

Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/
Journal of Travel and Hospitality Business
Cilt/Vol:22(3),Yıl/ Year:2025 ss/pp:861-882
Gönderim Tarihi/ Received:26.03.2025
Kabul Tarihi /Accepted:25.11.2025
DOI: 10.24010/soid.1666157

Araştırma Makalesi/ Research Article

Turizm Pazarlaması Kapsamında Hüzün Turizminin Etik Açıdan Değerlendirilmesi

Ethical Evaluation of Dark Tourism within the Scope of Tourism Marketing

Doç.Dr. Yıldırım YILDIRIM 

Düzce Üniversitesi

Turizm Fakültesi

Düzce, Türkiye

E-posta: yildirimyildirim@duzce.edu.tr

Öz

Bu çalışmanın temel amacı hüzün turizminin etik boyutu ile incelenmesidir. Daha önce hüzün turizmi konusunda akademik çalışma yapmış on kişiyle mülakat yapılarak hüzün turizmi ve etik arasındaki ilişkiye dair nitel veriler toplanmıştır. Araştırma sonucunda katılımcılar tarafından, hüzün turizmi alanlarına turistik gezi düzenlenebileceğini, yerel halkın hüzün turizminden gelir elde edebileceği, oralarda hediyelik eşya ve benzeri ürünlerin satışının yapılabileceği, hüzün turizmi alanlarına ve müzelere bilet satın alarak girmenin etik bir sakınca doğurmayacağı vurgulanmıştır. Buna karşılık yüksek sesle konuşmak, kulaklıkla müzik dinlemek, gülmek, umursamaz tavırlar sergilemek, alkol kullanmak, dans etmek ve uygunsuz kıyafet giymek gibi davranışların kesinlikle etik olmadığı belirtilmiştir. Araştırmanın en ilgi çeken bulgusu ise etik görülmeyen davranışlar Sharpley'in (2009) "karanlık turizm spektrumuna" uygun olarak en koyu hüzün turizm alanlarında ortaya çıkarken, en açık turizm alanlarında bazı davranışların esnetilerek, etik değerlendirmesi yön değiştirmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm pazarlaması, Hüzün turizmi, Etik, Etik davranışlar

Abstract

The primary aim of this study is to examine the ethical dimension of dark tourism. Qualitative data on the relationship between dark tourism and ethics were collected through interviews with ten scholars who had previously conducted academic research on dark tourism. The research findings indicate that participants believe tourist visits to dark tourism sites can be organized, the local community can generate income from dark tourism, souvenirs and similar products can be sold at these sites, and purchasing tickets for entry into dark tourism sites and museums does not pose any ethical concerns. Conversely, behaviors such as speaking loudly, listening to music with headphones, laughing, displaying indifferent attitudes, consuming alcohol, dancing, and wearing inappropriate clothing were deemed entirely unethical. The most intriguing finding of the study is that behaviors considered unethical were emphasized more strongly in the darkest dark tourism sites, in line with Sharpley's (2009) "dark tourism spectrum," whereas in lighter dark tourism sites, certain behaviors were viewed with greater flexibility, leading to a shift in ethical evaluations.

Keywords: Tourism marketing, Dark tourism, Ethics, Ethical behaviours

Extended Summary

Introduction

The aim of this study is to examine the relationship between dark tourism and ethical behaviors. Dark tourism sites differ from general tourism destinations, as people visit these places not for entertainment or relaxation but for other motivations. This study seeks to define the ethical boundaries of both tourists' behaviors in dark tourism sites and the tourism policies implemented in these areas, such as ticketing, entrance fees for museums, economic benefits for the local community, and souvenir sales.

Dark tourism is a type of tourism that evokes feelings of pain, sorrow, and death in visitors during trips to destinations such as battlefields, prisons, genocide sites, and similar locations (Sharpley and Stone, 2008). The concept of dark tourism first appeared in the literature when Foley and Lennon (1996) defined sorrow as a touristic attraction in their work *Dark Tourism*. According to Seaton (1996), dark tourism is referred to as "thanatourism," while Rojek (1991) describes it as "black spots." In Turkish literature, it is mostly addressed as "hüzün turizmi" (Kılıç and Akyurt, 2011; Kurnaz et al., 2013; Çelik, 2017). The demand for dark tourism has been increasing both in Türkiye and globally. While this growing demand contributes to the tourism economy, it also brings some complex issues. For instance, the commercialization of historical structures or monuments and the detachment of sorrow and suffering from their original context raise ethical debates (Bolin, 2012). The commodification of death is considered one of the most significant ethical criticisms directed at dark tourism (Wight, 2009). In their study, Chen and Xu (2021) noted that in recent years, death, suicide, cemeteries, and memorials associated with death have become increasingly commercialized in some cultures. They also emphasized that ignoring the emotions of individuals affected by disasters is a driving factor in ethical debates surrounding dark tourism. In summary, dark tourism conflicts with ethical values in various ways. While tourism activities serve as important financial resources for countries, dark tourism, which thrives on pain and tragedies, has been subject to ethical criticism in numerous academic studies (Bolin, 2012; Chen and Xu, 2021; Collins-Kreiner, 2016; Ferdinandus, 2022; Wight, 2009). Despite these criticisms, interest in dark tourism continues to grow.

Methodology

In the study, the interview method, one of the qualitative research methods, was employed. Participants were selected using a purposive sampling method, and the study was designed based on a phenomenological approach. The central phenomenon examined in this context is the relationship between dark tourism and ethics. The aim was to understand potential unethical behaviors that may arise during dark tourism experiences and to establish the connection between dark tourism and ethical considerations. Within this scope, keywords such as "disaster tourism," "dark tourism," and "hüzün turizmi" were searched using Google Scholar. Based on the search results, all authors who had previously conducted academic research on the subject were contacted via email to request an interview appointment. Ultimately, interviews were conducted with 10 researchers who responded, focusing on the ethical aspects of dark tourism.

Results

The study findings indicate that participants did not perceive any ethical concerns regarding organizing tourist visits to dark tourism sites. They considered dark tourism as an alternative form of tourism, suggesting that visiting these places could help alleviate grief, foster empathy with the local community, and commemorate the past. Emphasizing the importance of tourists understanding the emotions of the local people, participants pointed out that behaviors such as speaking loudly, playing music, engaging in entertainment, consuming alcohol, and dancing were observed in these areas and were deemed unethical.

Participants also stated that taking photographs and live streaming on social media in dark tourism sites were incompatible with the spirit of these locations and considered such actions unethical. However, they suggested that if such activities were to take place, they should be conducted with permission and with due respect for privacy.

Regarding the economic aspect, participants did not object to local communities generating income from dark tourism. They argued that even without dark tourism, local communities would still benefit financially from other types of tourism, considering this a natural and ordinary outcome. Participants found it ethical for visitors to enter dark tourism sites by purchasing tickets, interpreting this as a necessary measure for the maintenance, upkeep, and sustainability of these locations. Rather than perceiving this as profiting from death and suffering, they viewed the ticketing system as a means to ensure the preservation and restoration of these sites. Therefore, participants regarded the sale of tickets and the acceptance of paying tourists by local governments or private enterprises as reasonable and ethical. However, participants strongly opposed the creation of replicas or miniature versions of dark tourism sites, deeming such actions unethical. They argued that designing such spaces for entertainment or tourist experiences exploited death, trivialized suffering, and diminished the gravity of historical events.

One of the most striking findings of the study was that certain behaviors deemed unethical in "dark" sites—where extreme suffering, torture, and tragic deaths occurred—were considered acceptable in "lighter" sites, such as celebrity graves or assassination locations, where the level of sorrow was perceived to be lower.

Conclusion and Recommendations

Dark tourism has several distinguishing features that set it apart from general tourism. Tourism professionals and local governments can segment tourists based on their typologies and reasons for visiting a destination, utilizing different promotional and advertising tools tailored to each tourist type. For instance, tourists seeking entertainment and adventure may be informed through dynamic billboards, posters, and panels, while those interested in culture, heritage, and history may receive information through guided narration. A tourist visiting a site marked by tragedy and grief, however, could be briefed by an official from the Disaster Coordination Center or a trained local resident. Thus, the purpose of a tourist's visit influences the communication channels used to reach them. The planning,

coordination, and completion of infrastructure work in dark tourism areas can be carried out through collaboration with both visiting tourists and the local community, with funding obtained through donations.

1. Giriş

İnsanların seyahat motivasyonları özellikle doksanlı yıllardan sonra hızla değişim göstermiştir. Bu değişime bağlı olarak daha geniş kitleler alternatif turizm türlerine yönelmeye başlamıştır. Hüzün turizmi bu turizm türlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Özdemir ve Çakmak, 2022). Geniş kitleleri etkileyen soykırımlar, doğal afetler, savaşlar gibi olaylardan kaynaklanan hüzün turizmi, bu olayların yaşandığı bölgelere gerçekleştirilen seyahatleri kapsamaktadır (Foley ve Lennon, 1996). Hüzün turizmine yönelik turizm talebi değişkenlik göstermektedir. Turizm hareketlerine katılan bireyler hapishaneleri, savaş alanlarını, mezarlıkları, deprem bölgelerini veya anıtları ziyaret etmek amacıyla seyahat etmektedir. Hüzün turizmine yönelik alanların ortak noktası o bölgede trajik olayların veya ölümlerin yaşanmış olmasıdır (Dilek, 2018). Hüzün turizmin ana kaynağı geçmişte yaşanan acı olaylardır. Bu olayların yaşandığı bölgelere turistik amaçlı seyahatlerin gerçekleştirilmesi hüzün turizmi için temel unsurdur (Stone ve Grebenar, 2022) ancak bazı ikilemler ortaya çıkmaktadır. Acının ticarileştirilmesi ve ziyaretin gerçekleştirildiği bölgelerde sergilenen davranışlar etik açıdan sorgulanmaktadır (Chen ve Xu, 2021). Öte yandan seyahatlerin gerçekleştirildiği bölgelerde yaşayan yerel halkın tutumları ve duyguları da etik bağlamda tartışma yaratmaktadır (Gülduran ve Akdeniz, 2022).

Etik kavramı günlük hayatımızın içerisinde yer alan ve sıkça kullanılan bir kavramdır. Latince kökenli olan etik kavramı; Yunanca 'da "Ethos" olarak ifade edilmektedir (Akan, 2007). Etik ve ahlak kavramları önemli ölçüde ilişkili olsa da birbirinden farklı anlamlara sahiptir. Genel ahlak kurallarını ifade etmek için sıklıkla etik kurallara başvurulur. Etik ve ahlak; en basit ifade ile neyin iyi neyin kötü olduğunu veya neyin doğru neyin yanlış olduğunu bulma çabalarıdır (Collins-Kreiner, 2016). Turizm dünyanın her yerinde son derece önemli bir ekonomik kaynak olarak görülmektedir. Böyle önemli bir sektörde etik değerlerin ihlal edilmesi sektörü olumsuz yönde etkilemektedir. Sektörün, gelişimini devam ettirebilmesi ve kalıcı bir yapıya sahip olabilmesi için etik değerler oldukça önemlidir (Kazimierczak, 2006). Bu bağlamda hüzün turizmini etik ile doğrudan ilişkilendirmek mümkündür. Var olan bu ilişki doğru bir şekilde açıklandığında sektöre değer katacaktır.

Bu çalışmada hüzün turizmine yönelik etik tartışmalar ele alınacak, acının ve ölümün yaşandığı bölgelerde ekonomik kazanç amacıyla etkinliklerin düzenlenmesi, hüzün ticarileşmesinin etik açıdan sorgulaması yapılacaktır. Ayrıca turistik gezilerin düzenlenmesi ve sosyal medya araçları ile çekim yapılmasının etik olup olmadığı öğrenilecektir. YÖK Tez veritabanı incelendiğinde hüzün turizmiyle ilgili sadece onüç tezin hazırlandığı fakat hiçbirinin bu turizm türünün etik yönünü ele almadığı, makale çalışmalarının ise oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Hüzün turizmiyle etik kavramını birlikte ele alan çalışmaların yokluğu bu çalışmayı özgün kılmakta ve hüzün turizmi konusundaki boşluğu doldurmaktadır. Hüzün turizmi hassas duygusal dengelerin var olduğu, kültürel, psikolojik ve ahlaki katmanlar içeren bir alandır. Hüzün turizmi konusunun etik açıdan değerlendirilmesi turizm profesyonellerine yönetim süreçlerinde katkı sağlayacaktır. Etik-hüzün turizmi ilişkisinin kurulması gerektiğini vurgulayan bu çalışma, literatürdeki etik-hüzün

turizmi bağlantısını kuran ilk çalışmalardan biri olması nedeniyle önemli bir boşluğu dolduracaktır. Sonuçlarının turizmcilere ve turizm işiyle uğraşan profesyonellere ve kamu yöneticilerine fayda sağlaması umulmaktadır.

2. Hüzün Turizmi

Hüzün turizmi acı olayların yaşandığı veya tarihi açıdan önemli ölümlerin gerçekleştiği bölgelere yapılan ziyaretlerden oluşmaktadır (Seaton, 1996). Hüzün turizmi kavramı literatürde ilk kez, Foley ve Lennon (1996) tarafından “*Dark Tourism*” adlı çalışmada hüznün bir turistik çekicilik olarak tanımlanmasıyla yer almıştır. Hüzün turizmi Seaton (1996)’a göre “*Thanatourism*”; Rojek’e (1991) göre “black spots” olarak ifade edilmiştir. Türkçe literatürde ise çoğunlukla hüzün turizmi olarak ele alınmaktadır (Kılıç ve Akyurt, 2011; Kurnaz, Çeken ve Kılıç, 2013; Çelik, 2017).

Bireylerin turizm faaliyetlerine katılımı için çeşitli motivasyon kaynakları gereklidir. İş amaçlı seyahatler, deniz-kum-güneş, sağlık amaçlı seyahatler veya kültürel faaliyetler bunlardan bazılarıdır (Lewis vd., 2021). Hüzün turizmi bağlamında da çeşitli motivasyon unsurları bulunmaktadır. Seaton (1996) bu motivasyon unsurlarını şu şekilde sıralamaktadır;

- Toplumsal düzeyde yaşanan ölümleri veya yaşanan acıları anlamak, tecrübe etmek.
- Kitlesele ölümlerin yaşandığı alanları görmek.
- Ulusal düzeyde önemli kişilerin anıtlarını ziyaret etmek.
- Özgün yapısını korumuş cezaevleri, toplama kampları gibi yerlerde bulunan semboller ve kanıtları görmek, orada yaşanan acı olayları hissedebilmek.
- Tarihsel olaylarla bağ kurup geçmişi daha iyi anlayabilmek.
- Milli duyguları yaşamak ve milli bir kişilik oluşturmak.
- Eğitim amaçlı seyahatlere katılmak.
- Merak ve eğlence amaçlı seyahatlere katılmak.
- Sosyalleşme ihtiyacının karşılanması.

İnsanlar yukarıda ifade edilen motivasyon unsurlarına bağlı olarak savaş alanlarına, müzelere, toplama kamplarına ve tarihi hapishanelere ziyaretlerde bulunmaktadır (Lennon ve Powell, 2018). Ancak söz konusu motivasyonlar bazen ölümü anlamak ya da ölenleri yad etmek veya hatırlamak maksatlı değil, başka amaçlarla gerçekleşmektedir. Ölümü hatırlamak, ölen kişileri yad etmek veya geçmişle bağlantı kurmak dışındaki motivasyonlar etik bazı sorunlar ortaya çıkmaktadır. Oluşan etik sorunlar hüzün turizmi bölgelerinin yönetimini zorlaştırabilmektedir. Chen ve Xu (2021) hüzün turizminin ticarileşmesiyle etik olmayan davranışların ortaya çıktığını ve turistlerin bölgenin ruhuna uymayan etik dışı davranışlarının, yerel halkın turizme yönelik tutumunu olumsuz etkilediğini söylemektedir. Cruz ve Enrique (2024) yerel halkın toplumsal ve kültürel hassasiyetleri göz ardı edilerek yapılan etkinliklerin, destinasyonun acı geçmişinin “ticarileşmesine” yol açtığını; bu durumun ise yerel halkta bir tür “duygusal rahatsızlık” yarattığını belirtmektedir.

3. Etik

Ahlak ve töre kavramları ile doğrudan ilişkili olan etik, Latince kökene dayanan 'Ethos' sözcüğünden gelmektedir (Akan, 2007). Etik sözcüğü gündelik hayatta çoğunlukla ahlaki açıdan uygun olma anlamında kullanılmaktadır. Bununla birlikte iyi ile kötüyü ayırarak erdemli bir yaşam tarzını benimse şeklinde de ele alınmaktadır (Kazimierczak, 2006). Törelere uygun olma durumu da etik sözcüğüne anlam kazandırmaktadır. Wight (2009)'a göre etik kavramı, bir davranışın nedenlerini açıklamaya çalışır ve davranışın nedenleri üzerine çalışmalar yapar. Bunların yanında gerçekleştirilen bir davranışın toplumsal bağlamda ne gibi etkileri olacağına yönelik düşünceler ortaya koyar. Etik, birçok alana uygun olarak farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır. Ancak hüzün turizmi bağlamında 'Meta Etik ve Normatif Etik' kavramlarını ele almak uygun olacaktır (Dilek, 2018).

Meta etik, davranışların nedenlerine ve anlamlarına odaklanan, evrensel konuları ele alan bir kavramdır. Normatif etik ise bir davranışı doğru veya yanlış olarak değerlendirmeye çalışır. Gündelik hayatın her alanında var olan bu etik çeşitleri turizm sektörü için de önemlidir (Şahin vd., 2016). Meta etik; hüzün turizmi destinasyonlarında yaşayan bireylerin hakları nelerdir? Bireylerin bu haklarına ne derece saygı gösteriliyor? Yerli halk hüzün turizmi faaliyetlerinden duygusal olarak nasıl etkilenir? gibi sorular üzerine yoğunlaşmaktadır. Turistlerin hüzün yerlerine gerçekleştirdikleri seyahatler doğru mu? Seyahatler esnasında bölge halkını rahatsız edici davranışlar sergileniyor mu? gibi sorular ise normatif etik bağlamında değerlendirilmektedir (Dilek, 2018). Hüzün turizminin etik boyutu ele alınırken iki noktaya özellikle dikkat çekmek gerekmektedir. Bunlardan ilki turizm faaliyetlerine katılan bireyler ile bu bireylerin seyahatleri esnasındaki tutum ve davranışlarıdır. İkinci nokta ise turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği bölgelerde yaşayan yerli halkın tutum ve davranışlarıdır. Yerli halkın duygu ve düşünceleri, hüzün turizminin etik boyutu değerlendirilirken mutlaka ele alınmalıdır (Bolin, 2012).

4. Hüzün Turizmi ve Etik İlişkisi

Ölümün ticarileştirilmesi hüzün turizmine etik bağlamda yöneltilen en önemli eleştiri olarak görülmektedir (Wight, 2009). Chen ve Xu (2021) çalışmasında son yıllarda ölümün, intiharın veya ölümle ilişkilendirilen mezarlıkların ve anıtların bazı kültürlerde giderek daha fazla ticarileştiğini ifade etmiştir. Felaketlerden etkilenen bireylerin duygularının göz ardı edildiğini belirten Chen ve Xu (2021) bu durumun hüzün turizmine yönelik etik tartışmalar için itici bir faktör olduğunu ifade etmiştir.

Literatür incelendiğinde hüzün turizminin ticari boyutunu değerlendiren çok sayıda çalışma ile karşılaşılacaktır. Örneğin, Barlak (2021) Çernobil faciasının yaşandığı bölgeye özel tur şirketleri tarafından düzenlenen turların olduğunu ifade etmiştir. Düzenlenen bu turları hüzün turizmi bağlamında ele alan Barlak (2021) yaşanan facianın ardından o bölgenin bir hayalet şehre dönüşmüş olmasının özel tur şirketleri tarafından bir fırsat olarak görüldüğünü vurgulamıştır. Gülduran ve Akdeniz (2022) hüzün turizmini "gecekondu turizmi" bağlamında ele aldığı çalışmasında yoksulluğun metalaştırılmasını eleştirmiştir. Bireylerin yoksulluğunun veya fakirliğinin metalaştırılmasının, bir turizm ürünü haline getirilmesinin ve para kazanılmasının etik açıdan tartışıldığını ifade eden Gülduran ve Akdeniz (2022) bu bölgelere gerçekleştirilen seyahatlerin "röntgencilik veya sömürü" kavramları ile

eşdeğer olduğunu söylemiştir. Hüzün turizmi kavramına ilişkin öncü akademisyenlerden birisi olan Seaton (1996)'da insanların ölüm, acı ve trajedilerinin farklı kesimler tarafından ticari amaçlar için kullanıldığını ifade etmiştir.

Stone (2006) New York Merlin Entertainments tarafından, Londra zindanlarının ticari faaliyetlerin bir parçası olarak kullanıldığını ve bir turizm ürünü haline getirildiği ifade etmiştir. Bireylerin idam ve halka açık infazlara şahitlik edebilmesi için farklı odalara yönlendirilmesiyle bu destinasyonun ticari bir değer taşıyor hale getirildiğini belirten Stone (2006) bu destinasyonun önemli bir hüzün turizmi kaynağı haline geldiğini vurgulamaktadır. Kurnaz ve Kılıç (2016) ise Çanakkale'ye yönelik çalışmasında anıtların ve müzelerin olduğu bölgeye çok sayıda ziyaretin gerçekleştirildiğini, bu ziyaretler sırasında özel tur şirketlerin yerli ve yabancı turistlere ücretli ulaşım hizmeti sunduğu ve kazanç elde ettiklerini belirtmiştir. Hüzün turizmi alanların ticarileşmesine verilebilecek bir diğer örnek ise tüm dünyada önemli merkezlerden birisi olan Ground Zero'da yaşanan acıları temsil eden hediyelik eşyaların satışının yapılması, bu destinasyonlarda yaşanan acılar üzerinden gelir elde edilmesidir (Stone, 2005). Özetle; hüzün turizmi farklı yönleri ile etik değerlerle çalışmaktadır. Her ne kadar turizm faaliyetleri ülkeler için önemli finansal kaynak oluştursalar da acı ve trajedilerden beslenen hüzün turizmi birçok akademik çalışmada etik yönden eleştirilmiştir (Bolin, 2012; Chen ve Xu, 2021; Collins-Kreiner, 2016; Ferdinandus, 2022; Wight, 2009). Bütün bu eleştirilere karşılık hüzün turizmine olan ilgi artarak devam etmektedir.

5. Turizm Pazarlaması Kapsamında Hüzün Turizmi

Hüzün turizminde esas olan duygulardır. Duyguların bir ürünü veya hizmeti satın alma, bir yeri ziyaret etme, bir fikri/ideolojiyi desteklemede etkisi olduğu bilinmektedir (Kaushik vd., 2024; Guo, 2024). Duygular, pazarlamanın bir parçasıdır. Destinasyon yöneticileri duygularımızı yöneterek, bir destinasyona daha fazla ziyaretçi çekebilir, yeniden ziyaret etmeyi teşvik edebilir, bir destinasyonla duygusal bağ kurmamızı sağlayabilir (Williams, 2014). Hüzün turizmini turizm pazarlaması için önemli yapan bir diğer unsur, orada yaşanan acı, üzüntü, ölüm ve trajik olayların hüzün turizmi destinasyonlarına çekicilik kazandırması, turizmin gelişmesine katkı sağlamasıdır (O'Shaughnessy ve O'Shaughnessy, 2002). Yılmaz ve Eşitti (2023) Ankara'daki hüzün alanlarını incelemiş ve bu alanların turizm pazarlaması, turizm çekiciliği ve turizm gelişimi ile yakından ilişkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Destinasyonların yönetilmesinde ve pazarlanmasında hüzün turizmi önemli bir araç olarak görülmüştür. Benzer şekilde Rivera-Eraso ve arkadaşları (2023) hüzün turizmi alanlarını ziyaret eden ziyaretçilerin, deneyimlerini başkalarıyla paylaşarak, onları bilgilendirdiklerini ve hüzün turizmi alanlarının görünürlüğünü arttırdıklarını belirtmektedir. Ayrıca hüzün turizmi destinasyon imajı oluşturma, mevcut imajı güçlendirme, destinasyonla ilgili olumsuz algıları azaltma ve pazar payını artırma sürecinde etkili bir araç olarak kullanılabileceği belirtilmektedir (Kılıç ve Akyurt, 2011). Bu çalışmalar, hüzün turizminin turizm pazarlaması stratejilerine nasıl entegre edilebileceğini ve bu türün destinasyonların çekiciliğini artırma potansiyelini göstermektedir.

Bugünün dünyasında ürün ve hizmetlerin yanında, fikirler, ideolojiler, şehirler, ülkeler, insanlar, duygular, dinler ve inançlar, yetenekler ve daha pek çok şey pazarlanabilmektedir. Acı, hüzün ve ölümden pazarlanabilecek enstrümanlar arasında yer almaktadır. Bursa'ya gelenlerin Zeki Müren'in kabrini ziyaret etmesi,

Prenses Diana'nın kaza yaptığı yerin ikonik bir alana dönüşmesi, Michael Jackson'ın cenaze törenini milyonların canlı izlemesi, ölümün, acının ve hüznün dikkat çeken bir pazarlama aracı olduğunun ispatıdır. Hüzün turizmi alanları, konaklama yöneticileri ve pazarlama profesyonelleri tarafından iyi bir hikâye oluşturularak çekici hale getirilebilir ve destinasyonun daha fazla ziyaret çekmesi, turizm gelirlerinden daha fazla pay alması için pazarlanabilir. Burada mühim olan destinasyonun "hüzün (dark) yönünün" nasıl sunulacağı ve hangi segmentteki turist grubuna yönelik olacağıdır (Farmaki, 2013). Hüzün turizminin turizm pazarlaması içinde yeri ve önemi, hüzün destinasyonlarına sağladığı çekicilik, ziyaret etme isteği uyandırması ve kulaktan kulağa yayılma özelliğinden ileri gelmektedir. Duygular yoluyla harekete geçirilen bu çekicilik destinasyonların yakın çevrede bulunan diğer destinasyonlarla rekabet edebilmesini, ayırt edici özellikleriyle ön plana çıkabilmesini sağlamaktadır. Hüzün turizmi alanları pazarlamanın yöntem ve tekniklerini kullanarak ziyaretçilere yenilik ve deneyim sunabilir, ilgi çekici hikayeler anlatabilir, medya ve iletişim kanallarıyla hızlıca yayılabilir, ziyaretçilerin yorum ve paylaşımlarıyla başka kişileri kendine çekebilir ve ziyaretçilere yeni kimlikler sunabilir. Bütün bunların hepsi hüzün turizmi destinasyonlarının etkili şekilde pazarlanmasını sağlar (Bejinaru, 2023; Kumar vd., 2024).

6. Yöntem

Bu araştırmada kullanılan mülakat yöntemi ve hazırlanan soruların etik kurul izni Düzce Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulunca 03.03.2025-545405 evrak tarih ve sayısı ile 2025/91 sayılı kararla alınmıştır.

6.1. Araştırmanın Deseni

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan olgubilim (fenomenoloji) deseni kullanılmıştır. Bu araştırmanın olgusu hüzün turizminin etik ile olan bağlantısıdır ve hüzün turizmi konusunda en az bir yayını olan akademisyenlerin görüşü alınmıştır. Hüzün turizmi alanında çalışma yapmak konu ile ilgili farkındalığı arttırmakta, konunun etik yönünün öne çıkmasını sağlamakta ve bu konuda daha mülakat yapabilmeyi kolaylaştırmaktadır.

Olgubilim desenin merkezinde "olgu" kavramı yer alır. Bu olgu diğer bir adıyla fenomen- yaşantı içinde deneyimlenen her şeyi ifade eder. Algı, bilinç, düşünce, duygu, bellek, dil gibi konuların her biri olgu kavramı içine girer. Ayrıca olgubilimde olguyu yaşayan kişilerin olgu ile aralarında bir bağlantının olduğu vurgulanmakta ve olgubilimin başlangıç noktasını olguların kendileri oluşturmaktadır (Jasper, 1994). Bu araştırmada hüzün turizmi olgusuyla araştırmacılar arasında bir bağlantı olduğu düşünülmektedir. Çünkü araştırmacıların konu hakkında en az bir yayını bulunmaktadır. Vagle'ye (2014) göre de olgu, kendimizi günlük yaşantılar içinde dünya ile nasıl ilişkilendirdiğimizle ilgilidir. Araştırmacı, fenomenolojik çalışmada insanların belirli bir olguya karşı verdiği çeşitli tepkileri veya algıları araştırır. Fenomenolojik çalışmada araştırmacıların tanımlamak istedikleri şey bir olgunun temel yapısıdır. Araştırmacılar bu çalışmada farklı insanlar tarafından tecrübe edilen olgularla ilgili birçok algıyı inceler ve bu algılamalar için ortak algıların ne olduğunu belirlemeye çalışır (Yalçın, 2022). Mülakat için seçilen kişilerin hüzün turizmi konusunda çalışmalarının olması, hüzün turizmi ve etik arasındaki ilişkiye dair algıların, düşünce ve tepkilerin ortaya çıkmasını kolaylaştırmaktadır. Konu hakkında bilgisi

olan katılımcılar, bu araştırmanın amacı olan hüzün turizmi-etik bağlantısını daha iyi kurabilmekte, kendi düşüncelerini daha iyi ifade etmelerine olanak sağlamaktadır. Buradaki temel amaç hüzün turizmi sırasında ortaya çıkabilecek etik kaygıları anlamak, turistlerin hüzün turizmi destinasyonlarında sergiledikleri sorumsuz davranışların neler olabileceğini ortaya koymaktır. Acının ve ölümün yaşandığı bölgelerde turizm faaliyetleri sürecinde yaşananları en derin ve en zengin şekilde anlamaya çalışmak ve yorumlamaktır.

6.2. Çalışma Grubu

Araştırmaya dahil edilecek kişiler amaçlı örnekleme kapsamında seçilerek, daha önce hüzün turizmi konusunda çalışma yapmış kişilerle görüşülmüştür. Amaçlı örnekleme yönteminin seçilme nedeni hüzün turizmi konusunda bilgi sahibi olan, araştırmanın amacına yönelik olarak hüzün turizmi ve etik bağlantısını kurabilen kişilerle görüşmeyi istemektir. “Hüzün turizmi ve etik” gibi duyarlılık gerektiren, bilgi ve farkındalık düzeyi önemli olan bir konuda bilgi açısından zengin katılımcılara ulaşmak ve derinlemesine anlayış geliştirmek amacıyla amaçlı örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu kapsamda “Google Akademik” arama motorundan “hüzün turizmi”, “felaket turizmi”, “dark turizm”, “deprem ve turizm” gibi anahtar kelimeler aratılmış, çıkan sonuçlara göre konuyla ilgili çalışmış bütün yazarlara mail yoluyla ulaşarak görüşme randevusu talep edilmiştir. Geri dönüş yapan 10 yazar ile hüzün turizminin etik yönü üzerine çevrimiçi bir mülakat gerçekleştirilmiştir. Amaçlı örneklemin sınırı “araştırmaya kimlerin dahil edileceğine ilişkin kriterlerin belirlenmesiyle çizilir. Dolayısıyla araştırmanın hedefiyle ilgisi olmayan bireylerin dışarıda bırakıldığı bir çerçeve belirlenir (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Belirli özelliklere sahip bireyleri, olayları veya durumları derinlemesine incelemek isteyen araştırmacı, araştırmanın konusuna, amacına uygun kişileri belirli kriterler içinde araştırmaya dahil eder (Creswell, 2013). Bu çalışmada da amaçlı örneklemin sınırı, “daha önce hüzün turizmi konusunda bilimsel araştırma yapmış araştırmacılardan” oluşmaktadır. Veriler doygunluğa ulaştığında, başka bir ifadeyle verilen cevaplar tekrara düştüğünde örnekleme daha fazla kişi eklemeye son verilir.

Amaçlı örnekleme, belirli bir konuda derinlemesine bilgi edinmek istendiğinde oldukça faydalıdır. Araştırmanın amacına bağlı olarak bilgi açısından zengin durumların seçilerek derinlemesine araştırma yapılmasına olanak tanıyan amaçlı örnekleme, belli ölçütleri karşılayan veya belirli özelliklere sahip olan bir veya daha fazla özel durumlarda çalışılmak istendiğinde tercih edilmektedir (Büyükoztürk, 2012). Rastgele bir örneklem yaparak elde edilmeyecek niteliksel verileri bu yöntemle toplama mümkündür. Araştırmacı en etkili ve anlamlı verileri sağlayacağını düşündüğü bireyleri seçerek araştırmanın sonuçlarına doğrudan katkı sağlayabilir. Ayrıca örnekleme az sayıda bireyle çalışmak isteyen araştırmacılar için pratik bir çözüm sunar (Koç Başaran, 2017; Baltacı, 2018). Yukarıda ayrıntılı olarak ifade edildiği üzere derinlemesine bilgi edinmek, konuya hâkim, neden-sonuç ilişkisi kurabilme bilgisine sahip bireylere ulaşma isteği amaçlı örnekleme yönteminin seçilme sebepleri arasındadır.

Araştırmanın çalışma grubu aynı zamanda kısıtlarını oluşturmaktadır. Bu çalışmada sadece daha önceden hüzün turizmi konusunda çalışmış akademisyenlerle görüşülmüştür. Hüzün turizmi konusunu bilen akademisyenlerin, hüzün turizmi alanlarında ne gibi etik dışı davranışların ortaya çıkabileceğine dair görüşleri öğrenilmeye çalışılmıştır. Dolayısıyla hüzün turizmi ve etik arasındaki ilişki

yalnızca akademisyenlerin gözünden değerlendirilmiştir. Çalışmanın bir başka kısıtı ise hüzün turizmi ile etik davranış ilişkisinde bireylerin kültürel farklılıklarını ele almıyor oluşudur. Hüzün turizmine katılan bireylerin etik ve etik dışı davranışları onların kültürlerinden etkilenebilmektedir. Ancak bu çalışmada yalnızca daha önce hüzün turizmi konusunda çalışmış akademisyenlerin gözünden hüzün turizmine katılan bireylerin (turist ve yerel halkın) davranışlarının etik sorgulaması yapılmıştır.

6.3. Veri Toplama Araçları

Hüzün turizminin etik açıdan ele alındığı bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan mülakat (görüşme) yöntemi kullanılmış ve yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Yarı yapılandırılmış mülakatlar, araştırmacının katılımcıyı sadece bir kere mülakat yapma seçeneği var ise doğru yaklaşımlardır. Bu tür mülakatların güçlü yanı, araştırmacının kısıtlı zaman içerisinde en iyi cevapları almasını ve etkileşimin odaklı yürümesini sağlamasıdır (Sığırı, 2018).

Mülakatta sorulacak sorular geniş bir alanyazın taraması yapılarak yerli (Şahin vd., 2016; Dilek, 2018; Bulut ve İli, 2022) ve yabancı çalışmalardan (Sharpley, 2009; Bolin, 2012; Chen ve Xu, 2021) ilham alınarak oluşturulmuş ve soruların hüzün turizmi ile etik davranışlar arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmaya yönelik olmasına dikkat edilmiştir. Mesela, Barlak (2021) Çernobil faciasının yaşandığı yerlere özel turlar düzenlendiğini, Gülduran ve Akdeniz (2022) ise yoksul bölgelere turlar düzenlenerek etik sömürü kültürünün oluştuğunu belirtmektedir (Soru 1 ve Soru 2). Hüzün turizminin etik yönünü değerlendiren Wight (2009), yerel halkın duygularının ve hassasiyetlerinin göz ardı edilmesini eleştirmektedir. Gülduran ve Akdeniz'de (2022) yerel halkın tutumlarının ve duygularının turistlerin sorumsuz davranışlarıyla zedelendiğini belirtmekte, bunun etik boşluklar oluşturduğunu belirtmektedir (Soru 2). Robb (2009), Busby ve Devereux (2015), Chen ve Xu (2021), Bilge ve Küçükkaraca (2022) çalışmalarında sosyal medya kullanımının, fotoğraf çekmenin rahatsızlık verici olduğunu vurgulamaktadırlar (Soru 3). Stone (2005) acının ve hüznün yaşandığı yerlerde hediyelik eşya satılmasının ve yaşanan acı üzerinden gelir elde edilmesinin etik sorunlar oluşturduğunu belirtmektedir (Soru 5, Soru 5.1). Benzer şekilde Stone (2006) ile Robb (2009) vahşetin ve şiddetin yaşandığı yerlerin bir eğlence merkezi haline getirilerek etik ve sosyal adalet duygularında deformasyon oluşturduğunu belirtmektedir. Örneğin, Merlin Entertainments adlı şirket Londra zindanlarının bir benzerini kullanarak buraya gelen turistlerin gerçekten bir zindanda kalması, hafif biçimde işkence görmesi, idam ve halka açık infazlara şahitlik edebilmesi için farklı odalara yönlendirilmesi gibi deneyimler sunmaktadır (Soru 7). Kurnaz ve Kılıç (2016) ise Çanakkale'deki müzelerin ve anıtların olduğu bölgede bilet satışının yapıldığını ayrıca yerli tur şirketlerinin turistlere paralı ulaşım hizmeti sunduğunu belirterek etik kaygılara dikkat çekmiştir (Soru 4 ve Soru 6). Yukarıdaki literatür bilgisine dayanarak katılımcılara yöneltilen sorular şu şekildedir.

Soru 1. *Acının ve ölümün yaşandığı yerlere turistik geziler düzenlenmesini etik açıdan nasıl değerlendiriyorsunuz?*

Soru 2. *Acının ve ölümün yaşandığı bölgelerde yaşayan yerel halkın duygularını anlamak sizce önemli midir? Turist açısından değerlendirdiğinizde hangi etik sorunların ya da etik olmayan davranışların ortaya çıktığını söyleyebilirsiniz?*

Soru 3. Acının ve ölümün yaşandığı bölgelerde turistlerin sosyal medyada canlı yayın açmasını, anlık paylaşım yapmasını veya fotoğraf çekmesini etik açıdan nasıl karşılıyorsunuz?

Soru 4. Acının ve ölümün yaşandığı bölgelerde yaşayan yerel halkın “hüzün turizminden ekonomik gelir etmesini” etik açıdan nasıl değerlendiriyorsunuz?

Soru 5. Acının ve ölümün yaşandığı bölgelerde yöreye özgü hediyelik eşya, hatıra eşyaları ve diğer süs eşyalarının satılmasını etik açıdan nasıl değerlendiriyorsunuz?

Soru 5.1. Bu ürünleri satın alan kişilerin ölümle ve orada yaşanan olaylarla baş kurabildiğini düşünüyor musunuz veya ne düzeyde baş kurabildiğini düşünüyorsunuz? Bu ürünlerin olduğu çarşılar, pazarlar hüzün turizminin doğasına aykırı mıdır? Fikriniz nedir?

Soru 6. Acının ve ölümün yaşandığı bölgelerin ya da müzelerin para karşılığı/bilet satın alarak ziyaret edilmesini etik açıdan nasıl karşılıyorsunuz?

Soru 7. Acının ve ölümün yaşandığı yerlerin bir benzerinin/minyatürünün veya turistler için oluşturulmuş bir deneyim alanının var olmasını etik açıdan nasıl değerlendiriyorsunuz?

Yukarıdaki sorulara ilaveten resim çekmek, sosyal medyada canlı yayın açmak, yüksek sesle gülmek, şakalaşmak, eğlenceli hareketler yapmak, umursamaz tavırlar sergilemek, kulaklıkla müzik dinlemek ve hediyelik eşya dükkânı aramak gibi davranışların katılımcılar tarafından ne düzeyde etik bulunduğu 1 ile 5 arasında değerlendirmeleri istenmiştir.

Tablo 1: Mülakata ve katılımcılara ait betimleyici veriler

Ad-soyad	Unvan	Hüzün turizmiyle ilgili çalışma sayınız	Mülakat Tarihi	Mülakat Süresi
K1	Prof. Dr.	1	30.03.2024	30 dakika
K2	Doç. Dr.	1	27.003.2024	1 saat
K3	Dr. Öğr. Üyesi	3	31.03.2024	Yaklaşık 2 saat
K4	Doç. Dr.	2	27.03.2024	49 dk
K5	Doktora Öğrencisi	1	29.04.2024	52dk
K6	Doç. Dr.	1	30.04.2024	20 dk.
K7	Doç. Dr.	2	01.05.2024	30 dk.
K8	Doç. Dr.	2	15.05.2024	45 dk
K9	Öğretmen	1	18.07.2024	45 dk
K10	Gastronomi Uzm.	3	26.07.2024	20 dk

Yukarıdaki tabloda katılımcıların unvanı ve hüzün turizmiyle ilgili çalışma sayıları yer almaktadır. Buna göre, on katılımcının 1'i profesör, 5'i doçent, 1'i Dr. Öğr. Üyesi, 1'i öğretmen ve 1'i gastronomi uzmanıdır. Katılımcıların 5'inin en az bir tane hüzün turizmiyle ilgili çalışması bulunmaktadır. Üç kişinin 2 adet çalışması ve iki kişinin ise 3 adet çalışması vardır. Cevaplar verilerin gizliliği nedeniyle K1, K2, K3...şeklinde kodlanmış ve kimin hangi cevabı verdiği belirtilmemiştir. Katılımcıların hüzün turizmiyle ilgili çalışması olduğu ve konuyla ilgili bilgi ve deneyim sahibi oldukları görülmektedir.

7. Bulgular ve Tartışma

Hüzün Turizmi Bölgelerine Turistik Gezi Düzenlenmesinin Etik Yönü

Birinci soruda katılımcılardan etik ile ilgili genel bir değerlendirme yapmaları istenmiş, acının ve ölümün yaşandığı yerlere turistik gezi düzenlenmesini etik olarak görüp görmedikleri sorulmuştur. Hüzün turizmi alanlarına turistik gezi düzenlenmesine ilişkin etik değerlendirmeler genel olarak olumludur ve katılımcıların tamamı hüzün turizmi lokasyonlarına turistik gezi düzenlenmesinde etik bir sakınca görmemektedir. Ancak bu görüşler belirli şarta bağlıdır. Yerel halkın acılarını paylaşmak, orada yaşananları hatırlamak, ölenleri yad etmek etik kaygıları ortadan kaldırmaktadır. Bizim bulgularımızla paralel olarak Şahin vd. (2016) bazı araştırmacıların hüzün turizmini etik bulduğu fakat yerel halkın konuya farklı yaklaştığını belirtmektedir. Stone (2006)'ya göre de acının ve ölümün yaşandığı yerlerin yeniden canlandırılması ve turizme kazandırılması etik sınırlar içindedir. Podoshen (2017) turistlerin hüzün turizmine mağdurlarla empati kurmak için katıldığını, Garcia (2012) hüzün turizmi turlarının hikayelere dayandırılıp, gerçekler üzerine düzenlenerek "etik tarafta" tutulduğunu söylemektedir. Kısaca hüzün turizmi bölgelerine turistik gezi düzenlemenin etik bir sakınca doğurmadığı görüşü hakimdir. Katılımcılardan bazılarının görüşleri şu şekildedir:

K.1 ...yapılan ziyaretler saygı çerçevesinde ve etik kurallara riayet edilerek yapıldığı takdirde etik açıdan herhangi bir sakınca görmüyorum.

K.9. ...insanı geçmişe götüren bu geziler insanların daha bilinçli olmasını sağlamaktadır.

Hüzün Turizmi Bölgelerinde Turistlerin Etik Dışı Davranışları

İkinci soruda katılımcılara acının ve ölümün yaşandığı yerlerde yerel halkın duygularını anlamanın önemli olup olmadığı sorulmuş ve turist açısından bir değerlendirme yapıp, hangi etik sorunların veya etik olmayan davranışların ortaya çıktığı öğrenilmeye çalışılmıştır. Cevaplara bakıldığında katılımcıların tamamı yerel halkın duygularını önemsemek gerektiğini, acının ve sevincin paylaşılmasının toplumsal birlikteliği arttıracaklarını belirtmişlerdir. Turist açısından hüzün turizmi alanlarında yüksek sesli konuşma, müzik, eğlence, alkol, dans ve abartılı davranışların etik olmadığı belirtilmiştir. Ayrıca anlamsız ve gösterişli öz çekimler yapmak, kıyafetin uygun olmaması, şakalaşmak yine etik dışı davranışlar olarak sıralanmıştır. Stone (2010) hüzün turizminin acıların paylaşılmasına ve toplumlararası bir bağ kurulmasına aracı olabileceğini öne sürmekte, Şahin vd. (2016) ise dark turizm destinasyonlarının ziyaret edilmesinin, turistlerde empati duygusu uyandırması, acının paylaşılması ve toplumsal duyarlılık yaratması açısından önem taşıdığını belirtmektedir. Katılımcıların bazılarının görüşleri şu şekildedir:

K.4 ...yerel halkın değerlerine daha saygılı olunması ve mevcut koşullara ayak uydurulması gerekiyor. Mesela az bir süre sessiz kalınacaksa sessiz kalınmalı, foto çekilmeyecekse foto çekilmemeli.

K.5. ...aşırı olan herşey etik değildir. Yüksek sesle ağlamak, dövünmek, bağırarak, çağırmakta uygun değildir. Etkinliğin

doğasına aykırı olmamak gerekir. Örneğin Anıtkabirde nöbet tutan askerle şakalaşmak, laf atmak, komiklik yapmak uygun değildir.

Hüzün Turizmi Bölgelerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Etik

Üçüncü soruda katılımcılara hüzün turizmi bölgelerinde turistlerin sosyal medyada canlı yayın açmasını, anlık paylaşım yapmasını veya fotoğraf çekmesini etik açıdan nasıl değerlendirdikleri sorulmuştur. Buna göre katılımcıların dördü fotoğraf çekmenin ve sosyal medyada canlı yayın açmanın etik olduğunu düşünürken, altı kişi bu tarz davranışları etik dışı değerlendirmektedir. Fotoğraf çekmeyi ve sosyal medyada canlı yayın açmayı etik bulan katılımcılar bu davranışların şov yapılmadan, kişisel ve toplumsal değerlere zarar vermeden yapılması gerektiğini vurgulamışlardır. Ayrıca fotoğraf çekmenin ve sosyal medyada canlı yayın açmanın anı biriktirmeye, yaşanan acılara dikkat çekmek ve farkındalık oluşturmaya katkı sağladığını söylemişlerdir. Dolayısıyla etik sakınca görmemektedirler. Bu davranışları etik bulmayan katılımcılar ise fotoğraf çekerken ya da sosyal medyada canlı yayın açarken izin almamaya, mahremiyete dikkat çekmişler, bu kanıtların daha sonradan başka amaçlarla kullanılabileceğini belirtmişlerdir. Bizim bulgularımızla paralel olarak Minić (2012) hüzün turizmüne katılanların bölgedeki insanlarla aynı duyguları paylaşmaları gerektiğini, Kelman ve Dodds (2009) hüzün turizmi bölgelerinde bireyin rızasının önemli olduğunu, Strange ve Kempa (2003) sosyal medya aracılığıyla bir eğlence haline dönüşmesinin etik olmadığını söylemektedir. Katılımcıların konuyla ilgili görüşleri şu şekildedir:

K.1 ...abartıya kaçmadan fotoğraf çekimi ve paylaşım yapılabilir. İşi şov boyutuna taşıyacak canlı yayın veya paylaşımlardan kaçınılmalıdır.

K.3 ...eğer bölgede yaşanan acı olaylara ilişkin farkındalık oluşturuyorsa etik bir problem yaratmaz. Ayrıca turistler ziyaret ettikleri alanlarda anı biriktirme eğilimindedir. Günümüz şartlarında anı biriktirmenin en önemli araçlarından biri sosyal medyadır. Bu açıdan düşünüldüğünde fotoğraf çekmek, paylaşım yapmak etik bir sorun oluşturmaz.

Hüzün Turizmi Bölgelerinde Yerel Halkın Kazanç Sağlamasının Etik Yönü

Dördüncü soruda katılımcılara acının ve ölümün yaşandığı bölgelerde yaşayan yerel halkın "hüzün turizminden ekonomik gelir etmesini" etik açıdan nasıl değerlendirdikleri sorulmuştur. Buna katılımcıların biri hariç diğer dokuzu durumu etik olarak değerlendirmiş ve gelir getirici faaliyetlerin olağan olduğunu, hüzün turizminin alternatif turizm türlerinden biri sayıldığını dolayısıyla bölgeye ve bölgede yaşayanlara ekonomik kazanç sağlayabileceğini belirtmişlerdir. Bütüne bakıldığında katılımcılar yerel halkın hüzün turizminden gelir elde etmesini normal karşılamış ve etik görmüş, insanların para kazanmaları ve hayatlarını devam ettirmeleri gerektiğini söylemişlerdir. Foley ve Lennon (1996), hüzün turizmi bölgelerine duyulan ilginin bölgeye turizm geliri sağlayabileceğini, Stone (2012) bazen turistik seyahatlerin hüzün turizmi bölgelerine ekonomik katkı sağlamak amacıyla da yapılabileceğini söylemektedir. Katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K.4 ...ekonomik gelir kazanılmasını etik açıdan sorunlu görmüyorum. Böylece hem kendi değerlerine, olaylara ve olgulara olan bağlılıkları artar ve koruma içgüdüleri artar hem de kazanç sağlamalarından dolayı sürdürülebilirlik sağlanır.

K.7 ...her turizm türü gibi hüzün turizmi faaliyetleri de gerçekleştirilen bölgeye önemli ekonomik katkılar sunacaktır. Bölge hüzün turizmine açılmışsa ekonomik ve diğer katkılar elde edecektir. Bu durum etik açıdan acı ve trajedinin satılması şeklinde algılanmamalıdır.

Hüzün Turizmi Bölgelerindeki Ticari Faaliyetlerin Etik Yönü

Beşinci soruda katılımcılara acının ve ölümün yaşandığı bölgelerde hediyelik eşya, hatıra eşyaları ve diğer süs eşyalarının (örneğin Seyit Onbaşı anahtarlığı, Türk Bayrağı tişörtü, Çanakkale Şehitliği magneti) satılmasını etik açıdan nasıl değerlendirdikleri sorulmuş, bu ürünleri satın alan kişilerin ölümle ve orada yaşanan olaylarla ne düzeyde bağ kurabildikleri öğrenilmeye çalışılmıştır. Cevaplar genel olarak değerlendirildiğinde katılımcıların hepsi hediyelik ve hatıra eşyalarının etik sorun oluşturmeyeceğini bu eşyaların turistler açısından somut birer kanıt niteliği taşıdığı, turistin bu eşyalarla deneyimini somutlaştırdığı belirtilmektedir. Bunun yanı sıra katılımcılar hediyelik ve süs eşyalarının kalitesinden, bölgenin hikayesine, mirasına, ruhuna ve orada yaşananlara uygun olmasından bahsetmişlerdir. Ancak bu şekilde bu tarz ekonomik değeri olan ürünlerin satılmasının etik olacağı vurgulanmıştır. Aslan ve Kozak (2006) ticari faaliyetlerin adil ve yasal olmasının, turizm etiğinin önemli bir noktası olduğunu vurgulamaktadır.

K.1 ...etik açıdan herhangi bir sakınca görmüyorum. Ürünlerin satış yerlerinin nezih ortamlar olmasına ürünlerin kalitesine dikkat edilmelidir.

K.3 ...hediyelik eşyaların ilgili alanın hikayesine uygun olarak tasarlanması gerekmektedir. Hüzün turizmi alanının hikayesine, mirasına veya doğasına uygun eşyaların üretilip satışa sunulması etik açıdan bir sorun oluşturmaz.

K.4 ...malzemelerin içeriği, biçimi ve kalitesi çok önemlidir. Bu ürünlerin doğru bir anlatımla, doğru formda satılması çok önemlidir.

Hediyelik/hatıra eşyalarını satın alan kişilerin yaşanan ölüm, acı ve trajediyle daha derin bir bağ kurabilecekleri, bu kişilerin normal turistlerden farklı oldukları, zaten bu yerlere ilişkin bir ön bilgi ve farkındalıkları olduğu belirtilmiştir. Dolayısıyla olayları hatırlamak isteyen, geçmişi yad etmek isteyen kişiler bu eşyaları satın almakta, hatta bu eşyaları başkalarına hediye ederek onların da merak duygularını körüklemekte ve hüzün turizmi alanlarına gelmelerini sağlamaktadırlar. Katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K.5 ...oraya giden insanların önceden mevcut ön bilgileri ve farkındalıkları olduğunu düşünüyorum.

K.9 ...çarşı ve pazarlar hüzün turizminin doğasına aykırı değildir. Olay acı da olsa insanların o olayı hatırlatacak hediyelik eşya alması normaldir.

Altıncı soruda katılımcılara acının ve ölümün yaşandığı bölgelerin ya da müzelerin para karşılığı/bilet satın alarak ziyaret edilmesini etik açıdan nasıl karşıladıkları sorulmuştur. Katılımcıların üçü ticari beklenti olarak gördükleri bu durumu etik dışı bulmakta, yedi kişi ise bu bölgelerin temizliği, bakımı-onarımı, sürdürülebilirliği ve ziyaretçilerin memnuniyeti açısından ücretli olmasını destekledikleri görülmüştür. Katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K.1 ...etik açıdan sakınca yoktur. Bu tür yerlerin bakımı ve korunması için elbette gelire ihtiyaç vardır.

K.2 ...dünyanın hemen her yerinde bu tarz yerleri ziyaretin belirli bir ücret karşılığında olması gerekir diye düşünüyorum. Çünkü söz konusu alanların işletme bakım onarım giderlerinin bir şekilde karşılanması gerekir. Söz konusu giderlerin bir kısmının da kullanıcılardan sağlanmasının gerekli ve zorunlu olduğu kanaatindeyim.

Hüzün Turizmi Bölgelerinin Deneyimsel Alan Olarak Oluşturulmasının Etik Yönü

Yedinci soruda katılımcılara acının ve ölümün yaşandığı yerlerin bir benzerinin/minyatürünün veya turistler için oluşturulmuş bir deneyim alanının var olmasını etik açıdan nasıl değerlendirdikleri sorulmuştur. Örneğin, temsili cenaze törenleri, sembolik hapishaneler, bu hapishanelerde isteyen turistlerin bir gece geçirebilmesi ve bazı küçük işkence deneyimleri yaşaması, simülasyon veya sanal gerçeklikle oluşturulmuş bir deprem anı veya sembolik deprem alanı oluşturma gibi... Cevaplar değerlendirildiğinde üç katılımcı hüzün turizmine yönelik deneyim alanlarının oluşturulmasını etik karşılarken, diğer yedi katılımcı böylesi yerlerin acıyı sulandırdığını, acıların istismar edildiğini, acı ve ölüm üzerinden eğlence malzemesi üretildiğini, ciddiyetin ortadan kalktığını ve duyguyu anlayamamaya neden olduğunu belirtmiştir. Etik değerlendiren üç kişi ise turistlerin değişen ve çeşitlenen taleplerine vurgu yapmış, hüznün somutlaştırıldığı, turistlerin geziden sonra bu deneyimleri yaşaması sonucunda unutulmaz olduğunu söylemiştir. Katılımcıların cevapları şu şekildedir:

K.1 ...etik açıdan uygun olmadığını düşünüyorum. Böyle bir durumda geçmiş acıların istismar edilmesi ortaya çıkar. İşin ciddiyeti kaybolur.

K.4 ...eğer tarihi bir olayı canlandırıyorsanız olabilir ama tiyatral bir şekilde canlandırılması uygun değildir.

K.8 ...burada "ölmeyelim ama nasıl ölüyorlarmış görelim" duygusu var. Simülasyon ise belki sorun olmayabilir ama deneyim amaçlı mekanların oluşturulması ya da ses efektlerin verilmesi, çığlık seslerinin, gardiyanların sert uyarılarının seslerinin verilmesi yaşanan acıların "sulandırılmasına" neden olmaktadır.

Tablo 2: Hüzün turizmi alanlarına para karşılığı veya bilet satın alarak girmenin ya da bu alanların eğlence amaçlı bir benzerlerinin yapılmasının ne düzeyde etik olduğu ile ilgili betimleyici istatistikler

Hüzün turizmi alanlarının eğlence amaçlı bir benzerinin veya minyatürünün ya da deneyimlenecek turizm ürünü oluşturulmasının etik açıdan uygunluğu						Fotoğraf çekmek, sosyal medyada canlı yayın açmak veya eğlence amaçlı ziyaretlerin etik açıdan uygunluğu				
Kesinlikle etik değildir	Etik değildir	Kararsızım	Etiktir	Kesinlikle etiktir	HÜZÜN TURİZMİ ALANLARI	Kesinlikle etik değildir	Etik değildir	Kararsızım	Etiktir	Kesinlikle etiktir
6	1	-	2	1	Soykırım kampları (Auschwitz-Birkenau Toplama Kampı)	6	1	-	2	1
2	3	2	2	1	Zindanlar ve Hapishaneler (Alcatraz Hapishanesi, Ulucanlar Cezaevi, Yedi Kule Zindanları)	4	2	1	2	1
4	2	-	3	1	Utancı müzeleri ve Sergiler (Kamboçya Ölüm Tarlası, Body Worlds Sergisi, Holokost Müzesi)	4	2	-	3	1
3	4	-	2	1	Terör Saldırısı Alanları	4	2	-	3	1
1	3	3	2	1	Kaza/Felaket ve Doğal Afet Alanları (Pompei, Çernobil)	3	3	2	1	1
-	2	4	2	2	Dini İnanç Yerleri (Kudüs, Mekke, Kerbela)	2	3	2	2	1
2	1	2	4	1	Sembolleşmiş Tarihi ve Kültürel Alanlar (Anıtkabir, Berlin Duvarı)	2	1	2	4	1
1	3	1	3	2	Çatışma ve Savaş Alanları (Çanakkale Gelibolu Yarımadası)	2	4	1	2	1
1	1	1	5	2	Ünlülerin Mezarları ve Evleri	2	1	2	4	1
-	1	3	5	1	Cin ve Hayalet Turizmine Yönelik Alanlar (Bran Şatosu, Edinburg Kalesi, Kibledere ve Lebbey Köyü)	1	-	3	4	2
-	3	3	3	1	Cinayet ve Suikast Alanları (John Kennedy Suikastı, John Lennon'un vurulduğu yer, Sivas Madımak Otel)	1	3	1	4	1

Soykırım kamplarının, zindan ve hapishanelerin, terör saldırısı ile doğal afet ve kaza alanlarının eğlence amaçlı bir benzerinin ya da minyatürünün oluşturulması katılımcılara kesinlikle etik bulunmamaktadır. Buralarda turistlerin deneyime dayalı faaliyetlerde bulunması, yaşanan acıların, üzüntülerin ve ölümün istismar edilmesi hoş karşılanmamaktadır. Buna karşın sembolleşmiş tarihi-kültürel

alanların, ünlülerin mezarları ile evlerinin, cin ve hayalet bölgelerinin deneyim amaçlı minyatür mekanlarının oluşturulması veya bir benzerinin yapılması etik açıdan kabul görmektedir. Cinayet alanları ile çatışma ve savaş alanları konusunda ise farklı görüşler bulunmakta, katılımcıların bazıları etik bulurken, bazıları ise etik bulmamaktadır. Timothy (2011) insanların en zayıf anlarının turistler tarafından seyirlik hale getirilmesinin etik olmayacağını söylemektedir.

Fotoğraf çekmek, sosyal medyada canlı yayın açmak veya eğlence amaçlı geziler düzenlemek soykırım kampları, zindanlar ve hapishaneler, utanç müzeleri, terör saldırısı alanları, kaza-doğal afet alanları, dini inanç yerleri, çatışma ve savaş alanları için etik görülmemekte, katılımcılar bu tarz davranışların olmasını hoş karşılamamaktadır. Buna karşın katılımcıların çoğu, sembolleşmiş tarihi ve kültürel alanların, cin ve hayalet bölgelerinin, ünlülerin mezar ve evlerinin, cinayet ve suikast alanlarının fotoğraf çekmek, sosyal medyada canlı yayın açmak için uygun olabileceğini, etik bir sorun teşkil etmediğini belirtmişlerdir.

Tablo 3: Hüzün turizmi alanlarında neleri yapmanın etik, neleri yapmanın etik olmadığına dair betimleyici istatistikler

Davranışlar HüzünTurizmi Alanları	Resim çekmek	Sosyal medyada canlı yayın açmak	Yüksek sesle gülmek	Şakalaşmak/ eğlenceli hareketler yapmak	Umursamaz tavırlar sergilemek	Hediyelik eşya dükkânı aramak	Kulaklıkla müzik dinlemek
Soykırım kampları	3,5	2,3	1,0	1,0	1,1	2,5	1,3
Zindanlar ve Hapishaneler	3,7	2,7	1,2	1,0	1,2	2,7	1,6
Utanç müzeleri ve Sergiler	3,8	2,5	1,0	1,0	1,1	2,3	1,5
Terör saldırısı olaylar	3,2	2,2	1,0	1,0	1,1	2,2	1,4
Kaza/felaket ve Doğal Afetler	3,6	2,5	1,2	1,2	1,3	1,8	1,5
Sembolleşmiş Tarihi ve kültürel alanlar	4,4	3,5	1,4	1,4	1,4	3,6	1,8
Çatışma ve Savaş alanları	3,7	2,6	1,1	1,0	1,2	2,5	1,5
Ünlülerin mezarları ve evleri	4,1	3,6	1,2	1,2	1,3	3,1	1,9
Cin ve hayalet turizmne yönelik alanlar	4,6	3,7	1,9	2,0	1,8	3,5	2,0
Cinayet ve suikast alanları	3,6	3,0	1,0	1,0	1,1	2,6	1,6

Katılımcılara belirli hüzün turizmi alanlarında belirli davranışlar sergilemenin ne derece etik olduğunu söylemeleri ve görüşlerini 1=kesinlikle etik değil, 5=son derece normal, doğal, etik olmak üzere 1 ila 5 arasında belirtmeleri istenmiştir. Yukarıdaki tablo incelendiğinde bütün hüzün turizmi alanlarında yüksek sesle gülmek, şakalaşmak, eğlenceli hareketler yapmak, umursamaz tavırlar sergilemek ve kulaklıkla müzik dinlemek gibi davranışlar kesinlikle etik bulunmazken, resim çekmek, sosyal medyada canlı yayın açmak sadece sembolleşmiş tarihi-kültürel alanlarda, ünlülerin mezarları ile evlerinde, cin/hayalet alanlarında ve cinayet ve suikast alanlarında etik bulunmuştur. Bu durumda katılımcılar koyu hüzün turizmi alanlarında davranışlara daha çok dikkat edilmesini isterken, açık/gri alanlarda bazı davranışların olabileceğini göstermiştir. Hüzün turizmne katılan turistlerin bölgede

yaşayan yerel halkın değerlerine ve inançlarına saygısızlık olarak algılanabilecek hareketlerden kaçınması beklenmektedir (Sharples, 2009). Fotoğraf ya da video çekerken etik kurallara uyulmalı, mahremiyet gözetilmeli ve aşırıya kaçılmamalıdır (Priour, 2011).

8.Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada turistlerin hüzün turizmi alanlarında sergileyecekleri davranışlar etik boyutu itibarıyla değerlendirilmiş ve hüzün turizmi ile etik ilişkisi ele alınmıştır. Hüzün turizmi alanları büyük acıların, toplu ölümlerin ve trajedilerin yaşandığı yerleri temsil etmektedir. Bu alanlarda geçmişte büyük acılar çekilmiş, insanlar bu alanlarda hayatlarını kaybetmişler veya yakınları, sevdikleri bu alanlarda işkence görmüş, insanlık dışı bazı uygulamalar gerçekleşmiştir. Turistler bu hüzün turizmi alanlarını seyahat ederken bazen yerel halkın duygularını anlamakta zorlanmak, empati kurmada, bölgenin ruhunu yakalamada zorluklar yaşamaktadır. Ayrıca bu alanlara para ile yada bilet karşılığında turist kabul edilmektedir. Yerel yönetimlerin ve turizm profesyonellerinin acılar ve ölümler üzerinden maddi kazanç elde etmesi de bazı etik kaygılar doğurmaktadır. Bu çalışmada hem turistlerin hüzün turizmi alanlarında sergiledikleri davranışların etik yönü değerlendirilmekte hem de bu alanlara para ile girilmesinin, bu alanlarda hediyelik, süs eşyalarının satılmasının ve hüzün turizmi alanlarının deneyime yönelik, eğlence amaçlı benzerlerinin, minyatürlerinin oluşturulmasının etik yönü sorgulanmaktadır.

Araştırma sonucunda katılımcılar hüzün turizmi alanlarına turistik gezi düzenlenmesinde herhangi bir etik sakınca görmemiş, hüzün turizmini alternatif bir turizm olarak değerlendirip, bu yerlere gidilmesinin acıları hafifletmeye, yerel halkın duygularını paylaşmaya ve geçmişi yad etmeye yardımcı olduğunu söylemişlerdir. Bu yerleri ziyaret eden turistlerin muhakkak yerel halkın duygularını anlaması gerektiğini vurgulayan katılımcılar, turistlerin sergilediği yüksek sesle konuşmak, müzik, eğlence, alkol, dans gibi bazı davranışların ortaya çıktığını ve bunun etikle bağdaşmadığını belirtmişlerdir. Hüzün turizmi alanlarında fotoğraf çekmenin, sosyal medyada canlı yayın açmanın bölgenin ruhuna aykırı olduğunu belirten katılımcılar bu davranışları etik bulmamışlardır. Ayrıca bu davranışların izin alınarak, mahremiyete özen gösterilerek yapılmasını istemişlerdir.

Hüzün turizmi alanlarında yerel halkın ekonomik gelir elde etmesinde bir sakınca görmeyen katılımcılar, hüzün turizmi olmasaydı da başka turizm türlerinden halkın gelir elde edebileceğini ve bunun normal olduğunu belirtmişlerdir. Burada yerel halkın satılan ürünlerin kalitesine, içeriğine, malzemesine dikkat etmeleri gerektiği, bölgenin ve orada yaşanan olayın doğasına uygun olması gerektiğini vurgulamışlardır. Bu ürünleri satın alan kişilerin, normal turistlerden farklı olduğunu söyleyen katılımcılar, hüzün turizmi turistlerini daha bilinçli, olayların farkında ve bilgi sahibi kişiler olarak görmüşlerdir. Dolayısıyla hediyelik/süs eşyası satın alan kişilerin hüzün turizmi alanlarıyla bağ kurabileceğini, seyahat sonrası bu ürünler sayesinde gezilerini somutlaştırdıkları belirtilmiştir. Hüzün turizmi alanlarına parayla ya da bilet satın alınarak girilmesini etik bulan katılımcılar, bu yerlerin temizliği, bakım-onarımı ve sürdürülebilirliği açısından bu uygulamayı zorunlu olarak algılamışlardır. Dolayısıyla acının ve ölümün üzerinden para kazanılmasına hüzün turizmine konu olan mekanların tamir, bakım-onarımı gözüyle bakan katılımcılar, yerel yönetimlerin veya özel işletmelerin bilet satmasını, para ile turist kabul etmelerini olağan, etik karşılamışlardır.

Katılımcılara hüzün turizmi alanlarının bir benzerinin veya minyatürünün oluşturulmasının, turistlerin bu alanlarda bölgede yaşananları deneyimlemesinin etik olup olmadığı sorulmuş, katılımcıların tamamı bu olayın etik davranışla bağdaşmadığını, bu durumu etik bulmadıklarını söylemiştir. Katılımcılar eğlence amaçlı ve turistlerin deneyimlerine yönelik bu alanların ölümü istismar ettikleri, acıyı sulandırdığını ve olayın ciddiyetini azalttığını belirtmişlerdir. Turistlerin yüksek sesle konuşmaları, gülmeleri, şakalaşmaları, eğlenceli hareketler yapmaları, umursamaz tavırlar sergilemeleri ve kulaklıkla müzik dinlemeleri bütün hüzün turizmi alanlarında etik dışı bulunurken, fotoğraf çekmeleri ve sosyal medyada canlı yayın açmaları farklı hüzün turizmi alanlarına göre farklılaşmaktadır. Koyu alanlarda, derin acılar yaşanan bölgelerde bu davranışlar etik dışı bulunurken, daha açık ve hüznün az olduğu yerlerde bu davranışlar etik açıdan normal karşılanmıştır. Bu çalışma sonucunda hüzün turizmi alanlarına gelen turistlerin hangi güdülerle ve hangi amaçlarla geldiğinin öğrenilmesi önerilmekte, hüzün turizmi alanlarının yaşanan acı, ölüm ve etki yönünden koyudan açığa doğru derecelendirilmesinin turistler açısından yol gösterici olacağına inanılmaktadır. Turizm profesyonelleri ve yerel yönetimler Türkiye'deki hüzün turizmi bölgelerinin yönetiminde kolektif bir bakış açısı sergilemeli, hüzün turizmi alanlarının yönetiminde yerel halk-turist ve işletme bakış açısının ortak olarak belirlenmesi gerekmektedir.

8.1. Yönetimsel Çıkarımlar

Hüzün turizminin genel turizmden ayrılan bazı yönleri bulunmaktadır. Turizm profesyonelleri ve yerel yönetimler turistleri tipolojilerine ve destinasyonlara geliş amacına göre segmentlere ayırabilir, farklı turist tiplerine uygun farklı tanıtım ve reklam araçları kullanabilir. Örneğin, eğlence ve macera için gelen turistler hareketli billboardlar, afiş ve panolarla bilgilendirilirken, kültür, miras ve tarih konularında bilgi sahibi olmak için gelen turistler bir rehberin anlatımıyla bilgi sahibi olabilirler. Acının ve hüznün yaşandığı bir bölgeye ziyarette bulunmak isteyen bir turist ise Afet Koordinasyon Merkezinden bir yetkili tarafından ya da orada yaşayan eğitilmiş bir yerel halk tarafından bilgilendirmesi yapılabilir. Dolayısıyla turistlerin varış yerlerine geliş amacı onlara ulaşılacak iletişim kanallarını da etkileyecektir. Hüzün turizmi bölgelerinin planlaması, koordinasyonu, altyapı çalışmalarının tamamlanması oraya gelen turistlerle ve yerel halkla işbirliği içinde bağışlar yoluyla gerçekleştirilebilir.

8.2. Gelecekteki Araştırmalara Öneriler

Hüzün turizmi konusunda yapılan çalışmalar sayıca yetersizdir ve daha fazla araştırmaya ihtiyaç vardır. Hüzün turizmini etik konusuyla birlikte ele alan çalışma sayısı da sınırlıdır. Gelecekteki çalışmaların etik konusunu belli bir ölçek kullanarak sayısal olarak ölçmesi önerilebilir. Ayrıca etik davranış ile turist tipolojileri arasında bir ilişkinin olup olmadığı, etik davranışların turistlerin geldiği ülkelere ya da turistlerin kültürel özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği sorgulanabilir. Örneklem grubu olarak ise turist rehberlerinin, hüzün turizmi bölgelerinde yaşayan yerel halkın ya da kendisi için önemli birini kaybetmiş kişilerin seçilerek yapılacak araştırmalar, bu alandaki teorik bilgiyi ileriye taşıyabilir.

9. Kaynakça

- Akan, P. (2007). "Uygulama açısından iş etiği kuralları ve evrensel turizm etiği ilkeleri,, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(1), ss.7-20.
- Baltacı, A. (2018). "Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme", *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), ss.231-274.
- Barlak, E. H. (2021). "Çernobil doğal açık hava müzesi: sanatın etik duruşu", *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 4(1), ss.85-91.
- Bejinaru, R. (2023). "Marketing perspectives of the dark tourism trend in the global hospitality industry", *Revista de turism-studii și cercetări în turism*, (36).
- Bolin, A. (2012). "On the side of light: performing morality at Rwanda's Genocide Memorials", *Journal of Conflict Archaeology*, 7(3), ss.199-207.
- Bulut, Z. ve İli, N.D. (2022). "Türkiye ve dünyadaki "hüzün turizmi" çalışmalarının bibliyometrik analizi", *Turizm ve İşletme Dergisi*, 2(1), ss.67-88.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2012). Eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri (36. Baskı). Ankara: Pegem Akademi
- Chen, S. ve Xu, H. (2021). "The moral gaze in commercialized dark tourism", *Current Issues in Tourism*, 24(15), ss.2167-2186.
- Collins-Kreiner, N. (2016). "Dark tourism as/is pilgrimage", *Current Issues in Tourism*, 19(12), ss.1185-1189.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Cruz, R., & Enrique, C. (2024). "Dark tourism: ethical considerations and its impact on local communities", *Proceeding of The International Global Tourism Science and Vocational Education*, 1(1), 296-300.
- Çelik, A. (2017). "Hüzün Turizmi Üzerine Bir Derleme", *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), ss.41-55
- Dilek, S. E. (2018). "Aktif savaş alanları turizmi: Macera mı? Kayıtsız hazcılık mı? Etik bir tartışma", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(59), ss.932-938.
- Farmaki, A. (2013). "Dark tourism revisited: A supply/demand conceptualisation", *International Journal of Culture, tourism and hospitality Research*, 7(3), ss.281-292.
- Ferdinandus, N. L. (2022). The dark side of dark tourism. *Master Thesis*. Utrecht University.
- Foley, M. ve Lennon, J.J. (1996). "JFK and dark tourism: a fascination with assassination", *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), ss.198-211.
- Garcia, B.R. (2012). "In Dark Tourism Attractions: The Case of Ghost Tours in Edinburgh and Toledo", *Journal of Unconventional Parks, Tourism & Recreation Research*, 4(1), ss.14-19.
- Guo, Z. (2024). Emotional marketing and consumer behavior. *Proceedings of the 3rd International Conference on Business and Policy Studies*. Cardiff/UK
- Gülduran, Ç.A. ve Akdeniz, A. (2022). "Yoksulluğun metalaşması: gecekondur turizmi üzerine kavramsal bir bakış açısı", *Turizm Akademik Dergisi*, 9(2), ss.463-475.
- Kaushik, M., Choudhary, S. ve Choudhary, M. (2024). "Impact of Emotional Marketing on Consumer Decision Making: A Review", *International Journal for Multidisciplinary Research*, 6 (2).

- Kazimierczak, M. (2006). "Code of ethics for tourism", *Studies in Physical Culture and Tourism*, 13(1), ss.93-97.
- Kelman, I. ve Dodds, R. (2009). "Developing A Code of Ethics for Disaster Tourism", *International Journal of Mass Emergencies and Disasters*, 27(3), ss.272-296
- Kılıç, B. ve Akyurt, H. (2011). "Destinasyon imajı oluşturmada hüzün turizmi: Afyonkarahisar ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı", *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), ss.209-232
- Koç Başaran, Y. (2017). "Sosyal bilimlerde örnekleme kuramı", *The Journal of Academic Social Science*, 5(47), ss.480-495
- Kumar, J., Kularajasingam, J. ve Jieyao, Z. (2024). "Exploring Marketing Strategies and Media Influences in Dark Tourism", Sharma, A., Arora, S. & Shukla, P. (Eds.), *İçinde Dark Tourism: Theory, Interpretation and Attraction* (pp. 89-98). Emerald Publishing Limited.
- Kurnaz, H. A., Çeken, H. ve Kılıç, B. (2013). "Hüzün turizmi katılımcılarının seyahat motivasyonlarının belirlenmesi", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2), ss.57-73
- Kurnaz, H.A. ve Kılıç, B. (2016). "İtici ve çekici faktörlerin hüzün turizmi destinasyonlarında memnuniyet ve sadakate etkisi: Çanakkale örneği", *ÇKÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), ss.139-164.
- Lennon, J. ve Powell, R. (2018). "Dark tourism and cities", *International Tourism Studies*, 4(1), ss.1-3
- Lewis, H., Schrier, T. ve Xu, S. (2021). "Dark tourism: motivations and visit intentions of tourists", *International Hospitality Review*, 36(1), ss.107-123.
- O'Shaughnessy, J. ve O'Shaughnessy, N. J. (2002). *The marketing power of emotion*. Oxford University Press.
- Özdemir, F. ve Çakmak, T.F. (2022). Hüzün turizmi üzerine bibliyometrik bir analiz. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), ss.389-406.
- Prieur, M. (2011). *European and Mediterranean Major Hazards Agreement*. Strasbourg; Council of Europe.
- Rivera-Eraso, A., Van Der Woude, D., Sandoval-Escobar, M. ve Ariza-Salazar, J. (2023). The roles of purchase intentions and social media in dark tourism. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 71(2), ss.316-330.
- Seaton, A. (1996). "Guided by the dark: from thanatopsis to thanatourism", *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), ss.234-244.
- Sharpley, R. ve Stone, P. (2008). "Consuming dark tourism: a thanatological perspective", *Annals of Tourism Research*, 35(2), ss.574-595.
- Stone, P. R. (2012). Dark Tourism and Significant Other Death: Towards A Model of Mortality Mediation. *Annals of Tourism Research*, 39(3), ss.1565-1587
- Stone, P.R. (2005). "Consuming dark tourism: a call for research", *Review of Tourism Research*, 3(5), ss.109-117.
- Stone, P.R. (2006). "A dark tourism spectrum: towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibition", *An International Interdisciplinary Journal*, 54(2), ss.145-160.
- Stone, P.R. (2010). *Death, Dying and Dark Tourism in Contemporary Society: A Theoretical and Empirical Analysis*. Lancashire: University of Central Lancashire.
- Stone, P.R. ve Grebenar, A. (2022). "'Making Tragic Places': dark tourism, kitsch and the commodification of atrocity", *Journal of Tourism and Cultural Change*, 20(4), ss.457-454.

- Şahin, G., Akova, O. ve Boğa, D. (2016). "Dark turizm ve etik ilişkisi üzerine bir değerlendirme", Uluslararası Turizm ve Yönetim Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı, 20-22 Mayıs, Antalya, ss.1859-1878.
- Timothy, D. J. (2011). *Cultural Heritage and Tourism* (Cilt 4). Channel View Publications.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2021). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (12. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, H., ve Eşitti, B. (2023). "Destinasyon pazarlama, destinasyon çekiciliği ve turizm gelişimi aracı olarak hüzün turizmi: Ankara ili örneği", *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 26(1), ss.65-90.
- Wight, A. C. (2009). Contested national tragedies: an ethical dimension. Sharpley, R. & Stone, F.R. (Eds.), *İçinde The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism* (pp. 129-144), Channel View Publications
- Williams, P. (2014). Emotions and consumer behavior. *Journal of consumer research*, 40(5), viii-xi.

Katkı Oranı Tablosu

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.	Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.
Teşekkür: Katkılarından dolayı hakemler ve dergi editörüne teşekkürlerimi sunarım.	Araştırmacıların Katkı Oranı: Tek yazarlı bir çalışmadır.
Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.	Etik Kurul Onayı: Düzce Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulunca 03.03.2025-545405 evrak tarih ve sayısı ile 2025/91 sayılı kararla alınmıştır.
Çıkar Çatışması: Tek yazarlı bir çalışmadır.	