

HÜZÜN TURİZMİ KAPSAMINDA ÇANAKKALE SAVAŞ ALANLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ¹

Evaluation of Gallipoli Battlefields within the Scope of Dark Tourism

Abdullah KÖSEOĞLU * - Mete SEZGİN **

* Öğr. Gör. Dr., Bitlis Eren Üniversitesi, Rektörlük Turizm İhtisaslaşma Koordinatörlüğü, ORCID: 0000-0002-6885-7225, a.koseooglu@msn.com

** Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, ORCID: 0000-0001-9079-2520, metesezgin@hotmail.com

¹ Bu çalışma Prof. Dr. Mete SEZGİN danışmanlığında tamamlanan "Hüzün Turizmi Kapsamında Çanakkale Savaşlarının Turizm Ekonomisine Etkisi" başlıklı yüksek lisans tezi esas alınarak hazırlanmıştır

Makale Türü
Article Type
Tez Özeti Makalesi
Dissertation Article

Geliş Tarihi
Received
20.12.2024

Kabul Tarihi
Accepted
27.12.2024

Önerilen Atıf Şekli /
Recommended Citation:
Köseoğlu, A., & Sezgin, M. (2024). Hüzün Turizmi Kapsamında Çanakkale Savaş Alanlarının Değerlendirilmesi, *Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi*, 18, 165-173.

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, Çanakkale savaş alanlarının hüzün turizmi bağlamında değerlendirilmesidir. Çalışmanın ilk kısımlarında turizm, hüzün turizmi, Çanakkale savaş alanlarının turizm açısından önemi konuları üzerine literatür taramasına yer verilmiştir. Akabinde ise değerlendirme başlığı altında çalışmanın amacı, yöntemi ve Çanakkale'nin bazı verilerine yer verilmiştir. Bu bağlamda çalışmada, Çanakkale savaş alanları mirasının turizm potansiyeline odaklanmıştır; 2011-2016 yılları arasındaki Çanakkale turizm verileri, yorumlayıcı paradigma çerçevesinde açıklayıcı yöntemle sunulmaya çalışılmıştır. Elde edilen veriler, savaş alanlarının turizmdeki konumunu değerlendirmek ve bölgenin potansiyelini ortaya koymak amacıyla kullanılmıştır. Çalışmada, Çanakkale'nin hüzün turizmi bağlamında ulusal ve uluslararası pazarlarda daha etkili tanıtılması, turizm altyapısının iyileştirilmesi ve ziyaretçi sayısını artırmaya yönelik stratejiler geliştirilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Sonuç olarak, Çanakkale savaş alanlarının, tarihi ve kültürel mirasıyla Türkiye turizmine önemli katkılar sağlayacak bir destinasyon olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda bölgenin hüzün turizmi kapsamında etkin bir şekilde değerlendirilmesi için öneriler getirilmiştir. Yapılan bu çalışmanın yapılacak yeni çalışmaları destekleyeceği olabileceği de ön görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Hüzün Turizmi, Çanakkale, Turizm

ABSTRACT

The aim of this study is to evaluate the Gallipoli battlefields within the context of dark tourism. In the initial sections of the study, a literature review is provided on topics such as tourism, dark tourism, and the significance of the Gallipoli battlefields in terms of tourism. Subsequently, under the heading of evaluation, the study's purpose, methodology, and some data concerning Gallipoli are presented. In this context, the study focuses on the tourism potential of the heritage of the Gallipoli battlefields. Tourism data from Gallipoli between 2011 and 2016 are analyzed using an explanatory method within the framework of an interpretive paradigm. The obtained data are used to evaluate the role of the battlefields in tourism and to reveal the region's potential. The study emphasizes the need for more effective promotion of Gallipoli in national and international markets within the context of dark tourism, improvement of tourism infrastructure, and the development of strategies to increase the number of visitors. As a result, it is determined that the Gallipoli battlefields, with their historical and cultural heritage, constitute a destination that makes significant contributions to Turkey's tourism sector. In this regard, recommendations are provided for the effective evaluation of the region within the scope of dark tourism. It is also anticipated that this study will support future research in the field.

Keywords: Grief Tourism, Gallipoli, Tourism

Çanakkale Zaferi, Türk askerinin ruh kudretini gösteren şayanı hayret ve tebrik bir misaldir. Emin olmalısınız ki, Çanakkale Muharebelerini kazandıran bu yüksek ruhtur."
MUSTAFA KEMAL ATATÜRK

GİRİŞ

Turizm kelime kökeni olarak tur atma, dönüş anlamına gelen "tour" sözcüğünden gelmektedir. "Tour", kelimesinin kökeni araştırılıp daha da derine inildiğinde İbranice "öğrenme-araştırma" anlamına gelen "torah" sözcüğünden gelmiş olduğu görülür (M. A. Kozak ve Bahar, 2012:2). Turizm kavramının belirlenmesi ve bazı sınırlar içine dâhil edilmesine ilişkin çalışmalar 19. yy. sonlarına kadar gitmektedir. Kavrama ilişkin yapılan bazı tanımlar:

"Hunziker ve Krapt'ın tanımı 1954 yılında İtalya'da gerçekleştirilen AIEST (Uluslararası Bilimsel Turizm Birliği) toplantısında tekrar ele alınmış ve yapılan tanıma seyahat kavramının da eklenmesi konusunda ortak bir karara varılmıştır. Yapılan yeni tanıma göre turizm; geçici ya da sürekli yerleşme ve kazanç elde etme amacı olmaksızın kişilerin sürekli kaldıkları yer dışında bir başka yere gerçekleştirdikleri seyahat ve konaklama olayından doğan ilişkiler bütünüdür (akt. Toskay, 1989:30)."

"Dünya Turizm Örgütü ve Birleşmiş Milletlerin 1994 yılında yapmış olduğu tanıma göre turizm; insanların, eğlence, iş veya diğer amaçları doğrultusunda yaşamış oldukları yerin dışında başka bir yere gitmesi ve seyahat başlangıç süresini takip eden zaman içerisinde bir yılı geçmemek üzere gittikleri yerlerde kalmaları olarak tanımlamıştır (akt. Glaesser, 2005: 15)."

"Türkiye Cumhuriyeti turizmi 6086 Sayılı Turizm Endüstrisi Teşvik Kanununun 36. Maddesine bağlı olarak 17 Eylül 1955 Cumartesi günü yürürlüğe giren 9106 sayılı resmi gazetede yayınlanan Turizm İşbirliği Nizamnamesinde: yerleşme amacı taşımaksızın, spor, eğitim, ziyaret, araştırma ve geliştirme yapma, tedavi görme, eğlenme ve dinlenme, kültürel ve sanatsal etkinlikler kapsamında kitleler halinde ya da tek başına belli bölge ya da bölgelere geçici süreyle gerçekleştirilen seyahatler olarak tanımlamıştır (http://www.resmigazete.gov.tr)." şeklindedir.

Turizm kavramı başlangıçta konaklama olgusu temelinde geliştirilmiş, ancak zamanla seyahat etme unsurunun da bu tanıma dahil edilmesi gerekliliği ortaya çıkmış; böylece turizm, hem konaklama hem de seyahat olgularını kapsayan bir yapıya kavuşmuştur (N. Kozak vd. 2014:4). Tarih boyunca insanların seyahatleri farklı amaçlarla şekillenmiştir. İkel dönemlerde seyahatler, temel ihtiyaçlara, örneğin verimli toprak arayışına dayanmıştır. Ticaretin gelişmesiyle birlikte seyahatlerin amacı değişmiş; Sümerlerin yazıyı, Lidyalıların ise tekerlek ve parayı icat etmesi, seyahatin başlangıç tarihini M.Ö. 4000'lere kadar götürmüştür (Eralp, 1983:1; N. Kozak, 2012:39; Toskay, 1989:76). Eski Yunan döneminde düzenlenen olimpiyat oyunları ise turizmin ilk modern örnekleri arasında sayılabilir (N. Kozak, 2012:39). Roma İmparatorluğu döneminde düzenli yollar ve gelişmiş ulaşım sistemleri inşa edilerek seyahatlerin hızlanması sağlanmıştır. Ancak, Roma'nın çöküşüyle birlikte seyahatlerde önemli ölçüde azalma yaşanmıştır (Çoruh, 1969:2; N. Kozak, 2012:39). Endüstri Devrimi ile turizm modern bir yapıya kavuşmuş, ulaşım araçlarının gelişmesi ve insanların ücretli izin gibi hakları elde etmeleri ile geniş kitlelere yayılmıştır (Eralp, 1983:11; N. Kozak, 2012:41; Budak, 2000:10). II. Dünya Savaşı sonrası Thomas Cook'un girişimleri ve taşımacılıkta yaşanan ilerlemelerle turizm büyük bir sektör haline gelmiş, günümüzde ülkeler ve insanlar için önemli bir geçim kaynağı olmuştur (Budak, 2000:10; C. Boz, 2006:16).

Türkiye'de turizm hareketi, 1923 yılında kurulan Türk Seyyahin Cemiyeti ile başlamış olup, bu cemiyet daha sonra Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu adını almıştır (Başol, 2012:354). Ancak, Türkiye'de turizmin geçmişi Osmanlı dönemine kadar uzanmaktadır. Osmanlı döneminde turizm genellikle ticaret amacıyla gelişmiş, buharlı gemilerin deniz taşımacılığında kullanılması gibi yeniliklerle önemli ilerlemeler kaydedilmiştir (N. Kozak, 2012:125). Turizm gelişiminde, 1846'da Aya İrini'nin müzeye dönüştürülmesi, ulusal sergilerin düzenlenmesi ve turizmi alanına özgü ilk yasal düzenlemeler yapılması atılan önemli adımlar arasında sayılabilir (Öztaş ve Karabulut, 2006:69). Cumhuriyet döneminde turizm, planlı çalışmalarla yeniden şekillenmiştir. 1934'te Turizm Bürosu kurulmuş, 1939'da Turizm Müdürlüğü oluşturulmuş ve 1949'da Basın-Yayın ve Turizm Müdürlüğü adı altında faaliyetlerine devam etmiştir. 1950'de ise turizmi teşvik kanunu çıkarılmış, 1955'te Turizm Bankası kurulmuş ve çeşitli bölgelerde turistik tesisler yapılmıştır (Barutçugil, 1986:69-70). Ancak 1960 ihtilali, sektörde durgunluğa yol açmıştır (Ünlüönen ve Tayfun, 2013:4). Günümüzde ise turizm, Türkiye'nin ekonomik kalkınmasında önemli bir sektör haline gelmiştir.

1963-1980 döneminde Türkiye turizmi, kalkınma planlarında öngörülen hedeflerin gerisinde kalmış, beş yıllık planların yatırım ve tedbirleri düşük oranlarda gerçekleşmiştir (Barutçugil,1986:73-80). 1980'li yıllarda çıkarılan "263 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu" turizmde önemli teşvikler sağlamış ve sektörü canlandırmıştır. Bu teşvikler arasında düşük faizli krediler, vergi ve harç muafiyetleri, yatırım indirimleri, yabancı personel çalıştırma izni, döviz temini, iletişim ve enerji gibi hizmetlerde indirimli fiyat uygulamaları yer almıştır (Öztaş ve Karabulut, 2006:11). 2014-2016 yılları arasında Türkiye turizminde gelir ve kişi başı harcama oranlarında düşüşler yaşanmıştır. 2014'te 41.4 milyon ziyaretçiden 34.3 milyar \$ gelir ve kişi başı 828 \$ harcama elde edilirken, bu rakamlar 2016'da 31.3 milyon ziyaretçi, 22.1 milyar \$ gelir ve 705 \$ kişi başı harcamaya gerilemiştir (<https://www.tursab.org.tr>).

Turizm, başlangıçta boş zaman ve tasarruf ekonomisi ile şekillenmiş olsa da zamanla yatırım, istihdam, dış ticaret ve kamu gelirine dayalı bir yapıya bürünmüştür (Barutçugil, 1986:80). Bugün turizm, ülkelerin ekonomilerinde ulusal ve uluslararası sorunların çözümünde dinamik bir araç haline gelmiştir (Öztaş ve Karabulut, 2006:11). Dinamik ve sürekli gelişim gösteren yapıya sahip olması turizmin çeşitlerinin ortaya çıkmasında da etkili olmuştur. Bu bağlamda, bir sonraki kısımda turizmin bir türü olan Hüzün turizmi konusundan bahsedilecektir.

HÜZÜN (DARK) TURİZMİ

Savaş turizmi, trajik olayların veya toplu ölümlerin yaşandığı bölgelerin ziyaret edilmesi olarak tanımlanmaktadır; literatürde ise 1996 yılında Lennon ve Foley tarafından "Dark Tourism" (Hüzün Turizmi) şeklinde kullanılmıştır. Daha sonra farklı araştırmacılar bu turizm türünü çeşitli isimlerle tanımlamışlardır: *Seaton* "Thana Tourism," *Bloom* "Morbid Tourism," *Dann* "Milking The Macabre," *Ashworth ve Beech* "Holocaust Tourism," *Bristow ve Newman* "Fright Tourism," *Slayton* ise "Grief Tourism" (Keder Turizmi) ifadelerini kullanmıştır. Dark turizm, özellikle savaş alanları turizmi "thana tourism" ile ilişkilendirilmekle birlikte, kavramsal çeşitliliği nedeniyle tanımlanması güç bir alan olarak görülmektedir. Ancak literatürde bu alanı açıklayan farklı tanımlar yer almaktadır (Şahin vd., 2016:1859).

Tablo 1. Hüzün (Dark) Turizmi ve Türevleri ile İlgili Diğer Tanımlamalar

Kavram	Karşılığı
Dark Turizm	Foley ve Lenon; gerçek veya ticari hale getirilmiş ölüm ve yıkım ile ilgili yerlerin ve ilgili unsurların tüketimine ilişkin turizm türüdür şeklinde tanımlamışlardır.
Morbid Turizm	Blom tarafından yapılan bu tanım ise şöyledir; geniş ölçüde insanları etkileyen ölüm olaylarının geçtiği yerlere ve ölüm kavramının işlendiği alanlara gerçekleştirilen turistik hareketlerdir.
Thana Turizm	Antik kelime olan "thanatos'tan" ölümü kişiselleştirmek için ortaya çıkarılan ve daha çok vahşi ölüm olaylarına yönelen dark turizmle ilişkilendirilen bir türdür.
Black Turizm	Rojek Tarafından "black Spot" olarak adlandırılan; mezar alanları, ünlü veya çok sayıda insanın ani ve şiddetli ölüme maruz kaldığı yerlere yapılan seyahatlerle ilişkilendirilen türdür.
Keder Turizmi	TDK'nın tanımlamasına göre; acı, dert, sıkıntı, ızdırap veya tasa manasına gelir keder. Keder Turizmi ise; çeşitli toplumsal acıların ve ızdırapların yaşandığı yerlerin ziyareti olarak ifade edilebilir.
Hüzün Turizmi	Hüzün anlam olarak; gönül kırıklığı, gam veya sıkıntı anlamlarını içermektedir. Bundan dolayı, bireyler ya da toplumların üzerinde gururlanma ve duygusallığın daha yoğun etkisinin savaş alanlarının ziyaretini hüzün turizmi kavramıyla ifade etmek mümkündür.

Kaynak: M. A. Kozak ve Kama 2016:244, Uyarlanmıştır.

Hüzün turizmiyle ilişkili kavramlar arasında anlam ve içerik bakımından paralellik bulunsa da tek bir kavram üzerinde durulmamıştır, bu durum ölüm olaylarının turizmle ilişkilendirilmesi ve sınıflandırılmasında

farklı kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur (M. A. Kozak ve Kama, 2016:4; Özer vd., 2012:387). Savaş alanları, savaş turizmi kapsamında önemli çekicilik unsurları arasında yer almakta; çoğu zaman bu alanlarda hem fiziksel hem de kültürel izler bulunmaktadır (Atay ve Yeşiladağ, 2010:65; Aliağaoğlu, 2008:88-89). Türkiye’de hüzün turizmi alanlarına örnek olarak Sinop Cezaevi, 17 Ağustos Depremi alanı, Dolmabahçe Sarayı, Çanakkale (1915) Muharebeleri alanları ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı verilebilir. Özellikle 1973 yılında milli park ilan edilen Çanakkale Muharebe Alanları, I. Dünya Savaşı sırasında Osmanlı Devleti ile İttifak Devletleri arasında geçen savaşlara sahne olmuştur. Bu bağlamda turizm açısından önemli bir yere sahiptir (Kozak ve Bahçe, 2012:155; Birdir vd., 2015:14). İhtivası ve turizm açısından önemi göz önünde bulundurularak çalışmanın bir sonraki kısmında Çanakkale savaş alanları ve turizm açısından öneminden bahsedilecektir.

ÇANAKKALE SAVAŞLARI ve TURİZM AÇISINDAN ÖNEMİ

Savaşlar, toplumların kaderini şekillendiren ve tarihsel dönüm noktalarına sebep olan olaylardır (Yeşiladağ, 2010:9; Aliağaoğlu, 2008:88). I. Dünya Savaşı, büyük güçler arasındaki siyasi, askeri ve ekonomik rekabetin sonucunda ortaya çıkmış, Avusturya Veliyahdı Franz Ferdinand’ın öldürülmesiyle başlamıştır (Sarıçelik, 2007:174). Çanakkale Savaşı, I. Dünya Savaşı’nın önemli cephelerinden biri olarak, İtilaf Devletleri’nin 1914’te Osmanlı tabyalarını bombalamasıyla başlamış, 256 gün süren mücadelede İtilaf Devletleri büyük kayıplar vererek Ocak 1916’da geri çekilmiştir (Gök, 2014:127; Hatip, 2015:174). Çanakkale Savaşı, Türk milletine büyük bir zafer kazandırmış ve Kurtuluş Savaşı’nın temellerini atmıştır (Sander, 2000:314; Hatip, 2015:188). Çanakkale’nin savaştan kalan tarihi mekânları ve materyalleri, bölgenin savaş turizmi açısından önemli bir destinasyon olmasını sağlamıştır (Gülüm ve M. Boz, 2014:2). Bu açıdan Çanakkale savaş alanları, hoşgörü ve dostluk anlayışını sergileyen, tarafların acılarını birlikte paylaştığı bir mekân olarak Türk ve dünya turizmi için önemlidir (Kızıllırmak vd., 2015:1201-1202).

Çanakkale gibi alanlar, somut ve somut olmayan kültürel miras olarak turizmle yeniden anlamlandırılır. UNESCO’nun 2003 Sözleşmesinde miras alanları, somut (anıtlar, tarihi eserler) ve somut olmayan (gelenekler, görenekler) olarak ikiye ayrılmıştır (Çokişler vd., 2016:16). Çanakkale, savaşın izlerini taşıyan tarihi yapılarıyla önemli kültürel ve turistik değer taşır. Bu bağlamda sahip olduğu tarihi, kültürel, doğal değerler ve iklim özellikleriyle deniz-kum-güneş (3S) turizminden ziyade alternatif turizm türlerine hitap etmektedir (Çuhadar, 2015:604; Kelkit, 2003:22). Bozulmamış doğası ve çevresiyle önemli bir turizm merkezi olan Çanakkale, "Turizmi Teşvik Kanunu" ile yatırımlar açısından desteklenmiş olsa da Gökçeada ve Bozcaada dışında yeterince teşvik alamadığı ifade edilmektedir (Güney Marmara Kalkınma Ajansı, 2012:5).

Çanakkale, Marmara ve Ege denizlerine kıyısı olan, zengin turizm potansiyeline sahip bir bölgedir. Bölgede desteklenmesi gereken turizm türleri:

- Deniz ve Kıyı Turizmi
- Termal Turizm
- Eko Turizm
- Kültür Turizmi (GMKA, 2012:9-15).

Gökçeada ve Bozcaada gibi adalar, jeopolitik konumları ve aldıkları teşviklerle Çanakkale ili turizm faaliyetlerinde önemli bir yere sahiptir. Bundan dolayı turizmin ilin geneline yayılması için mevcut sorunlarının çözümü ve altyapı eksikliklerinin giderilmesi, Çanakkale'nin alternatif turizm potansiyelini daha etkin kullanmasına olanak sağlayacaktır.

DEĞERLENDİRME

Çalışma, geçmişe duyulan bağlılık ve meraktan yola çıkarak Türkiye’de hüzün turizmi destinasyonu olarak öne çıkan Çanakkale savaş alanlarının turizm açısından değerlendirilmesini amaçlamaktadır. Araştırmanın temel amacı, alternatif turizm türlerinden biri olan hüzün turizmi kapsamında Çanakkale savaş alanlarının Çanakkale ve Türkiye turizmüne katkılarını ortaya koymaktır.

Yöntem olarak yorumlayıcı ve açıklayıcı yaklaşımlar benimsenmiş, verilerin yorumlanmasında oran analizi ve yatay analiz teknikleri kullanılmıştır. Oran analizi, finansal tabloların anlamlı kalemlerini oranlayarak sonuç çıkarmayı içerirken, yatay analiz, yıllar arasındaki değişikliklerin incelenmesine dayanmaktadır.

Araştırma evreni Çanakkale ili, örneklem ise Çanakkale savaş alanlarıdır. Çalışma, 2011-2016 yılları arasındaki verilere dayanmaktadır. Veriler, Gelibolu Yarımadası Tarihi Alan Başkanlığı, Çanakkale İl Kültür Turizm Müdürlüğü, Güney Marmara Kalkınma Ajansı, Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Türsab'dan elde edilmiştir.

Bu araştırmada, Çanakkale ili turizmüne dair 2011-2016 yılları arasındaki veriler analiz edilmiştir. Turizm işletme belgeli tesisler, belediye belgeli tesisler, müze ve ören yerleri ile etkinliklere dair bilgiler yatay analiz ve oran analizi değerlendirilmeye çalışılmıştır..

Tablo 2. Çanakkale Turizm İşletme Belgeli Tesis Sayıları

Yıl	Tesis Sayısı	Artış Oranı (%)	Oda Sayısı	Artış Oranı	Yatak Sayısı	Artış Oranı
2011	47	0	2.374	0	4.795	0
2012	47	0	2.346	-0,011	4.752	-0,008
2013	50	0,063	2.527	0,077	5.104	0,074
2014	52	0,040	2.715	0,074	5.516	0,080
2015	56	0,076	2.855	0,051	5.809	0,053
2016	67	0,196	3.005	0,052	6.099	0,049
Toplam	67	0,062	3.005	0,040	6.099	0,041

Kaynak: Çanakkale İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2016

Tablo 2'de Çanakkale'deki turizm işletme belgeli tesis sayısının 2011-2016 arasında %42,55 artış gösterdiği; belediye işletme belgeli tesis sayısının ise %56,18 oranında arttığı görülmüştür. Yatak kapasitesi artışı turizm işletme belgeli tesislerde %27,18, belediye işletme belgeli tesislerde ise %37,78 oranında gerçekleşmiştir. Ancak, bu oranların ilin turistik potansiyelini tam olarak yansıtmadığı ifade edilebilir (Çanakkale İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2016).

Tablo 3. Çanakkale'de Konaklayan Kişi ve Geceleme Sayıları

Yıl	Yerli-Yabancı Giriş	Artış Oranı	Yerli-Yabancı Geceleme Sayısı	Artış Oranı	Çanakkale Ortalama Geceleme	Artış Oranı	Türkiye Geneli Ortalama Geceleme
2011	397.066	0	542.258	0	1,37	0	3,20
2012	431.986	0,087	562.257	0,036	1,30	0,051	3,35
2013	438.964	-0,053	617.394	0,098	1,41	0,084	3,20
2014	501.521	0,142	727.898	0,178	1,45	0,028	3,18
2015	512.275	0,021	791.383	0,087	1,54	0,062	3,09
2016	373.943	-0,270	582.362	-0,264	1,56	0,012	3,05
Toplam	2.655,755	-0,012	3.823,552	0,022	1,43	0,039	3,17

Kaynak: ÇKTM, 2016

Tablo 3'te Çanakkale'de gerçekleştirilen konaklama ve gece sayılarının yer verilmiştir. Tablo 3 incelendiğinde 2016 yılında Türkiye genelinde ortalama geceleme süresi 3,20 gece iken, Çanakkale'de bu oranın 1,56 olduğu görülmektedir (TÜİK, 2016).

Tablo 4. Çanakkale’yi Ziyaret Eden Misafirlerin Milliyetlere Göre Dağılımı

YIL	ABD	Almanya	Avustralya	İngiltere	Fransa	Rusya
2011	19.047	7.299	17.638	5.488	4.136	602
2012	19.975	6.474	20.173	7.139	2.475	230
2013	21.673	6.449	18.699	6.538	1.922	291
2014	19.973	5.985	18.267	6.325	2.736	524
2015	13.615	6.179	21.541	4.697	1.333	1.142
2016	3.000	2.361	5.534	994	486	263
Toplam	97.283	34.747	101.852	31.181	13.088	3.052
YIL	Yunanistan	Çin	Japonya	Romanya	İspanya	İtalya
2011	6.409	7.578	8.647	10.098	3.466	5.036
2012	3.841	12.160	14.938	5.585	3.779	5.572
2013	3.407	14.108	8.842	6.114	6.194	3.648
2014	5.719	30.952	9.939	7.810	4.837	4.994
2015	3.961	55.373	4.946	7.192	2.878	1.700
2016	1.274	16.762	587	3.898	581	382
Toplam	24.611	136.933	47.899	40.697	21.735	21.332

Kaynak: ÇKTM, 2016

Tablo 4’te Çanakkale’yi belirtilen yıllar aralığında ziyaret eden turist sayılarına ve milliyetlerine yer verilmiştir. Bu bağlamda ziyaretçi profili açısından, Çanakkale’yi en çok ziyaret eden ülkeler arasında 136.933 ziyaretçi ile Çin ve 101.852 ziyaretçi ile Avustralya yer almaktadır. Avustralya’dan gelen ziyaretçilerin özellikle Anzak bağlantılı olması, Çanakkale’nin savaş turizmi bağlamındaki önemini ortaya koymaktadır (ÇKTM, 2016).

Sonuç olarak, Çanakkale ili, barındırdığı tarihi, kültürel ve doğal değerlerle Türkiye’nin hüzün turizmi kapsamında önemli bir destinasyonu olmasına rağmen, bu potansiyel yeterince değerlendirilememektedir. Çanakkale’nin turistik fonksiyonunu geliştirmek için altyapı yatırımları, tanıtım faaliyetleri ve turizm çeşitliliğini artırıcı projelere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın bir sonraki kısmında literatür taraması ve yorumlanan veriler bağlamında sonuç ve öneriler kısmına yer verilecektir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm, başlangıçta zengin topluluklara hitap eden bir lüks tüketim olarak ortaya çıkmış; zamanla orta gelirli işçi sınıfının da faydalanabildiği bir alan haline gelmiştir. Günümüzde her kesimden insanın kolaylıkla erişebildiği bir tüketim aracı haline gelen turizm, yalnızca deniz, kum ve güneş odaklı bir anlayıştan öte, alternatif turizm türlerini de içerecek şekilde genişlemiştir. Bu dönüşümle birlikte ülkeler, turizmde etkinliklerini artırmak ve ürünlerini farklılaştırmak amacıyla yoğun bir rekabete girmiştir. Türkiye de bu süreçte, zengin tarihsel ve kültürel mirasını turizme kazandırarak önemli bir konuma ulaşmayı hedeflemektedir.

Çanakkale ili, Türkiye’nin Marmara ve Karadeniz’e açılan stratejik bir kapısı olup, tarih boyunca önemli savaşlara sahne olmuştur. Eski dönemlerde Hellespontos ve Dardanel olarak adlandırılan bu bölge, jeopolitik konumu nedeniyle dikkat çekmiş, özellikle Troia’dan başlayarak Osmanlı İmparatorluğu’na uzanan süreçte önemli bir yerleşim yeri ve geçiş noktası olmuştur. Çanakkale, barındırdığı tarihsel değerleri ve I. Dünya Savaşı sırasındaki yaşanmışlıktan geriye kalanları ile Türkiye’nin alternatif turizm potansiyeli yüksek bölgelerinden biri olarak öne çıkmaktadır.

Çanakkale Savaşları, I. Dünya Savaşı'nın en kritik cephelerinden biri olup Türk halkının kaderini belirleyen, tarihe geçen bir varoluş mücadelesine sahne olmuştur. Savaşın bıraktığı izler, Çanakkale'yi hüznün (dark) turizmi açısından dünyanın önemli destinasyonlarından biri haline getirmiştir. Hüznün turizmi, bireylerin geçmişe ve kaybedilen değerlere duyduğu ilgi doğrultusunda şekillenen bir turizm türüdür ve Çanakkale savaş alanları bu bağlamda benzersiz bir örnek sunmaktadır.

Günümüzde ulaşımın gelişmesi, mesafe kavramını büyük ölçüde ortadan kaldırarak seyahatlerin kolaylaşmasını sağlamıştır. Bu durum, Çanakkale'nin gerek yurtiçinde gerekse yurtdışında tanınırlığını artırması ve turizm pastasından daha büyük bir pay alması için önemli bir fırsat yaratmaktadır.

Türkiye'nin turizm potansiyeli büyük ölçüde Akdeniz ve Ege kıyılarına odaklanmış olmakla birlikte, alternatif turizm alanlarına yönelmek, sürdürülebilir büyüme için kritik önem taşımaktadır. Çanakkale ili, hem tarihsel mirası hem de kültürel değerleriyle bu alternatif alanların başında gelmektedir. Ancak mevcut veriler, bölgenin turizm gelirleri ve ziyaretçi sayıları açısından potansiyelini tam anlamıyla kullanamadığını göstermektedir.

Bu bağlamda, Çanakkale'nin turizmde etkin bir rol oynaması için şu öneriler sunulmaktadır:

-Kültür ve Turizm Bakanlığı öncülüğünde ilgili kurumlar, belediyeler, turizm sektörü paydaşları, üniversiteler ve alan uzmanlarından oluşan bir kurul oluşturularak turizmi geliştirme stratejileri belirlenebilir.

-Önceki raporlarda yer alan Çanakkale turizm verileri, günümüz şartlarına uygun olarak revize edilebilir ve bölgeye özgü turizm sınıflamaları yapılabilir.

-Avustralya, İngiltere, Almanya ve Fransa gibi savaşta yer alan ülkeler öncelikli olmak üzere, yurtdışında hedef pazarlara yönelik tanıtım programları düzenlenebilir. Çanakkale'yi tanıtıcı reklamlar, tanıtım filmleri ve fuar katılımları artırılabilir.

-Yurtiçinde önde gelen turizm firmalarıyla işbirliği yapılarak dünya genelinde tanıtım kampanyaları düzenlenebilir.

-Bölgedeki konaklama kapasitesinin artırılması ve ulaşım kolaylıklarının sağlanması (örneğin, doğrudan uçuşların artırılması) için çalışmalar yapılabilir

-Çanakkale savaş alanlarının, hüznün turizmi bağlamında ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtılması sağlanabilir.

Sonuç olarak, Çanakkale'nin barındırdığı tarihsel miras ve turizm potansiyeli göz önüne alındığında, bölgeye yönelik tanıtım ve geliştirme çalışmalarının Türkiye turizmine önemli katkılar sağlayacağı açıktır. Bu çalışma, Çanakkale ilinin hüznün turizmi bağlamında değerlendirilmesini içermektedir ve bu bağlamda yapılan bu çalışmanın yeni yapılacak çalışmalar için bir temel oluşturabileceği öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

- Aliagaoglu, A. (2008). "Savaş alanları turizmi için tipik bir yer: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı". *Milli Folklor*, (78), s.88-104.
- Atay, L., & Yeşiladağ, B. (2010). "Savaş alanları ve turizmi". *Aksaray Üniversitesi İBBF Dergisi*, 2(2), s.65-72.
- Barutçugil, İ. S. (1986). *Turizm ekonomisi ve turizmin Türk ekonomisindeki yeri*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Başol, K. (2012). *Türkiye ekonomisi* (11. baskı). İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Birdir, K., Dalgıç, A., Güler, O., & Kayaalp, Y. (2015). "Hüznün turizmi: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkını ziyaret eden yabancı turistlerin deneyimleri". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(4), s.12-23.
- Budak, F. (2000). *Türk turizminin gelişimi, ekonomiye katkıları ve sorunları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı.
- Boz, C. (2006). *Dünya'da turizm endüstrisinde istihdam ve çalışma şartları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Ana Bilim Dalı.

- Boz, M. (2004). *Turizmin gelişmesinde alternatif turizm pazarlamasının önemi*. Yayınlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı.
- Çokişler, N., Arslan, A., & Çokişler, E. (2016). "Silahlı çatışmaların somut kültürel miras üzerindeki etkilerinin turizm bağlamında değerlendirilmesi". *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (24), s.15-25.
- Çoruh, S. (1969). *Genel turizm bilgisi*. Ankara: Güven Matbaası.
- Çuhadar, M. (2015). "Çanakkale ili turizm talebinin analizi, modellenmesi ve tahminlenmesi". 16. Turizm Kongresi Bildirileri, 12-15 Kasım 2015, Çanakkale. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Eralp, Z. (1983). *Genel turizm*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksek Okulu Yayınları.
- Glaesser, D. (2005). *Turizm sektöründe kriz yönetimi* (A. Bahadır Ahıska, Çev.). İstanbul: Set-Systems Tercümanlık ve Yayıncılık.
- Gülüm, K., & Boz, M. (2014). "The opinions of residents towards economic, socio-cultural and educational impacts of tourism in Çanakkale". *Route Educational and Social Science Journal*, 1(2), s.1-10.
- Güney Marmara Kalkınma Ajansı. (2012). *Çanakkale'de turizmin dünü, bugünü ve geleceği – Çanakkale Turizm Çalıştayı Raporu 11 Nisan 2011* (Güncellenmiş versiyon, Ağustos 2012). [Çevrimiçi] Erişim adresi: <https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turist-sayisi-ve-turizm-geliri> [Erişim tarihi: 20.12.2016].
- Gök, B. (2014). "Çanakkale deniz ve kara savaşları: Sebepleri, gelişimi ve sonuçları". *Kafkas Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1(2), s.117-145.
- Hatip, M. S. (2015). "Birinci Dünya Harbi Çanakkale Savaşları'na genel bakış ve az bilinenler: Çanakkale Savaşı denizde mi kazanıldı?". *Çanakkale Araştırmaları Türk Yıllığı*, (18), s.161-193.
- <http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/9106.pdf> [Erişim tarihi: 20.12.2016].
- <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-208783/yillik-il-ilce-konaklama-tablolari.html> [Erişim tarihi: 31.10.2017].
- Kelkit, A. (2003). "Çanakkale ili turizm potansiyeli ve çeşitlendirmesi". *Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 17(31), s.18-23.
- Kızılırmak, İ., Alrawadieh, Z., Küçükali, S., & Atsız, O. (2015). "Çanakkale'de düzenlenen Anzak tur programlarına yönelik bir içerik analizi". 16. Turizm Kongresi Bildirileri, 12-15 Kasım 2015, Çanakkale. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., & Bahar, O. (2012). *Turizm ve rekabet* (1. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak Akoğlan, M., & Bahçe, A. S. (2012). *Özel ilgi turizmi* (2. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak Akoğlan, M., & Kama, S. (2016). "Dark (hüzün) turizmi mekânı olarak Çanakkale". VIII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, 29-30 Nisan 2016, Nevşehir.
- Kozak, N., Kozak Akoğlan, M., & Kozak, M. (2014). *Genel turizm: İlkeler ve kavramlar* (15. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N. (2012). *Genel turizm bilgisi* (Editör: Meryem Akoğlan Kozak). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Özer Uca, S., Ersoy Kayaalp, G., & Tüzünkan, D. (2012). "Dark tourism in Gallipoli: Forecast analysis to determine potential of Australian visitors". *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 41, s.386-393.
- Öztaş, K., & Karabulut, T. (2006). *Turizm ekonomisi: Genel turizm bilgileri* (2. baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Sander, O. (2000). *Siyasi tarih* (8. baskı). Ankara: İmge Kitabevi.
- Sarıçelik, K. (2007). "Birinci Dünya Savaşı'nda Osmanlı Devletinin İtilaf Devletleri'ne karşı Anadolu'nun Akdeniz kıyılarında aldığı bazı tedbirler". *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (21), s.173-189.

- Şahin, G., Boğa, D., & Akova, O. (2016). "Dark turizm ve etik ilişkisi üzerine bir değerlendirme". 3rd International Congress of Tourism and Management Researches, 20-22 Mayıs 2016, Antalya.
- T.C. Çanakkale İl Kültür Turizm Müdürlüğü (2016). *Çanakkale İlindeki İşletme Belgeli Oteller Raporu*. Çanakkale: İl Kültür Turizm Müdürlüğü.
- Toskay, T. (1989). *Turizm-Turizm olayına genel yaklaşım* (3. baskı). İstanbul: Der Yayınları.
- Ünlüönen, K., & Tayfun, A. (2013). "Türkiye’de konaklama sektörünün gelişimi". *Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim* (Editörler: Şenol Çavuş, Zehra Ege, O. Eralp Çolakoğlu), (2. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yeşildağ, B. (2010). *Savaş alanları turizmi: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı örneği*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı.