anlam ifade ettiği ise algısal özgünlüğe dayanmaktadır (Stone, 2004).

Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı, Slade tarafından aynı süreçler dikkate alınarak incelenmiştir. Slade (2003)' göre Avustralya ve Yeni Zelandalılar Gelibolu'ya sadece ölümler ve ölüm alanlarını ziyaret için seyahat etmemektedirler. Onlar için bu savaş alanlarının asıl önemi Avustralya ve Yeni Zelanda'nın bir devlet olarak ortaya çıkışıdır (Aliağaoğlu, 2008; Doğaner, 2006). Yeşildağ (2010) tarafından yapılan çalışmada, bölgeye gelen turistlerin seyahat motivasyonları ele alınmış olup, gelen ziyaretçilerin meşhur bir mezarlığı ziyaret, belirli bir mezarlığı ziyaret, savaş alanlarını gezerek tecrübe edinmek ve zaferimizi kutlamak gibi unsurların ön plana çıktığı görülmektedir.

25 Nisan 2000 günü, Avustralya'da yüzbinlerce kadın, erkek, genci ve yaşlısı ANZAC Günü adı altında bu törene katılmıştır ve bu tarihten itibaren ülke için ulusal bir tatil olarak kabul edilmiştir. Aynı zamanda günümüzde her yıl binlerce insan bu tarihte akın akın Gelibolu yarımadasına gelmektedir. Bu günün anlamını anlayabilmek için 25 Nisan 1915 yılına geri gitmek gerekmektedir.

İstatistiklere göre, ülkemize giriş yapan Avusturyalı turist sayısı 2012 yılında 505.560 kişi, 2013 yılında 518.273 ve 2014 yılında ise 512.339 kişi'dir. Gelen Yeni Zelanda'lı turistlerin sayısı ise her geçen yıl artmaktadır. 2012 yılında 28.278, 2013 yılında 30.667 ve 2014 yılında ise 32.993 kişi ülkeye giriş yapmıştır (TUİK, 2013: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2012).

## ÇALIŞMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu çalışma, Türkiye'ye yönelik düzenlenen Avusturyalı ve Yeni Zelandalı tur programlarını incelemek ve Çanakkale bölgesi ile ilgili vurgulanan ortak temaları belirlemeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın amaçlarına ulaşmak için 3 tane Avustralyalı ve 3 tane Yeni Zelandalı seyahat acentesi seçilip bu acenteler tarafından 2015 yılında düzenlenen ve Türkiye'ye yönelik pazarlanan tur programları incelenmiştir. İncelenen tur programlarına söz konusu seyahat acentelerin web sayfalarından ulaşılmıştır.

Çalışmanın amaçlarına ulaşmak için yöntem olarak nitel araştırma yöntemi olan içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, yazılı, sözlü veya görsel iletişim mesajlarını analiz eden bir yöntemdir (Cole, 1988). Son zamanlarda, turizm araştırmalarında içerik analizi sık sık kullanılan bir yöntem olarak kendini göstermektedir (Okumus, Okumus, ve McKercher, 2007; Kızırlımak, Alarawadieh ve Aghayeva, 2015). Özellikle internet ortamında gittikçe artan yayın ve paylaşımından dolayı, içerik analizi önem kazanan bir yöntem haline gelmiştir.

Bu çalışmanın bir araştırma ekibi tarafından yürütülmesi gerekliliği göz önünde bulundurulduğunda, Charmaz (2006)'nin önermiş olduğu gibi, tur programları öncelikle iki araştırmacı tarafından bağımsız bir şekilde incelenmiş ve ortak temalar çıkartılmıştır. Anlaşmazlık durumunda söz konusu metin/paragraf veya cümle ortak bir kanıya varana kadar yeniden incelenmiştir. Sonuçlar aşağıda verilmiştir.

## TARTIŞMA VE SONUÇ

İncelenen tur programları yaklaşık 35 sayfayı kapsamaktadır. Türkiye'nin en önemli turistik destinasyonu ve en çok turist çeken bölgesi olan İstanbul göz önünde bulundurulduğunda, incelenen tüm tur programlarının İstanbul'a varıp oradan turun başladıkları yere gelmeleri şaşırtıcı bir sonuç değildir. Avusturyalı bir tur programında şu ifadeye rast gelinmiştir; *"Türkiye'ye seyahat planları yapmak isteyen Avustralya ve Yeni Zelanda vatandaşlarıyla konuştuğumuzda, İstanbulun yanı sıra, Çanakkale ve Kapadokya gibi iki önemli bölgenin ilgilerini çektiklerini ve onları bünyeliklerini belirtmişlerdir"* (A1).

Uzun mesafeden gelen turistlerin kalış süresi uzun olması beklenmektedir, bu doğrultuda, incelenen tur programlarında Türkiye’de kalış süresi ortalama olarak 16.5 gün olduğunu belirtilmiştir. Avustralyalı ve Yeni Zelandalı turistlerin Türkiye’de uzun kalmaları hem kendilerine daha olgun ve unutulmaz bir deneyim sağlamakta hem de Türkiye’deki turistik bölgelere ve o bölgelerdeki faaliyet gösteren işletmelere iktisadi kazanç elde etme olanağı sunmaktadır. Çanakkale’de kalış süresi ise ortalama olarak 2 gün olduğunu belirtilmiştir.

İncelenen tur programlarından iki ana tema dikkat çekmektedir: Arkeolojik ve tarihsel alanlar, ve deneyim odaklı etkinlikler.

### **Arkeolojik ve Tarihsel Alanlar**

Savaş turizminde savaş meydanları, kaleler, surlar, anıt mezarlar, müzeler, ordu yolları, karargahlar ve ordugahlar gibi mekansal çekicilikler savaş turizmine katılan turistler için çok önemlidir. Çünkü yaşanan savaşın izlerini yansıtan bu çekicilikler tarihsel olarak insanların hafızalarında yer almakla birlikte yaşanan savaşın izlerini yansıtan bu çekicilikleri yerinde görmek turistleri savaşın yaşandığı zamana götürmektedir (Doğaner, 2006). Ayrıca, Waterloo, Pön savaşları gibi milattan önce yaşanan savaşların olduğu ve günümüzde kalıntıları arkeologlar tarafından gün yüzüne çıkarılan savaşlar kültür amaçlı seyahat eden turistlerin dikkatini çekmektedir. Çanakkale’de ise milattan önce Troya antik kentinde Truva savaşı meydana gelmiştir. Bu savaş üç filme konu olmuş ve 2004 yılında çekilen Troya filminde ise insanların dikkatini çekerek bölgeye seyahatler gerçekleştirilmiştir.

Geçmişte bu tarihsel ve arkeolojik kalıntıların olduğu alanlara yerli ve yabancı turistler, özellikle ANZAK turistler, tarafından aşırı ilgi görmektedir. Bu durumdan fayda sağlamak isteyen tur operatörleri bu olayların yaşandığı yerlere tur paketleri hazırlayıp tarihsel alanları ziyaret etmek isteyenlere sunmaktadırlar (Kazalarska, 2002).

Bu amaçla, incelenen tur programlarında tur operatörlerinin arkeolojik ve tarihsel alanlara yönelik aktiviteleri göze çarpmaktadır. Çünkü programın yoğunluğu bu alanların ziyaretine yöneliktir. Örneğin bir operatör programlarında " *Lone Pine ve Cuhunuk Bair’de Anzak anıtlarını ziyaret etmek için engebeli dağlardan Anzak izlerini izleyeceğiz. Ayrıca birçok siteler arasından Shrapnel vadisi, Walker’s Ridge, Nek ve çevresindeki hendekler ziyaret edilecek*" (A1) ifadesine yer vererek savaş meydanında yapılanı yerinde görme fırsatı sunmaktadır. Yeni Zelandalı bir seyahat acentenin tur programında ise şu ifade bulunmaktadır: " *Homerosun İlyadasında ölümsüzleşen mitolojik savaşın alanı olan ve Kral Priamus, Hector ve güzel Helenin olduğu Troya antik kentin kalıntılarını ziyaret edeceğiz. Orada arkeologlar tarafından ortaya çıkan 9 ayrı katmanı, surların kalıntılarını, ev kalıntılarını, tapınak ve tiyatroyu*

göreceğiz. Ayrıca Millattan önce 6ıncı yüzyılda yapılan sembolik tahtadan yapılmış epik savaş makinesi Truva Atını göreceğiz."N1. Bu durum, Çanakkale'ye yapılacak kültürel turların artmasını sağlayacaktır. Çünkü, ünlü İlyada destanını okuyan entelektüel kişiler Türkiye'ye geldiklerinde bu bölgenin de ziyaret edilmesini isteyeceklerdir. Bu durumu fırsat olarak değerlendiren acenteler ise gelen ziyaretçileri oraya yönlendirmektedir. Bu durumun, tarihi bir turistik destinasyon olmasına katkı sağlayacaktır.

### **Deneyim Odaklı Etkinlikler**

Deneyim odaklı ürünler ya da etkinlikler müşteriler tarafından kendilerine ortamın estetik ve hatırlayacağı tarafları ön planda tutarak kendilerine keyif veren özelliği taşımaktadır. Günümüzde yaşanan iç savaşların buldukları yerlere bazı acenteler tarafından turlar düzenlenmektedir. Bunu bir örneği Suriye'deki iç savaştır. Turistler bu alanlara giderek savaşın yaşandığı bölgeye belli bir mesafede izlemektedir. Hatta, talep halinde kendilerine de silah verilerek savaş ortamı yaratılmak isteniyor ve kendilerine silah verilerek ateş etmeleri istenmektedir (Euromonitor, 2014; Dailymail, 2014; Sabah, 2015).

Bu amaçla, incelenen tur operatörlerinin programında bazı deneyimsel odaklı etkinliklere yer verdikleri gözlemlenmiştir. Bu etkinlikler, savaş alanının yaşandığı alanın çevresinde bulunan restoranlara yeme-içme veya o bölgede bulunma hizmetini sunmaktadır. Örneğin, Avustralyalı bir tur operatörü programında "*Çanakkale yarımadasında savaş emanetleri ve koleksiyonlarının olduğu Kabatepe Savaş Müzesi olacak. Yakında bir otelde öğle yemeği yiyeceğiz.*" (A1) Etkinliğine yer vererek müşterilere unutulmaz bir deneyim yaşatmaktadır. Ayrıca Yeni Zelandalı bir tur operatörü tura katılacak olanlara Şafak servisi hizmeti sunmaktadır. Programda "*100'üncü yıl anma töreni. "Anzak Şafak Servisi"ne katılm.*" ve ardından o bölgede "*Şafak servisinden sonra, kıyıyı izlerken kahvaltı kumanya paketi edinin.*" (N1) hizmetini sunarak müşterilere unutulmaz ve duygusal bir deneyim yaşatmaktadır.

İnsanlar geçmişten günümüze değin tarihte yaşanan olaylara seyahat gerçekleştirmek istemişlerdir. Özellikle, yıkıcı etkisi olan savaşların toplumların zihinlerinde çok büyük etkisi olduğu bilinmektedir. İnsanlarda bu savaş alanlarına seyahatler gerçekleştirerek o anıyı tekrar yaşamak istemekte veya hayatlarını kaybeden askerleri anmak istemektedirler. Stalingraad gibi savaş alanları çevresinde düzenlenen etkinlikler bölge ekonomisine çok büyük ölçüde katkı sunmaktadır.

Bu çalışma kapsamında az sayıda tur acente ele alınmıştır. Bu yüzden çalışmanın sonuçlarını genellemek zordur. Ayrıca, kullanılan yöntemin de çalışmanın sınırlılığı kapsamında değerlendirmek mümkündür.



## KAYNAKÇA

- Aliğaoglu, A. (2008). Savaş Alanları Turizmi için Tipik Bir Yer: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı. *Milli Folklor*, 20(78), 88-103.
- Bandaro, J. S. (1997). The Impact of Civil War on Tourism and the Regional Economy. *South Asia Special Issue*, XX, 269-79.
- CHARMAZ, Kathy; (2006), *Constructing Grounded Theory*. Sage, London, England.
- COLE, Frank. L; (1988), "Content analysis: process and application". *Clinical Nurse Specialist* 2(1), ss. 53-57.
- Dailymail. (2014). 22.08.2015 tarihinde <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2783682/Postcard-frontline-War-tourists-pose-photos-Syrian-town-siege-ISIS-hit-U-S-airstrikes.html> adresinden alındı
- Doğaner, S. (2006). Savaş ve Turizm: Troya ve Gelibolu Savaş Alanları. *Türk Coğrafya Dergisi*, 46, 1-21.
- Doğaner, S. (2006). Savaş ve turizm: Troya ve Gelibolu savaş alanları. *Türk Coğrafya Dergisi*, 1-21.
- Erdem, S. H. (2006). The Differences Between Dark and Heritage Tourism: The Case of ANZAC. *Forth International Symposium on Business Administration*, Check Republic, Kalvina.
- Euromonitor. (2014). 22.08.2015 tarihinde <http://www.euromonitor.com/travel-and-tourism-in-syria/report> adresinden alındı
- Kaya, O. (2006). *Ölüm Turizmi: Gelibolu Tarihi Milli Parkını Ziyaret Eden Turistlerin Ziyaret-Motivasyonlarını Anlamaya Yönelik Bir Araştırma ve Sonuçları* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Kazalarska, Svetla I. 'Dark Tourism': *Reducing Dissonance IN THE Interpretation OF Atrocity*. Diss. The George Washington University, 2002.
- Kızılırmak, İ., Alrawadieh, Z. & Aghayeva, S. (2015). Doğu Karadeniz Bölgesindeki Otel Müşterilerinin Seyahat E-yorumlarına Yönelik bir İçerik Çözümlemesi, içinde: Akdu, U & Çalık, İ (editörler), Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, ss. 397-405.
- Lennon, J. & Foley, M. (2000). *Dark Tourism The Attraction of Death and Disaster*, London, Continuum.
- Okumus, B., Okumus, F., & McKercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*, 28(1), 253-261.
- Sabah. (2015). 22.08.2015 tarihinde [http://www.sabah.com.tr/dunya/2015/03/19/5-bin-dolara-savas-turu%2F5-bin-dolara-savas-turu&ei=9V3YVbmjL8rzUK\\_0tGA&usg=AFQjCNEBfkS1v2wA](http://www.sabah.com.tr/dunya/2015/03/19/5-bin-dolara-savas-turu%2F5-bin-dolara-savas-turu&ei=9V3YVbmjL8rzUK_0tGA&usg=AFQjCNEBfkS1v2wA) adresinden alındı T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2012). 16.08.2015 tarihinde <https://www.kultur.gov.tr/Eklenti/3949,2012pazarraporlaripdf.pdf?0> adresinden alındı

- Seaton, A.V.(1998). Guided By The Dark: From Thanatopsis To Thanatourism. *International Journal Of Heritage Studies*. 2 (4), 234-244.
- Slade, P. (2003). Gallipoli Thanatourism the Meaning of ANZAC. *Annals of Tourism Research*, 30 (4): 779-794.
- Smith, V. L. (1998). War and Tourism An American Ethnography. *Annals of Tourism Research*, 25 (1): 202-227.
- Stone, R. P. (2006). A Dark Tourism Spectrum: Towards a Typology of Death and Macabre Related Tourist Sites, Attractions and Exhibitions. *Tourism: An Interdisciplinary International Journal*,54 (2): 145-160.
- TÜİK. (2015). 22.08.2015 tarihinde <http://tuikapp.tuik.gov.tr/turizmapp/sinir.zul?> adresinden alındı
- Yeşildağ, B. (2010). Savaş Alanları Turizmi Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı Örneği. Çanakkale : Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.