



Open Access

e-ISSN: 3108-6616

Gündem Turizm Dergisi

Araştırma Makalesi/Research Article



Turizmde Psikocoğrafya: Mekânsal Algının Bireysel Psikoloji ve Deneyim Üzerindeki Görünmez Etkileri

Psychogeography in Tourism: The Invisible Effects of Spatial Perception on Individual Psychology and Experience

Semahat Göker Özyürek¹

Öz

Bu çalışma, karanlık turizm destinasyonları özelinde, turizm literatüründe görece yeni bir yaklaşım olan psikocoğrafya kavramını, bu özgün mekânların bireylerin psikolojik süreçleri ve deneysel algıları üzerindeki etkileri bağlamında ele almayı amaçlamaktadır. Psikocoğrafya, fiziksel ve sembolik çevrenin bireylerin duygu, algı ve davranışları üzerindeki görünmez etkilerini inceleyen disiplinlerarası bir yaklaşım olarak, karanlık turizm gibi hassas deneyimlerin derinlemesine anlaşılmasına katkı sağlamaktadır. Çalışma, “yerin ruhu” (genius loci), atmosfer, mimari doku ve sürüklenme (dérive) gibi kavramları, karanlık turizmin kendine özgü dinamikleri ve turizm psikolojisi perspektifiyle bütünleştirmektedir. Nitel araştırma deseninde kavramsal analiz yöntemiyle yapılandırılan bu çalışma, kuramsal temelini Uyarın-Organizma-Tepki (S-O-R) modelinden almaktadır. Araştırma kapsamında; destinasyonun mekânsal düzeni, mimarisi ve atmosferik unsurları 'uyarın'; turistlerin duygusal durumları ve mekânsal algıları 'organizma'; deneyim memnuniyeti ile davranışsal niyetler ise 'tepki' değişkenleri olarak çözümlenmiştir. Elde edilen bulgular, özellikle karanlık turizm destinasyonlarının yalnızca fiziksel alanlar olmadığını, aynı zamanda ziyaretçi deneyimini şekillendiren yoğun psikolojik uyarınlar sunduğunu göstermektedir. Bu mekânlara özgü unsurların, turistlerin duygusal bağlanmasını, deneyim yoğunluğunu ve destinasyona yönelik algılarını doğrudan etkilediği belirlenmiştir. Sonuç olarak bu çalışma, psikocoğrafik yaklaşımın, karanlık turizm destinasyonlarının yönetiminde, pazarlamasında ve etik ilkeler çerçevesinde planlanmasında stratejik bir araç olarak kullanılabilceğini; bu destinasyonların özgün psikocoğrafi dokusunun korunmasının hem anıların yaşatılması hem de sürdürülebilir turizm açısından kritik olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler

Abstract

Karanlık Turizm, Psikocoğrafya, Mekânsal algı, Turist deneyimi, S-O-R modeli.

This study aims to explore the concept of psychogeography -a relatively new approach in tourism literature- specifically within the context of dark tourism destinations. It examines the influence of these unique spaces on individuals' psychological processes and experiential perceptions. As an interdisciplinary field, psychogeography investigates the subtle effects of the physical and symbolic environment on human emotions, perceptions, and behaviors, thereby contributing to a deeper understanding of sensitive experiences such as those found in dark tourism. The study integrates key psychogeographical concepts-including the "spirit of place" (genius loci), atmosphere, architectural texture, and the dérive (drift)-with the specific dynamics of dark tourism from a tourism psychology perspective. This study, structured through a conceptual analysis method within a qualitative research design, is theoretically grounded in the Stimulus-Organism-Response Model. Within the scope of the research, the spatial layout, architectural characteristics, and atmospheric elements of the destination are conceptualized as the stimulus; tourists' emotional states and spatial perceptions are examined as the organism; and experience satisfaction together with behavioral intentions are analyzed as the response variables. The findings indicate that dark tourism destinations, in particular, are not merely physical settings but also provide intense psychological stimuli that profoundly shape the visitor experience. It has been determined that the elements unique to these sites directly influence tourists' emotional attachment, the intensity of their experience, and their overall perception of the destination. Consequently, this study posits that a psychogeographical approach can serve as a strategic tool for the management, marketing, and ethical planning of dark tourism destinations. It concludes that preserving the unique psychogeographical fabric of these locations is critical not only for commemorating memory but also for ensuring the development of sustainable tourism.

Keywords

Dark tourism, Psychogeography, Spatial perception, Tourist experience, S-O-R model.

¹Dr., Bağımsız araştırmacı, Türkiye. (Sorumlu yazar/Corresponding author)

“Göker Özyürek, S., (2026). Turizmde psikocoğrafya: Mekânsal algının bireysel psikoloji ve deneyim üzerindeki görünmez etkileri. *Gündem Turizm Dergisi*, 2(1), 55-72.



Giriş

Turizm araştırmaları uzun yıllar boyunca destinasyonları ağırlıklı olarak fiziksel çekicilikler, altyapı olanakları ve ekonomik getiriler çerçevesinde ele almıştır. Ancak deneyim odaklı turizm anlayışının güç kazanmasıyla birlikte, mekânın yalnızca maddi bir zemin değil; bireyin duygusal, bilişsel ve davranışsal süreçlerini şekillendiren çok katmanlı bir yapı olduğu yönündeki yaklaşımlar önem kazanmıştır (Urry, 1990; Pine & Gilmore, 1999). Bu bağlamda, turist deneyimini açıklamada mekânsal algı, duygu durumu ve psikolojik tepkiler giderek merkezi bir konuma yerleşmiştir.

Bu dönüşüm, mekân ile birey arasındaki ilişkiyi ele alan disiplinlerarası yaklaşımların turizm literatürüne dâhil edilmesini zorunlu kılmıştır. Psikocoğrafya, bu yaklaşımlar arasında özellikle öne çıkan kavramsal çerçevelerden biridir. İlk olarak Situationist International hareketi kapsamında Debord (1955) tarafından geliştirilen psikocoğrafya, bireyin çevresel mekân tarafından nasıl duygusal ve davranışsal olarak yönlendirildiğini inceleyen bir analiz alanı olarak tanımlanmaktadır. Psikocoğrafya, mekânı yalnızca fiziksel bir çevre olarak değil; duygular, anılar, semboller ve deneyimlerle yüklü bir yapı olarak ele alır. Bu yönüyle psikocoğrafya, turistik mekânların ziyaretçi üzerindeki görünmez ancak güçlü etkilerini anlamada önemli bir kuramsal araç sunmaktadır.

Turizm bağlamında psikocoğrafya, destinasyonların turistler tarafından nasıl algılandığını, deneyimlendiğini ve içselleştirildiğini açıklamada önemli katkılar sağlamaktadır. Turistik mekânlar; mimari düzenlemeler, atmosferik unsurlar, duygusal uyaranlar ve mekânsal geçişler aracılığıyla ziyaretçinin duygusal durumunu ve davranışsal niyetlerini şekillendirmektedir (Relph, 1976; Tuan, 1977). Bu süreçte “yerin ruhu” (genius loci) kavramı, mekânın tarihsel, kültürel ve duygusal karakterini temsil eden temel bir unsur olarak öne çıkmaktadır (Norberg-Schulz, 1980). Turist, mekânla kurduğu etkileşimde bu ruhu yalnızca estetik bir değer olarak değil, deneyimin anlamını derinleştiren sembolik bir katman olarak algılamaktadır.

Psikocoğrafyanın turizm araştırmalarındaki önemi, çevresel psikoloji literatüründe yaygın olarak kullanılan Uyarıcı–Organizma–Tepki (S-O-R) modeli ile birlikte ele alındığında daha da belirginleşmektedir (Mehrabian & Russell, 1974). Turistik mekân, bu modelde bir uyarıcı (stimulus) işlevi görmekte; bireyin duygusal ve bilişsel süreçleri organizma (organism) boyutunda şekillenmekte ve sonuç olarak davranışsal tepkiler (response) ortaya çıkmaktadır. Psikocoğrafya, özellikle organizma boyutunu derinleştirerek, mekânın birey üzerindeki duygusal yoğunluğunu ve psikolojik etkisini görünür kılmaktadır.

Bu etki, özellikle karanlık turizm (dark tourism) bağlamında daha belirgin hâle gelmektedir. Karanlık turizm; savaş alanları, soykırım anıtları, doğal afet bölgeleri ve ölümlerle ilişkilendirilen mekânlara yönelik ziyaretleri kapsamaktadır (Foley & Lennon, 1996; Stone, 2006). Bu tür destinasyonlar, yalnızca tarihsel bilgi sunan alanlar değil; aynı zamanda travmatik bellek taşıyan ve yoğun duygusal yük barındıran mekânlardır. Psikocoğrafi açıdan bakıldığında, bu alanlarda mekânın taşıdığı geçmiş deneyimler, ziyaretçide empati, hüznün, suçluluk, tarihsel sorumluluk ve etik farkındalık gibi karmaşık psikolojik tepkiler üretmektedir (Ashworth & Hartmann, 2005).

Dolayısıyla, karanlık turizm destinasyonlarında mekânsal düzenleme, sessizlik alanları, anıtların konumlandırılması ve ışık kullanımı gibi fiziksel unsurlar, yalnızca estetik tercihler değil; ziyaretçinin duygusal deneyimini yönlendiren psikocoğrafi araçlar olarak değerlendirilmelidir. Bu durum, turizm etiği ve mekânın saygınlığı açısından da kritik bir öneme sahiptir. Mekânın travmatik belleğini göz ardı eden veya ticarileştiren yaklaşımlar, ziyaretçi deneyimini yüzeyselleştirme ve etik sorunlar yaratma riski taşımaktadır (Sharpley, 2009).

Bu çalışmanın amacı, psikocoğrafya kavramını turizm literatürü bağlamında kuramsal olarak tartışmak; psikocoğrafyanın turist deneyimi, destinasyon planlaması ve turizm etiği açısından sunduğu katkıları ortaya koymaktır. Çalışma, psikocoğrafyanın yalnızca alternatif bir mekânsal okuma biçimi değil, aynı zamanda deneyim tasarımı ve sürdürülebilir destinasyon yönetimi için stratejik bir analiz çerçevesi sunduğunu ileri sürmektedir. Bu doğrultuda çalışma, psikocoğrafyanın turizm araştırmalarındaki potansiyelini kavramsal bir bütünlük içinde ele alarak literatüre katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Kavramsal Çerçeve

Psikocoğrafyanın Teorik Temelleri ve Turizmle İlişkisi

Psikocoğrafya kavramı, modern kent deneyimini anlamaya yönelik eleştirel düşünce geleneklerinden beslenen disiplinlerarası bir yaklaşım olarak ortaya çıkmıştır. Kavramın entelektüel kökenleri 19. yüzyılda kent yaşamını gözlemleyen flâneur figürüne ve 20. yüzyılın başlarında sürrealistlerin gerçekleştirdiği deneysel kent yürüyüşlerine kadar uzansa da, akademik bir terim olarak ilk kez 1955 yılında Guy Debord tarafından tanımlanmıştır. Debord psikocoğrafyayı, “coğrafi çevrenin, bilinçli olarak planlanmış olsun ya da olmasın, bireylerin duyguları ve davranışları üzerindeki özgül etkilerinin incelenmesi” olarak tanımlamaktadır (Debord, 1955). Bu yaklaşım doğrultusunda kent, yalnızca fiziksel yapılardan oluşan bir mekânsal düzen olarak değil, bireylerin duygusal deneyimleri, algıları ve davranışlarıyla sürekli etkileşim halinde bulunan dinamik bir yaşam alanı olarak değerlendirilmektedir.

Türkçe literatürde zaman zaman “halet-i ruhiye semtleri” biçiminde ifade edilen psikocoğrafya, en genel anlamıyla mekânsal düzenlemelerin bireylerin psikolojik durumları ve davranış kalıpları üzerindeki etkilerini inceleyen disiplinlerarası bir araştırma alanıdır. Bu kavramın kuramsal çerçevesi özellikle Debord’un 1957 yılında yayımladığı ve Sitüasyonist Enternasyonalist hareketin temel metinlerinden biri olarak kabul edilen çalışmasıyla daha sistematik bir içerik kazanmıştır. Debord’un yaklaşımı, kentsel mekânın yalnızca fiziksel bir yapı olmadığı, aynı zamanda belirli sosyal ve psikolojik durumların üretildiği bir alan olduğu varsayımına dayanmaktadır. Bu perspektife göre kent, bireyin algı dünyasını, iletişim biçimlerini ve davranış tercihlerini doğrudan etkileyen güçlü bir deneyim ortamı oluşturmaktadır. Mekânsal düzenlemeler kimi zaman bireyin özgürleşmesini teşvik edebilecek yaratıcı potansiyeller barındırırken, kimi zaman da bireyin davranışlarını yönlendiren ve sınırlayan yapısal mekanizmalar üretmektedir (Köse, 2018).

Mekânın toplumsal ilişkiler üzerindeki belirleyici rolü, klasik sosyoloji ve sosyal teori literatüründe de önemli bir tartışma alanı oluşturmuştur. Georg Simmel, mekânın anlamının toplumsal etkileşimler aracılığıyla üretildiğini vurgulayarak mekânsal düzenlemelerin sosyal ilişkiler üzerindeki etkisine dikkat çekmiştir. Simmel’e göre mekânın tekilliği, görsel algının önemi, bireyler arasındaki yakınlık ve uzaklık ilişkileri ile yabancıların varlığı gibi unsurlar, sosyal etkileşim biçimlerinin şekillenmesinde belirleyici rol oynamaktadır (Simmel, 2009). Benzer şekilde John Urry, mekânın yalnızca fiziksel bir alan değil aynı zamanda toplumsal tüketim pratiklerinin gerçekleştiği bir deneyim alanı olduğunu ileri sürmüştür. Urry’nin yaklaşımında yer, mekân ve toplum arasındaki ilişkiler karşılıklı olarak birbirini dönüştüren dinamik süreçler olarak ele alınmaktadır (Urry, 1999).

Sitüasyonist düşünürlerin psikocoğrafyaya yaklaşımı ise mekânın yalnızca analiz edilmesi gereken bir yapı olmadığını, aynı zamanda yaratıcı biçimde yeniden kurgulanabilecek bir deneyim alanı olduğunu savunmaktadır. Bu bağlamda psikocoğrafya, bireylerin gündelik mekânsal rutinlerini sorgulamalarını ve kentle kurdukları ilişkileri yeniden düşünmelerini teşvik eden eleştirel bir yaklaşım olarak görülmektedir. Sitüasyonist perspektife göre kentsel mekân, bireyin yaratıcılığını ve oyun güdüsünü teşvik eden

özgürleştirici deneyimlerin üretilebileceği bir ortam olabileceği gibi, tüketim toplumunun dayattığı tekdüze davranış kalıplarını yeniden üreten bir kontrol mekanizması da haline gelebilmektedir (Kaya, 2017).

Kentsel mekânın birey davranışlarını yönlendiren bu yapısı, şehirdeki fiziksel unsurlar aracılığıyla görünür hale gelmektedir. Sokaklar, meydanlar, vitrinler, reklam panoları, güvenlik noktaları, dini yapılar veya eğlence alanları gibi kent bileşenleri yalnızca işlevsel yapılar değildir; aynı zamanda bireylere çeşitli mesajlar ileten sembolik düzenlemeler olarak da değerlendirilmektedir. Bu bağlamda mekânın söylemsel gücü, bireylerin hareketlerini, yönelimlerini ve sosyal etkileşimlerini belirli ölçülerde yönlendirebilmektedir. Marc Augé'nin "yer olmayanlar" (non-lieux) kavramı bu durumu açıklamak açısından önemli bir kuramsal çerçeve sunmaktadır. Augé'ye göre havaalanları, alışveriş merkezleri veya otoyollar gibi modern mekânlar, tarihsel kimlik ve toplumsal ilişkiler üretmeyen standartlaştırılmış alanlar olarak ortaya çıkmaktadır. Bu tür mekânlar bireylerin kimlik üretim süreçlerinden ziyade işlevsel hareketliliğini düzenleyen geçiş alanlarıdır (Augé, 1992).

Psikocoğrafya yaklaşımı, mekânın birey üzerindeki bu duygusal ve algısal etkilerini incelemesi bakımından turizm araştırmaları açısından da önemli bir analitik çerçeve sunmaktadır. Turizm literatüründe destinasyon deneyimi yalnızca fiziksel çevreyle değil, aynı zamanda ziyaretçilerin mekânla kurdukları duygusal ve bilişsel bağlarla da ilişkilidir. Coverley'e (2010) göre psikocoğrafya modern dünyada bir tür "mekân okuma pratiği" haline gelmiş ve yürüyüş deneyimi aracılığıyla bireyin çevresini yeniden anlamlandırmasını sağlayan bir yöntem olarak gelişmiştir. Bu açıdan değerlendirildiğinde turist deneyimi de büyük ölçüde yabancı bir mekânın psikocoğrafik olarak keşfedilmesi sürecine benzemektedir.

Geleneksel turizm motivasyon teorileri çoğunlukla bireyleri seyahate yönelten itme (push) ve çekme (pull) faktörleri üzerinden açıklanmaktadır. Psikocoğrafya yaklaşımı ise bu modele mekânsal ve duygusal boyutları içeren ek bir açıklama katmanı sunmaktadır. Günlük yaşamın monotonluğu, bireyin sürekli bulunduğu mekânların yarattığı psikolojik yorgunluk ve rutin çevrelerden uzaklaşma isteği önemli bir psikocoğrafik itme faktörü olarak değerlendirilebilir. Buna karşılık bir destinasyonun kendine özgü atmosferi, otantik mekânsal karakteri ve "yerin ruhu" olarak ifade edilen genius loci niteliği turistler açısından güçlü bir çekim unsuru oluşturabilmektedir. Bu bağlamda psikocoğrafya, turizm motivasyonunu yalnızca ihtiyaçların karşılanmasına yönelik bir faaliyet olarak değil, aynı zamanda bireyin mekânsal deneyim arayışını içeren psikolojik bir keşif süreci olarak ele almaktadır. Turist, seyahat ettiği destinasyonda yalnızca yeni bir coğrafya görmeyi değil, aynı zamanda o mekânın kendisinde uyandırdığı duygusal ve bilişsel deneyimleri yaşamayı da amaçlamaktadır. Dolayısıyla turistik hareketlilik, bilinçli olarak seçilen destinasyonların ötesinde, bireyin algısal ve duygusal yönelimleri tarafından şekillenen bir psikocoğrafik keşif süreci olarak değerlendirilebilir (Kaya, 2019).

Turist Deneyiminde Mekânsal Algı ve S-O-R Modeli

Mekânsal algı, bireyin çevresindeki fiziksel çevreyi duyusal, bilişsel ve duygusal süreçler aracılığıyla anlamlandırmasıyla ortaya çıkan çok katmanlı bir deneyimdir. Turizm bağlamında bu süreç yalnızca fiziksel çevrenin gözlemlenmesinden ibaret değildir; aynı zamanda bireyin geçmiş deneyimleri, kültürel kodları ve duygusal tepkileriyle şekillenen karmaşık bir algı mekanizmasını içermektedir. Lynch (1960), bireylerin kentsel çevreyi zihinsel olarak belirli mekânsal öğeler aracılığıyla organize ettiğini ileri sürmektedir. Lynch'e göre kent deneyimi; yollar, kenarlar, bölgeler, düğüm noktaları ve işaret öğeleri gibi temel mekânsal bileşenler üzerinden zihinsel haritalar oluşturularak anlamlandırılmaktadır. Turistler de bir destinasyona adım attıkları andan itibaren benzer biçimde çevrelerini algısal olarak haritalandırmaya başlamakta ve bu süreç destinasyon deneyiminin oluşumunda önemli bir rol oynamaktadır.

Psikocoğrafik perspektiften değerlendirildiğinde mekânsal algı üç temel katmanın etkileşimiyle şekillenmektedir. İlk katman olan fiziksel katman, mimari yapı, mekânsal ölçek, sokak dokusu ve doğal çevre gibi somut çevresel unsurları kapsamaktadır. Duyusal katman ise mekânın sesleri, kokuları, ışık düzeyi ve dokunsal özellikleri gibi algısal deneyimleri içermektedir. Sembolik katman ise mekâna yüklenen tarihsel anlamlar, kültürel referanslar ve bireysel deneyimlerle ilişkilidir (Güven, 2024). Bu katmanlar arasındaki etkileşim, turistlerin belirli mekânlarda kendilerini huzurlu, yabancı, güvenli ya da tehdit altında hissetmelerine neden olabilmektedir. Tuan (1977) bu durumu, mekânın yalnızca fiziksel bir alan olmaktan çıkarak insani deneyimler aracılığıyla “yer” niteliği kazanması şeklinde açıklamaktadır. Bu bağlamda turizmde psikocoğrafya, mekânsal çevrenin ziyaretçiler üzerinde oluşturduğu duygusal ve bilişsel etkileri inceleyerek mekânın yer deneyimine dönüşme sürecini analiz etmektedir.

Bu süreçte önemli bir kavram olan “yerin ruhu” (genius loci), bir mekânın kendine özgü atmosferini, karakterini ve sembolik anlamlarını ifade etmektedir. Kavramın kökeni Roma mitolojisine dayansa da modern mimarlık ve çevre kuramlarında bir mekânın kimliğini ve deneyimsel niteliğini açıklamak amacıyla kullanılmaktadır (Norberg-Schulz, 1980). Turizm bağlamında bir destinasyonun çekiciliği çoğu zaman bu özgün atmosferin korunması ve ziyaretçilere aktarılabilmesiyle ilişkilidir. Bir antik kentin taş dokusu, tarihsel bir mahallenin dar sokakları veya kültürel bir mekânın ritüel atmosferi, turistlerin destinasyonla kurduğu psikolojik bağın oluşmasında önemli rol oynamaktadır. Bu tür deneyimler turistlerin zaman ve mekân algısını dönüştürerek onları gündelik yaşamın rutinlerinden geçici olarak uzaklaştıran liminal bir deneyim alanı yaratabilmektedir (Relph, 1976).

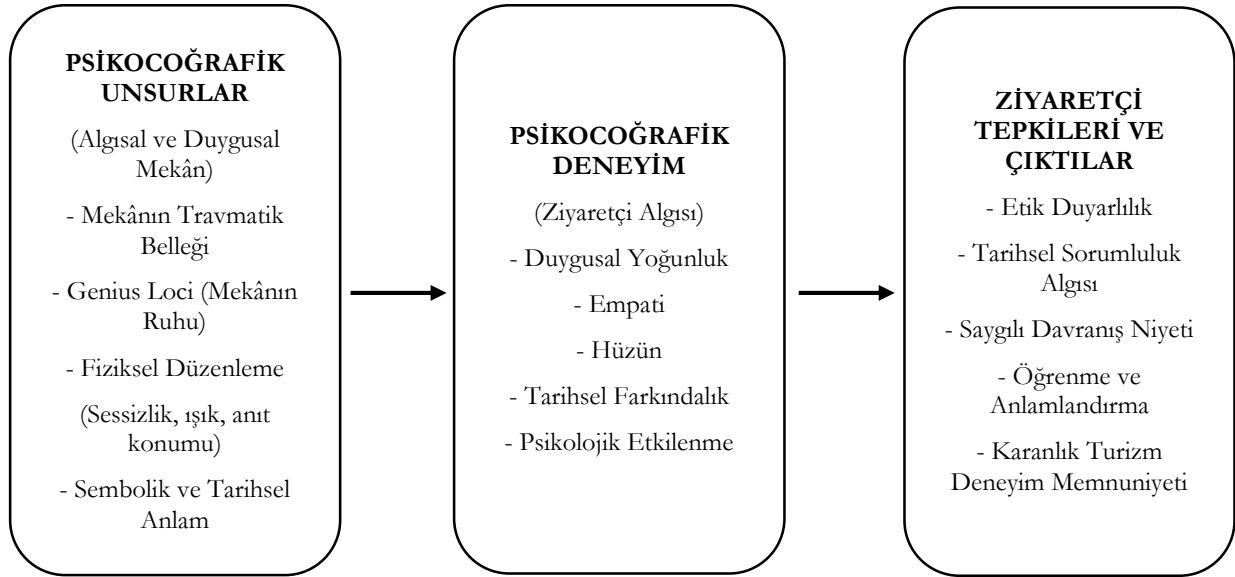
Psikocoğrafya literatüründe mekân deneyimini derinleştiren önemli kavramlardan biri de “sürüklenme” (dérive) pratiğidir. Debord tarafından geliştirilen bu kavram, bireylerin kent içinde alışılmış güzergâhların dışına çıkarak mekânın psikolojik çekim merkezlerine göre spontane biçimde hareket etmelerini ifade etmektedir. Sürüklenme pratiği, bireyin çevreyle kurduğu ilişkiyi planlı hareketten ziyade keşif ve rastlantısallık temelli bir deneyime dönüştürmektedir (Güven, 2024). Turizm bağlamında bu durum, turistlerin yalnızca planlanmış turistik noktaları ziyaret etmekle sınırlı kalmayıp destinasyon içinde serbest dolaşım yoluyla yeni mekânlar keşfetmeleri anlamına gelmektedir. Plansız bir yürüyüş sırasında karşılaşılan yerel bir etkinlik, küçük bir kafe veya sokak sanatı gibi unsurlar, turist deneyiminin özgünlüğünü artıran beklenmedik keşifler yaratabilmektedir. Literatürde bu durum serendipity kavramı ile açıklanmakta ve turist memnuniyeti ile destinasyon bağlılığı üzerinde olumlu etkiler yaratabileceği ifade edilmektedir (Köse, 2018).

Turistlerin mekânsal deneyimlerini analiz etmek amacıyla çevresel psikoloji literatüründe sıklıkla kullanılan Uyarıcı-Organizma-Tepki (Stimulus-Organism-Response / S-O-R) modeli, psikocoğrafik yaklaşım ile birlikte ele alındığında daha kapsamlı bir açıklama çerçevesi sunmaktadır. Mehrabian ve Russell tarafından geliştirilen bu modelde çevresel unsurlar uyarıcı (stimulus), bireyin bu uyarıcılara yönelik içsel değerlendirme süreçleri organizma (organism) ve ortaya çıkan davranışsal ya da duygusal sonuçlar ise tepki (response) olarak kavramsallaştırılmaktadır. Turizm bağlamında destinasyonun mimari yapısı, mekânsal atmosferi, ses ve koku gibi duyusal özellikleri ile tarihsel ve kültürel anlamları turistler için temel çevresel uyarıcıları oluşturmaktadır. Turist bu uyarıcıları kendi bilişsel ve duygusal süreçlerinden geçirerek değerlendirir ve bunun sonucunda destinasyonda daha uzun süre kalma, harcama yapma veya yeniden ziyaret etme gibi davranışsal tepkiler ortaya çıkabilir (Göker Özyürek, 2025).

Psikocoğrafik yaklaşım, özellikle modelin organizma aşamasına derinlik kazandırmaktadır. Turist, çevresel uyarıcılara pasif biçimde tepki veren bir aktör değil; mekânın fiziksel, duyusal ve sembolik katmanlarını kendi deneyimleri doğrultusunda yorumlayan aktif bir özne olarak değerlendirilmektedir. Örneğin dar bir

sokakta yürüyen bir turistin hissettiği sıkışmışlık duygusu, bireyin geçmiş deneyimleri ve kültürel arka planına bağlı olarak nostaljik bir atmosfer algısı veya rahatsızlık hissi şeklinde farklı tepkilere dönüşebilmektedir. Bu durum turistik deneyimin öznel doğasını ortaya koymakta ve destinasyonların deneyim tasarımında bireysel algı süreçlerinin dikkate alınmasının önemini vurgulamaktadır.

Turist bu uyarıcıları kendi bilişsel ve duygusal süreçlerinden geçirerek değerlendirir ve bunun sonucunda destinasyonda daha uzun süre kalma, harcama yapma veya yeniden ziyaret etme gibi davranışsal tepkiler ortaya çıkabilir (Göker Özyürek, 2025). Ancak S-O-R modelinin karanlık turizm bağlamındaki özgünlüğü, özellikle 'Organizma' evresinde gerçekleşen duygusal işleme sürecinin niteliğinde yatmaktadır. Geleneksel turizm çalışmalarında organizma, çevresel uyarıcıları hedonik bir faydaya dönüştürme eğilimindeyken; karanlık turizmde psikocoğrafik uyarıcılar, ziyaretçide 'duygusal bir yük' (emotional load) ve 'etik bir gerilim' yaratmaktadır. Bu durum, literatürde 'hoş olmayan mekânlarda hoş deneyimler' (pleasant experiences in unpleasant places) olarak tanımlanan paradoksal bir yapıyı beraberinde getirir. Karanlık turizm destinasyonlarındaki Organizma evresi, sadece duygusal bir algılama süreci değil, aynı zamanda mekânın taşıdığı travmatik bellek ile bireyin kendi iç dünyası arasında kurulan bir 'duygusal rezonans' alanıdır. Bu rezonans, ziyaretçiyi pasif bir tüketiciden, mekânın sessiz tanığına dönüştüren özgün bir psikocoğrafik kırılma yaratmaktadır.



Şekil 1. Turizmde Psikocoğrafik Deneyim Modeli

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Şekil 1’de önerilen kavramsal model, turistik mekânların ziyaretçi üzerindeki etkisini psikocoğrafik bir bakış açısıyla açıklamayı amaçlamaktadır. Model, çevresel psikoloji literatüründe yaygın olarak kullanılan Uyarıcı–Organizma–Tepki (S-O-R) yaklaşımını temel almakla birlikte, psikocoğrafya, liminalite ve temsili aşan duygusal deneyimler çerçevesinde genişletilmiştir.

Modelin ilk bileşeni olan mekânsal/psikik uyarıcılar, destinasyonun fiziksel, duygusal ve sembolik katmanlarını kapsamaktadır. Mimari yapı, mekânsal ölçek, ışıklandırma, ses ve koku gibi unsurlar, ziyaretçi üzerinde doğrudan algısal etki yaratırken; tarihsel anlatılar, kültürel kodlar ve özellikle karanlık turizm bağlamında travmatik bellek, mekânın sembolik yükünü oluşturmaktadır. Bu katmanların bütüncül etkisi, mekânın “yerin ruhu” (genius loci) olarak algılanmasını sağlamaktadır. Bu süreçte merkezi bir kavram olan “yerin ruhu” (genius loci), bir mekânın sadece fiziksel özelliklerinden ibaret olmayan, kendine özgü

atmosferini, karakterini, tarihsel ve kültürel katmanlarını ifade eden fenomenolojik bir niteliktir. Kavramın kökeni Roma mitolojisine dayanmakla birlikte, modern mimarlık ve çevre kuramlarına Norberg-Schulz (1980) tarafından kazandırılmış ve bir mekânın kimliğini, deneyimsel niteliğini ve birey üzerindeki derin etkisini açıklamak amacıyla sistematik olarak kullanılmıştır. Norberg-Schulz'a göre genius loci, bir yerin "varoluşsal anlamını" oluşturan, o yere özgü somut ve soyut tüm unsurların (topografya, bitki örtüsü, mimari doku, ışık, ses, koku, tarihsel olaylar ve kültürel pratikler) bütüncül bir bileşkesidir. Bu bağlamda, bir destinasyonun çekiciliği, çoğu zaman bu özgün atmosferin korunması, sürdürülmesi ve ziyaretçilere otantik bir biçimde aktarılabilmesiyle doğrudan ilişkilidir. Örneğin, bir antik kentün taş dokusu, tarihsel bir mahallenin dar sokakları veya kültürel bir mekânın ritüel atmosferi, turistlerin destinasyonla kurduğu psikolojik bağın oluşmasında ve mekânın derinlemesine deneyimlenmesinde kilit rol oynamaktadır. Bu tür deneyimler, turistlerin zaman ve mekân algısını dönüştürerek onları gündelik yaşamın rutinlerinden geçici olarak uzaklaştıran liminal bir deneyim alanı yaratabilmektedir (Relph, 1976). Böylece, genius loci, psikocoğrafik deneyimin temelini oluşturan, mekânın sadece fiziksel değil, aynı zamanda duygusal ve sembolik boyutlarını da kapsayan bir kavram olarak çalışmanın merkezinde konumlanmaktadır.

İkinci aşamada psikocoğrafik organizma, ziyaretçinin bu uyarıcıları bilişsel, duygusal ve bedensel süreçler aracılığıyla yorumladığı alanı temsil etmektedir. Bu aşamada mekânsal algı, duygusal tepkiler ve temsil edilemeyen bedensel deneyimler (Non-Representational Theory) ön plana çıkmaktadır. Ziyaretçi, mekânı pasif biçimde algılayan bir aktör değil; kişisel geçmişi ve kültürel kodları doğrultusunda anlamlandıran aktif bir özne olarak konumlanmaktadır.

Modelde psikocoğrafik deneyimi derinleştiren iki temel aracı mekanizma yer almaktadır: psikocoğrafik pratikler ve liminal durum. Sürüklenme (dérive), yürüyüş ve zihinsel haritalama gibi psikocoğrafik pratikler, ziyaretçinin mekânla kurduğu ilişkiyi planlı tüketimden çıkararak keşif ve rastlantısallık temelli bir deneyime dönüştürmektedir. Liminal durum ise, turistin gündelik yaşam normlarından geçici olarak koparak mekâna daha açık, duyarlı ve deneyim odaklı yaklaşmasını sağlamaktadır.

Modelin son aşamasında, bu süreçlerin sonucu olarak davranışsal ve duygusal tepkiler ortaya çıkmaktadır. Deneyimin derinliği, algılanan otantiklik, etik farkındalık, memnuniyet ve destinasyon bağlılığı bu çıktılar arasında yer almaktadır. Özellikle karanlık turizm destinasyonlarında etik duyarlılık ve tarihsel sorumluluk algısı, psikocoğrafik deneyimin önemli çıktıları olarak değerlendirilmektedir.

Sonuç olarak psikocoğrafik yaklaşım ve S-O-R modeli birlikte ele alındığında turistik mekânların yalnızca fiziksel özellikleriyle değil, aynı zamanda ziyaretçilerin duygusal, algısal ve deneyimsel süreçleriyle şekillenen çok boyutlu yapılar olduğu anlaşılmaktadır. Bu perspektif, turizm planlaması ve destinasyon yönetiminde mekânsal deneyimin psikolojik ve sembolik boyutlarının dikkate alınmasının önemini ortaya koymaktadır.

Psikocoğrafik Deneyimin Boyutları: Duygular, Liminalite ve Karanlık Turizm

Psikocoğrafya yaklaşımı, mekânın yalnızca bilişsel olarak algılanan fiziksel bir çevre olmadığını; aynı zamanda birey tarafından bedensel, duygusal ve duygusal düzeylerde deneyimlenen çok katmanlı bir alan olduğunu varsaymaktadır. Bu perspektif doğrultusunda mekânsal deneyim, bireyin çevresiyle kurduğu etkileşimin yalnızca zihinsel temsillerle açıklanamayacağını, aynı zamanda anlık duygusal tepkiler, sezgisel algılar ve bedensel deneyimler aracılığıyla şekillendiğini ortaya koymaktadır. Bu yönüyle psikocoğrafya, özellikle mekânsal deneyimlerin temsil edilemeyen boyutlarına odaklanan Temsil Edilemeyen Kuram (Non-Representational Theory-NRT) ile kuramsal bir yakınlık göstermektedir. NRT yaklaşımı, bireylerin

mekânla kurduğu ilişkinin her zaman sözel olarak ifade edilemeyen, çoğu zaman anlık ve sezgisel duygusal tepkiler aracılığıyla ortaya çıktığını vurgulamaktadır (Thrift, 2008).

Turizm deneyimi bağlamında bu durum, ziyaretçilerin belirli bir destinasyonda tam olarak açıklayamadıkları huzur, tedirginlik, heyecan ya da yoğun bir duygusal bağlılık hissetmeleri şeklinde ortaya çıkabilmektedir. Bu tür duygusal tepkiler çoğu zaman mekânın doğrudan algısal özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Mimari ölçek, kalabalık yoğunluğu, ışık düzeni, ses ortamı ya da hava akımı gibi çevresel unsurlar bireyin bedensel algısını etkileyerek mekânla kurulan duygusal ilişkiyi şekillendirebilmektedir (Richardson, 2015). Bu bağlamda psikocoğrafik deneyim, yalnızca rasyonel bir gözlem süreci olarak değil, aynı zamanda bireyin çevreyle kurduğu bedensel ve duygusal rezonansın bir sonucu olarak değerlendirilmektedir. Özellikle psikocoğrafyanın temel pratiklerinden biri olan sürüklenme (dérive) sırasında birey, mekânı bilinçli biçimde analiz etmek yerine çevrenin duygusal akışına uyum sağlayarak spontane hareket eder. Böylece turistik deneyim, planlı bir tüketim faaliyetinden ziyade mekânın yarattığı duygusal etkilerle şekillenen dinamik bir süreç haline gelmektedir.

Psikocoğrafik deneyimin önemli boyutlarından biri de mekânın taşıdığı duygusal ve tarihsel bellek ile ilişkilidir. Bu durum özellikle karanlık turizm (dark tourism) bağlamında belirgin biçimde ortaya çıkmaktadır. Karanlık turizm; savaş alanları, soykırım anıtları, felaket bölgeleri ya da kitlesel trajedilerin yaşandığı mekânlara yapılan ziyaretleri kapsamaktadır (Hopper ve Lennon, 2016; Güzel ve Atabeyoğlu, 2021; Magano, Fraiz-Brea ve Leite, 2023). Bu tür mekânlar yalnızca tarihsel olayların gerçekleştiği fiziksel alanlar değildir; aynı zamanda kolektif hafızanın ve toplumsal travmaların sembolik taşıyıcılarıdır. Dolayısıyla bu destinasyonlarda mekânın psikocoğrafik etkisi oldukça yoğun bir biçimde hissedilmektedir.

Karanlık turizm destinasyonlarında ziyaretçiler çoğu zaman karmaşık ve yoğun duygusal tepkiler geliştirmektedir. Hüzün, empati, saygı veya tarihsel sorumluluk duygusu gibi tepkiler, mekânın fiziksel düzeni ve sembolik anlamları ile doğrudan ilişkilidir. Örneğin anıtların konumlandırılması, sessiz alanların oluşturulması, ışıklandırma düzeni ya da mekânsal yönlendirme unsurları ziyaretçilerin mekânı algılama biçimini önemli ölçüde etkileyebilmektedir. Psikocoğrafik analizler, bu tür mekânların ziyaretçilerde yarattığı duygusal deneyimleri mekânsal düzenlemelerle ilişkilendirerek incelemekte ve turizm etiği açısından önemli değerlendirmeler sunmaktadır (Wang vd., 2024). Bu bağlamda karanlık turizm destinasyonlarının planlanması ve yönetimi, yalnızca turistik çekicilik yaratma amacıyla değil, aynı zamanda tarihsel olayların saygın biçimde temsil edilmesi ve ziyaretçilerin etik farkındalık geliştirmesi açısından da önem taşımaktadır.

Psikocoğrafik deneyimin bir diğer önemli boyutu ise liminalite kavramı ile ilişkilidir. Antropolog Arnold Van Gennep ve Victor Turner tarafından ritüel geçiş süreçlerini açıklamak amacıyla geliştirilen liminalite kavramı, bireyin bir durumdan diğerine geçiş sürecinde bulunduğu eşik durumunu ifade etmektedir (Van Gennep, 1960; Turner, 1969). Bu süreçte birey, mevcut sosyal rollerinden ve günlük yaşam pratiklerinden geçici olarak ayrılarak yeni deneyimlere açık bir psikolojik duruma girmektedir. Turizm deneyimi de benzer şekilde bireyin gündelik yaşam rutinlerinden uzaklaşarak farklı bir sosyal ve mekânsal bağlama girdiği bir liminal süreç olarak değerlendirilmektedir.

Turistik yolculuk çoğu zaman havaalanları, tren istasyonları, otobüs terminalleri veya otel lobileri gibi geçiş mekânlarında başlamaktadır. Bu tür mekânlar, Relph'in (1976) ifade ettiği "yersizlik" (placelessness) deneyiminin yoğun biçimde yaşandığı alanlar olarak değerlendirilmektedir. Ancak bu yersizlik hali yalnızca bir aidiyet eksikliğini ifade etmekle kalmaz; aynı zamanda bireyin zihinsel olarak yeni deneyimlere açıldığı bir eşik alanı da temsil etmektedir. Psikocoğrafik açıdan değerlendirildiğinde bu geçiş mekânlarının mimari tasarımı ve atmosferi, turistlerin seyahate yönelik beklentilerini ve duygusal durumunu önemli ölçüde

etkileyebilmektedir. Örneğin geniş ve aydınlık bir havaalanı mimarisi seyahat heyecanını artırabilirken, karmaşık veya yoğun mekânsal düzenlemeler ziyaretçilerde kaygı ve stres yaratabilmektedir (Stevenson, 2023).

Destinasyonun kendisi de benzer biçimde bir liminal deneyim alanı oluşturmaktadır. Turist, yabancı bir kültürel ve mekânsal çevreye girdiğinde günlük yaşam normlarının ve sosyal rollerinin geçici olarak askıya alındığı bir deneyim alanına adım atmaktadır. Bu durum bireyin davranışlarını daha spontane hale getirebilmekte ve keşif odaklı hareket etmesini kolaylaştırmaktadır. Liminal durum aynı zamanda turist psikocoğrafik pratiklere, özellikle sürüklenme deneyimine daha açık hale gelmesini sağlayarak mekânla kurulan duygusal ilişkinin derinleşmesine katkıda bulunmaktadır. Bu süreçte turist mekânla kurduğu bağ yalnızca görsel veya bilişsel bir deneyim olmaktan çıkarak duygusal ve sembolik boyutlar içeren çok katmanlı bir deneyime dönüşmektedir (Tuan, 1977).

Sonuç olarak psikocoğrafik deneyim; duygusal tepkiler, liminal geçiş süreçleri ve mekânın taşıdığı tarihsel anlamlar gibi farklı boyutların etkileşimiyle şekillenmektedir. Turizm bağlamında bu boyutların birlikte değerlendirilmesi, destinasyon deneyiminin yalnızca fiziksel çevreye dayalı bir olgu olmadığını; aynı zamanda bireyin duygusal, bedensel ve kültürel deneyimleriyle şekillenen çok boyutlu bir süreç olduğunu ortaya koymaktadır. Bu perspektif, özellikle karanlık turizm gibi duygusal yoğunluğu yüksek destinasyonlarda mekânsal deneyimin daha derinlemesine anlaşılmasına katkı sağlamaktadır.

Turizmde Psikocoğrafi Haritalama Teknikleri: Harita, Sürüklenme ve Yürüyüş

Psikocoğrafyanın temel metodolojik araçlarından biri, geleneksel coğrafi haritaların aksine, mekânın duygusal ve psikolojik yoğunluğunu gösteren "psikocoğrafi haritalar"dır. Bu haritalar, turistlerin mekânla etkileşimini üç ana teknikle kaydeder:

- Sürüklenme (Dérive): Turistin önceden belirlenmiş bir amaç olmaksızın, mekânın çekim ve itim güçlerine göre hareket etmesi ve bu hareket sırasında deneyimlediği duygusal değişimleri not etmesi. Bu, turist bilincaltı mekân algısını ortaya çıkarır.
- Zihinsel Haritalama (Mental Mapping): Turistlerden, ziyaret ettikleri destinasyonu hafızalarından çizmeleri istenir. Lynch'in (1960) öğeleri (yollar, düğüm noktaları, işaretler) bu haritalarda belirginleşir, ancak psikocoğrafi haritalar, bu öğelere duygusal yoğunluk ve kişisel anlam katmanlarını ekler.
- Yürüyüş (Walking) ve Yorumlama: Yürüyüş, sadece bir ulaşım aracı değil, aynı zamanda bir keşif ve düşünme eylemidir. Turistin yürüme hızı, duraklama noktaları ve gözlemlediği detaylar, mekânın onun üzerindeki psikolojik etkisini gösterir. Smith (2010), bu yürüyüşlerin "mitocoğrafya" (mythogeography) olarak adlandırılabileceğini, yani mekânın kişisel mitlerle ve hikayelerle yeniden inşa edildiği bir süreç olduğunu öne sürer.

Bu teknikler, turizm araştırmacılarına, turistlerin destinasyonları nasıl deneyimlediğine dair zengin, nitel ve derinlemesine veriler sunar. Geleneksel anket tabanlı araştırmaların yakalayamadığı, mekânın bireysel psikoloji üzerindeki "görünmez" etkilerini somutlaştırmaya yardımcı olur.

Metodoloji

Bu çalışma, turizm bağlamında psikocoğrafya kavramını ve mekânsal algının turist deneyimi üzerindeki etkilerini inceleyen nitel bir araştırma tasarımına dayanmaktadır. Araştırmada yöntem olarak kavramsal analiz yaklaşımı benimsenmiştir. Kavramsal analiz, belirli bir kavramın teorik temellerini, anlam katmanlarını, diğer kavramlarla olan ilişkilerini ve disiplinler arası bağlantılarını sistematik biçimde

incelemeyi amaçlayan bir araştırma yöntemidir. Bu yaklaşım özellikle henüz ampirik olarak yeterince incelenmemiş ya da disiplinler arası nitelik taşıyan kavramların kuramsal çerçevesinin oluşturulmasında sıklıkla kullanılmaktadır (Jabareen, 2009; Gilson & Goldberg, 2015).

Kavramsal araştırmalar, mevcut literatürde yer alan teorik yaklaşımların sentezlenmesi yoluyla yeni kavramsal modeller geliştirilmesine olanak tanımakta ve özellikle turizm gibi çok disiplinli alanlarda kuramsal derinlik sağlamaktadır (Xin, Tribe & Chambers, 2013). Bu bağlamda çalışmada psikocoğrafya kavramı; turizm psikolojisi, çevresel psikoloji, insan coğrafyası ve mekân kuramlarıyla ilişkilendirilerek bütüncül bir kuramsal çerçeve içerisinde ele alınmıştır.

Araştırma süreci üç temel aşamadan oluşmaktadır.

- Literatür taraması aşamasında, psikocoğrafya, mekânsal algı, yerin ruhu (genius loci), destinasyon deneyimi ve turizm psikolojisi konularına ilişkin ulusal ve uluslararası akademik çalışmalar sistematik biçimde incelenmiştir. Bu kapsamda özellikle SSCI, ESCI ve TR Dizin kapsamındaki dergilerde yayımlanan çalışmalar ile temel kuramsal eserler analiz edilmiştir. Literatür incelemesi sürecinde psikocoğrafya literatürünün öncü çalışmaları (Debord, 1955; Coverley, 2010) ile mekânsal algı ve yer kavramına ilişkin temel kuramsal yaklaşımlar (Relph, 1976; Tuan, 1977; Lynch, 1960; Norberg-Schulz, 1980) dikkate alınmıştır.
- Kavramsal ilişkilendirme aşamasında, psikocoğrafyanın mekânın birey üzerindeki duygusal ve bilişsel etkilerini açıklayan temel varsayımları turizm disipliniinde yaygın olarak kullanılan davranış modelleri ile ilişkilendirilmiştir. Bu kapsamda özellikle çevresel psikoloji literatüründe yaygın biçimde kullanılan Uyarın-Organizma-Tepki (Stimulus-Organism-Response / S-O-R) modeli, mekânsal uyarınların turist davranışı üzerindeki etkisini açıklamak amacıyla analitik bir çerçeve olarak kullanılmıştır (Mehrabian & Russell, 1974).
- Kuramsal model geliştirme aşamasında ise literatürden elde edilen bulgular sentezlenerek turizmde psikocoğrafi deneyimi açıklayan kavramsal bir model önerisi geliştirilmiştir. Bu modelde mekânsal ve psikocoğrafik unsurlar "uyarın", turistin duygusal ve bilişsel süreçleri "organizma", ziyaretçi davranışları ve deneyim çıktıları ise "tepki" boyutları içerisinde değerlendirilmiştir. Böylece mekânsal çevrenin turist psikolojisi üzerindeki çok katmanlı etkilerini açıklayan bütüncül bir analitik çerçeve oluşturulmuştur.

Bu yöntemsel yaklaşım, psikocoğrafya kavramının turizm literatüründe kuramsal olarak konumlandırılmasına ve özellikle karanlık turizm destinasyonlarında mekânsal deneyimin psikolojik boyutlarının daha sistematik biçimde anlaşılmasına katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Bulgular ve Tartışma

Yapılan kavramsal analiz sonucunda, turistik mekânlardaki fiziksel uyarınların turist psikolojisi üzerinde üç ana eksende etki yarattığı tespit edilmiştir:

- Duygusal Durum: Mekânın renk paleti, aydınlatma düzeyi ve akustik özellikleri, turistin anlık duygu durumunu belirler. Örneğin, loş ışıklı ve taş duvarlı bir mahzen restoranı "güven ve gizem" duygusu uyandırırken, geniş camlı ve modern bir havaalanı terminali "hız ve geçicilik" hissi yaratır (Urquhart, 2020).
- Bilişsel Haritalama: Turistler, karmaşık mekânlarda (örneğin Kapalıçarşı veya Venedik sokakları) psikocoğrafi bir meydan okuma ile karşılaşılır. Bu mekânlarda kaybolma korkusu ile keşfetme arzusu arasındaki denge, deneyimin heyecan dozunu belirler (Jiang ve Sun, 2022; Young, 1999).

- Davranışsal Niyet: Psikocoğrafi açıdan davetkar olan mekânlar, turistin orada daha fazla vakit geçirmesine, daha fazla harcama yapmasına ve o yeri başkalarına tavsiye etmesine neden olur (Khairani, Aruan, Gayatri ve Hati, 2025; Zhu, Xu, Zhang ve Chen, 2025).

Geleneksel turizm haritaları sadece fonksiyonel bilgileri (oteller, müzeler, yollar) sunarken, psikocoğrafi haritalar mekânın "duygusal yoğunluğunu" gösterir. Tartışma kısmında, destinasyon yönetim örgütlerinin (DMO) sadece fiziksel altyapıya değil, "atmosfer yönetimine" de odaklanması gerektiği vurgulanmaktadır. Bir kentin turistik rotaları oluşturulurken, sadece tarihi eserlerin yan yana dizilmesi yeterli değildir; bu eserler arasındaki geçişlerin (liminal alanlar) turistin psikolojik akışını nasıl etkilediği de hesaplanmalıdır.

Destinasyon imajı çalışmaları genellikle görsel öğelere (fotoğraflar, logolar, sloganlar) odaklanır. Ancak psikocoğrafya, imajın "görünmez" bileşenlerini ön plana çıkarır. Bir kentin "tekinsizliği", "romantizmi" veya "melankolisi", o kentin psikocoğrafi dokusundan kaynaklanır. Örneğin, Prag'ın "Kafkaesk" atmosferi, sadece binaların şekliyle değil, sokakların yarattığı labirentimsi yapı ve ışık-gölge oyunlarının turist zihninde yarattığı psikolojik gerilimle inşa edilir.

Tartışma bölümünde bu durum, "atmosferik pazarlama" kavramıyla ilişkilendirilmelidir. Turizm pazarlamacıları, sadece somut varlıkları değil, bu varlıkların yarattığı psikocoğrafi aurayı da pazarlamaktadırlar. Bu aura, turistin destinasyona yönelik sadakatini belirleyen en güçlü faktörlerden biridir.

Modern kentleşme ve standartlaşmış turizm yatırımları, destinasyonların psikocoğrafi çeşitliliğini tehdit etmektedir. "Yersizlik" olarak adlandırılan bu durum, turistin her yerde aynı otel zincirlerini, aynı mağazaları ve aynı mimari dili görmesine neden olur. Bu durum, turistin "yerin ruhu" ile kuracağı bağı koparır. Psikocoğrafi bir perspektifle, turizmde sürdürülebilirlik sadece çevresel değil, aynı zamanda "mekânsal-psikolojik" bir sürdürülebilirlik olmalıdır. Özgün psikocoğrafi dokusunu kaybeden bir destinasyon, uzun vadede turistik çekiciliğini de kaybedecektir.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma, karanlık turizm destinasyonlarındaki psikocoğrafik deneyimin çok katmanlı doğasını kuramsal bir düzlemde çözümleyerek, mekânsal unsurların ziyaretçi üzerindeki bilişsel, duygusal ve bedensel yansımalarını Uyarın-Organizma-Tepki (S-O-R) modeli çerçevesinde değerlendirmiştir. Mevcut araştırmanın nitel ve kavramsal analiz metodolojisini benimsemesi, ampirik bir doğrulama sunmaktan ziyade, psikocoğrafya ve karanlık turizm arasındaki etkileşimi derinlemesine bir kuramsal çerçeve ile açıklama ve bu alandaki bilgi boşluğunu doldurma stratejisine dayanmaktadır. Bu yaklaşım, henüz yeterince keşfedilmemiş bir araştırma alanında, gelecekteki ampirik çalışmalar için sağlam bir teorik temel oluşturma ve hipotezler geliştirme potansiyeli sunarak çalışmanın bilimsel katkısını güçlendirmektedir.

Yapılan kavramsal analizler sonucunda, karanlık turizm sahalarının yalnızca fiziksel birer coğrafi birim olmanın ötesinde; ziyaretçilerin içsel süreçlerini, deneyim yoğunluklarını ve mekânsal algılarını doğrudan manipüle eden yoğun psikolojik uyarınlar (Stimulus) barındırdığı saptanmıştır. Destinasyonun mimari kurgusu, atmosferik dokusu ve taşıdığı tarihsel sembolizm, ziyaretçilerin mekânla kurduğu duygusal bağı ve deneyimin özgünlüğünü belirleyen temel faktörler olarak öne çıkmaktadır. Özellikle travmatik bellek yüklü bu mekânların, "Organizma" evresinde empati, hüznün, etik sorumluluk ve varoluşsal sorgulama gibi kompleks psikolojik süreçleri tetiklediği ve ziyaretçiyi pasif bir turist profilinden "sessiz bir tanık" kimliğine dönüştürdüğü sonucuna varılmıştır.

Araştırmanın bir diğer önemli bulgusu, liminalite ve psikocoğrafik pratiklerin deneyim üzerindeki dönüştürücü etkisidir. Bireylerin gündelik yaşam rutinlerinden koparak dahil oldukları bu "eşik" durumu, mekânın ruhuna (genius loci) karşı duyarlılığı artırmakta; sürüklenme (dérive) ve zihinsel haritalama gibi yöntemler ise deneyimin rastlantısallık ve keşif odaklı derinleşmesine imkân tanımaktadır. Bu bağlamda, çevresel uyaranların organizmada nasıl bir "duygusal rezonans" yarattığı ve bu sürecin etik duyarlılık veya destinasyon bağlılığı gibi çıktılara (response) nasıl evrildiği, karanlık turizmin sürdürülebilir yönetimi için kritik bir kuramsal zemin teşkil etmektedir. Özellikle "Tepki" evresinde ortaya çıkan "etik farkındalık", sadece soyut bir kavram olarak kalmayıp, ziyaretçinin mekâna yönelik saygı duruşu, anma etkinliklerine katılım, ilgili sosyal sorumluluk projelerine destek verme, travmatik olayların tekrar yaşanmaması adına farkındalık oluşturma veya bağış yapma gibi somut davranışsal niyetlere dönüşebilmektedir. Bu durum, karanlık turizmin, bireysel ve toplumsal hafızanın korunması ile etik değerlerin pekiştirilmesi noktasında taşıdığı potansiyeli açıkça ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, psikocoğrafya yaklaşımının turizm literatürüne entegrasyonu, mekânın sadece fiziksel bir zemin değil, bireyin öznel dünyasıyla sürekli etkileşim halinde olan dinamik bir "anlam alanı" olduğunu kanıtlamaktadır.

Bu çerçevede, gelecekteki araştırmaların ziyaretçilerin psikocoğrafik deneyimlerini hem nicel hem de nitel yöntemlerle ölçmesi, deneyim yoğunluğu, duygusal tepkiler ve mekânsal etkileşimler arasındaki ilişkileri ampirik olarak test etmesi önemlidir. Farklı demografik gruplar, kültürel geçmişler ve turizm deneyimi seviyelerine sahip örneklem kullanılması, bulguların genellenebilirliğini artıracak ve psikocoğrafik deneyimlerin farklı bağlamlarda nasıl şekillendiğini daha net ortaya koyacaktır.

Destinasyon yönetimi açısından, karanlık turizm mekânlarının planlamasında mimari düzenleme, ışıklandırma, sessizlik alanları ve yönlendirme unsurları yalnızca estetik kaygılarla değil, aynı zamanda ziyaretçilerin psikocoğrafik deneyimini derinleştiren araçlar olarak ele alınmalıdır. Mekânın travmatik belleği ve tarihsel önemi korunmalı, ticarileştirme ve yüzeyselleştirilmiş deneyim yaratma risklerinden kaçınılmalıdır. Bu yaklaşım hem anıların yaşatılması hem de sürdürülebilir turizm açısından kritik öneme sahiptir.

Son olarak, tanıtım materyalleri ve deneyim odaklı bilgilendirme, destinasyonun özgün atmosferini ve "yerin ruhunu" (genius loci) vurgulayacak biçimde tasarlanmalı, ziyaretçilere etik davranış ve bilinçli gözlem yöntemleri hakkında kısa bilgilendirme sağlanmalıdır. Ayrıca, sürüklenme, zihinsel haritalama ve yürüyüş gibi metodolojik araçlar hem akademik araştırmalarda hem de destinasyon yönetiminde sistematik olarak uygulanarak deneyimin derinleştirilmesine katkı sağlayabilir. Gelecekte yapılacak ampirik çalışmalar ve genişletilmiş örneklem analizleri hem kuramsal modellerin doğrulanmasına hem de destinasyon yönetimi için somut, uygulamaya yönelik önerilerin geliştirilmesine imkân verecektir.

Etik Onayı

Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir.

Kaynakça

- Akgün, S., Kılıçaslan, H., Özbalta, N. B., & Taşdelen, E. U. (2023). Fiziksel ve sanal müze deneyimlerinde mekânsal okunabilirlik üzerine değerlendirmeler. *Online Journal of Art & Design*, 11(4).
- Alagöz, M. (2023). *Bağlam ve Yerellik'in üretimi, tüketimi, yeniden üretimi: Yerin yer (el) ötesine dönüşümünde medya etkisinin İzmir-Alaçatı örneğinde incelenmesi* (Yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Augé, M. (1992). *Non-Lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Seuil, coll. La librairie du XXIe siècle.
- Baltacı, D. M. (2022). *Liminoid davranış: Yenilik arayışı ve turist tatmini ilişkisi*. Eğitim Yayınevi.
- Coverley, M. (2010). *Psychogeography. Pocket essential series*. Oldcastle Books.
- Debord, G. (1955). *Introduction to a critique of urban geography*. Critical Geographies A Collection of Readings.
- Edgü, E. (2021). Hayatta kalma güdüsü: Bir mekânsal algı süreci. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 19(1), 217-241.
- Gilson, L. L., & Goldberg, C. B. (2015). Editors' comment: so, what is a conceptual paper?. *Group & Organization Management*, 40(2), 127-130.
- Göker Özyürek, S. (2025). S-O-R modelinin turizmde sürdürülebilir tüketim davranışlarına etkisi: Kavramsal bir inceleme. *Kocatepe Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 67-78.
- Güven, F. (2024). *Psikocoğrafya yaklaşımı ile kadın, mekân ve duygu: Bursa Osmangazi örneği* (Yüksek lisans tezi). Uludağ Üniversitesi.
- Güzel, M., & Atabeyoğlu, Ö. (2021). Peyzaj mimarlığı açısından mekânsal bellek kavramı olarak hüznün turizmi. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 23(2), 477-492. <https://doi.org/10.24011/barofd.871354>
- Hooper, G., & Lennon, J. (2016). *Dark tourism*. Taylor & Francis.
- Jabareen, Y. (2009). Building a conceptual framework: philosophy, definitions, and procedure. *International journal of qualitative methods*, 8(4), 49-62.
- Jiang, Z., & Sun, Y. (2022). Exploring the spatial image of traditional villages from the tourists' hand-drawn sketches. *Sustainability*, 14(10), 5977.
- Karasakal, S., & Dursun, A. (2018). Destinasyona yönelik itici ve çekici faktörler: bir literatür incelemesi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 5(1), 23-37.
- Kaya, A., Akgün, D. Y., & Çiftçi, G. (2020). Krizlerin turist rehberliği öğrencilerinin mesleki tutumları ile ilişkisi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2907-2923.
- Kaya, F., & Yıldırım, G. (2020). Ekoturizm potansiyeli açısından Doğu Karadeniz Bölgesi'nin değerlendirilmesi. *Tourism and Recreation*, 2(2), 125-133.
- Kaya, N. (2024). Gözlerimi kaparım, seyahatimi yaparım: Susan Sontag'ın Alice Yatakta adlı oyununda hayali seyahat. *Tiyatro Eleştirmenliği ve Dramaturji Bölümü Dergisi*, (38), 1-11.
- Kaya, S. (2017). Guy Debord'un "Gösteri Toplumu" adlı çalışması bağlamında mekân ve modanın tüketim unsuru olarak incelenmesi. *Journal of History Culture and Art Research*, 6(3), 818-830.

- Khairani, K., Aruan, D. T. H., Gayatri, G., & Hati, S. R. H. (2025). Urban tourism experiences: linking destination attributes to tourist behaviour through stimulus-organism-response theory. *Tourism Recreation Research*, 1-18.
- Köse, H. (2018). Yaratıcı uzamlar ya da “psikocoğrafya” kavramı odağında mekânın yeniden üretimi. *Moment Dergi*, 5(2), 320-342.
- Kürkçüoğlu, E., & Ocakçı, M. (2015). Kentsel dokuda mekânsal yönelme üzerine bir algı-davranış çalışması: Kadıköy çarşı bölgesi. *Megaron*, 10(3).
- Lokman, D. İ. N. Ç. (2025). Tarihi bölgelerde algılanan kültürel atmosferin destinasyon ziyaret niyeti ve destinasyon bağlılığı üzerindeki etkisi: Olumlu duyguların aracı rolü. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 13(1), 153-173.
- Lynch, K. (1960). *The Image of the City*. MIT Press.
- Magano, J., Fraiz-Brea, J. A., & Leite, Â. (2023). Dark tourism, the holocaust, and well-being: A systematic review. *Helikon*, 9(1).
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. MIT Press.
- Nergiz, H. G., Toker, F., & Kozak, M. A. (2023). Kültürel mirasın uzamsal boyutunda Göbeklitepe'nin ruhu. *Turizm Akademik Dergisi*, 10(2), 179-195.
- Norberg-Schulz, C. (1980). *Genius loci: Towards a phenomenology of architecture*. Rizzoli.
- Norberg-Schulz, C. (1980). *Meaning in western architecture*.
- Overend, D., & Smith, P. (2010). Mythogeography: a Guide to walking sideways. *New Theatre Quarterly*, 26(4), 399.
- Özder, A., Kaya, H., & Ünlü, M. (2012). Ortaöğretim öğrencilerinin “turizm” kavramı ile ilgili geliştirdikleri metaforların analiz örneği. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (25), 18-31.
- Perihan, M., & Aşur, F. (2020). Tarihi kentsel peyzaj ve kent kimliği ilişkisi. *Kent Akademisi*, 13(1), 163-175.
- Relph, E. (1976). *Place and Placelessness*. Pion.
- Richardson, T. (Ed.). (2015). *Walking inside out: Contemporary British psychogeography*. Rowman & Littlefield.
- Soylu, Y. (2024). Su temalı yapılan rekreatif etkinlikleri konu alan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *İçinde Y. Ünal, E. Çilesiz & O. Çelen (Eds.), Turizm ve destinasyon araştırmaları VIII* (ss. 377–398).
- Stevenson, A. (2023). *The Psychology of Travel*. Routledge.
- Süvari, A. (2015). *Restorasyon sürecinde yerin ruhu kavramı ve iç mimarlık ilişkisi üzerine bir değerlendirme-Eskişehir Kurşunlu Külliyesi Kervansarayı* (Yüksek lisans tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tuan, Y. F. (1977). *Space and place: The perspective of experience*. U of Minnesota Press.
- Turangil, K., & Ertuğrul, A. (2024). Yeşilköy'de kentsel kültürel bellek ve miras koruma ilişkisi. *bab Journal of FSMVU Faculty of Architecture and Design*, 5(1), 25-48.
- Turner, V. (1969). *The ritual process: Structure and anti-structure*. Routledge & Kegan Paul.

- Urquhart, D. (2020). *Following the Gaze:(re) locating the Prison as a Site of Dark Tourism* (Doctoral Dissertation) University of Leicester.
- Urry, J. (1999). *Mekânları Tüketmek*. (R. G. Ögdül, Çev.). Ayrıntı.
- Üzümcü, T. P. (2019). Turizm eğitimi alanına yönelik bibliyometrik bir çalışma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1433-1449.
- Van Gennep, A. (1960). *The rites of passage Chicago*. University of Chicago.
- Wang, J., Zhou, Z., Lei, T., Sun, J., Zhang, H., & Qian, L. (2024). Tourists' sense of place and heritage protection when visiting natural disaster memorials. *Journal of Destination Marketing & Management*, 32, 100875.
- Xin, S., Tribe, J., & Chambers, D. (2013). Conceptual research in tourism. *Annals of Tourism Research*, 41, 66-88.
- Young, M. (1999). Cognitive maps of nature-based tourists. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 817-839.
- Zhu, N., Xu, H., Zhang, X., & Chen, L. (2025). A study on the influence of rural tourism's perceived destination restorative qualities on loyalty based on SOR model. *Frontiers in Psychology*, 16, 1529686.

Extended Abstract

In recent decades, tourism studies have increasingly shifted from a product- and infrastructure-oriented perspective toward an experience-centered paradigm. Within this transformation, space has begun to be conceptualized not merely as a physical setting, but as a multidimensional construct that actively shapes tourists' emotional, cognitive, and behavioral processes. In this context, psychogeography- originally developed within the Situationist International movement by Guy Debord-offers a valuable theoretical lens for understanding the subtle and often invisible effects of spatial environments on individual psychology. Despite its growing relevance in geography, urban studies, and cultural theory, psychogeography remains relatively underexplored in tourism research. This study aims to address this gap by developing a comprehensive theoretical framework that integrates psychogeography into the analysis of tourist experience and spatial perception.

The primary objective of this study is to conceptualize psychogeography within the tourism discipline and to examine how spatial arrangements, sensory stimuli, symbolic meanings, and the "spirit of place" (genius loci) influence tourists' psychological states and experiential outcomes. The study further seeks to demonstrate how psychogeographical elements can be systematically incorporated into destination planning, experience design, tourism marketing, and ethical tourism practices, particularly within the context of dark tourism destinations.

The scope of the study is grounded in a qualitative, conceptual research design. A conceptual analysis method was adopted to synthesize interdisciplinary literature drawn from tourism studies, environmental psychology, human geography, urban sociology, and cultural theory. Key theoretical foundations include Debord's psychogeography, Norberg-Schulz's concept of genius loci, Lynch's cognitive mapping theory, the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) model from environmental psychology, liminality theory, and Non-Representational Theory (NRT). Academic sources indexed in SSCI, ESCI, and TR Dizin were systematically reviewed and conceptually interrelated to construct an integrative analytical framework.

The study proposes an extended psychogeographical experience model grounded in the S-O-R approach. In this model, spatial and psychogeographical stimuli (Stimulus) encompass the physical, sensory, and symbolic layers of a destination, including architecture, spatial scale, lighting, sound, smell, historical narratives, and collective or traumatic memory. These stimuli are processed within the "organism" dimension through tourists' emotional states, cognitive mapping processes, embodied sensations, and personal cultural backgrounds. The model emphasizes that tourists are not passive recipients of spatial stimuli but active interpreters who construct meaning through emotional resonance, memory, and bodily experience. The response dimension includes behavioral and affective outcomes such as perceived authenticity, emotional depth of experience, ethical awareness, satisfaction, destination attachment, and behavioral intentions.

The findings of the conceptual analysis indicate that spatial environments in tourist destinations exert significant psychological influence across three primary dimensions. First, spatial design and atmospheric elements directly affect tourists' emotional states, generating feelings such as comfort, nostalgia, anxiety, reverence, or unease. Second, destinations shape tourists' cognitive mapping processes, influencing how spaces are mentally organized, remembered, and emotionally charged. Third, psychogeographically inviting environments positively affect behavioral intentions, including length of stay, engagement level, spending behavior, and recommendation intentions.

The study places particular emphasis on dark tourism destinations, where psychogeographical effects are intensified due to the presence of traumatic memory and symbolic meaning. In such contexts, spatial arrangements, silence zones, memorial placement, and lighting design function not merely as aesthetic choices but as ethical and psychological instruments that guide visitors' emotional engagement. The analysis demonstrates that psychogeographical experiences in dark tourism settings often generate complex emotional responses such as empathy, sorrow, moral reflection, and historical responsibility. When managed appropriately, these experiences can transform dark tourism from a voyeuristic practice into an ethically grounded, educational, and reflective form of tourism.

The results further suggest that the preservation of a destination's unique psychogeographical texture is essential for sustainable tourism development. Standardized urban design, excessive commercialization, and placeless tourism investments threaten the emotional distinctiveness of destinations by eroding their *genius loci*. From a psychogeographical perspective, sustainability should therefore be understood not only in environmental or economic terms but also as spatial-psychological sustainability.

In conclusion, this study argues that psychogeography provides a powerful theoretical and analytical framework for understanding tourist experience beyond traditional cognitive and behavioral models. By foregrounding emotional resonance, embodied experience, liminality, and ethical engagement, psychogeography enriches tourism theory and offers practical insights for destination planning, experience design, and tourism policy. Future research is encouraged to empirically test the proposed model using quantitative methods such as confirmatory factor analysis (CFA) and structural equation modeling (SEM), as well as to conduct comparative studies across different cultural and spatial contexts to further refine the psychogeographical dimensions of tourism experience.