



**HÜZÜN TURİZMİ KAPSAMINDA “KORKU EVLERİ” ÜZERİNE BİR
ARAŞTIRMA***

Dr. Öğr. Gör. Hande Akyurt KURNAZ**

ÖZ

Turistlerin beklentileri sürekli değişmektedir. Bu değişim sonucunda kişilerin seyahat nedenleri de farklılaşmıştır. Böylelikle çeşitli turizm türleri de ortaya çıkmıştır. Özellikle üzüntü, korku ve hüzün gibi duyguları hissetmek amacıyla seyahatler gerçekleştirmeye başlamıştır. Bu turizm türü hüzün turizmi olarak adlandırılmaktadır. Hüzün turizmi farklı temalardan oluşmaktadır. Savaş alanları, doğal felaketlerin yaşandığı alanlar, toplama kampları, korku temalı evler, cezaevleri, idamlar, toplu terör olayları ve mezar alanları, hüzün turizmi çeşitlerinden sayılmaktadır. Bu çalışma kapsamında yapay bir hüzün turizmi teması olan korku evleri ele alınmıştır. Hüzün turizmi çekiciliği açısından korku evlerinin turizm potansiyeli belirlenmeye çalışılmıştır. Korku evlerinin uluslararası birçok örneği bulunmaktadır. Korku evleri, Türkiye’de de eğlence sektöründe yer almaktadır. Konu ile ilgili ayrıntılı alan yazını taraması yapılmıştır. Soru formu oluşturulmuştur. Nitel veri toplama yöntemlerinde biri olan yarı yapılandırılmış görüşme metodu uygulanmıştır. Araştırma Nisan-Mayıs 2018 aylarından gerçekleştirilmiştir. Görüşme talebine olumlu cevap veren korku evlerinin işletme sahiplerine, sorular yöneltilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme formu toplam 5 sorudan oluşmuştur. İlk soruda demografik bilgilere yönelik bilgiler istenmiştir. Diğer sorularda da korku evleri ve turizm konuları işlenmiştir. Araştırma sonucunda Türkiye’de farklı temalarda korku evlerinin bulunduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan korku evlerinin işletmecilerinin genelde erkek olduğu görülmüştür. Genel olarak ikinci bir meslek sahibi oldukları belirlenmiştir. Araştırma kapsamında değerlendirilen korku evlerinin genellikle yerli turistler ya da genç katılımcılar tarafından tercih edildiği tespit edilmiştir. Ayrıca korku evlerinin uluslararası bir niteliğe sahip olması gerektiği vurgulanmıştır. Ayrıca belli niteliklere sahip olduktan sonra korku turları ya da hüzün turları kapsamında korku evlerinin turizm kapsamında değerlendirilmesi önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hüzün Turizmi, Hüzün Turizmi Çeşitleri, Korku Evleri

A RESEARCH ON HOUSES OF HORROR UNDER THE DARK TOURISM

ABSTRACT

Tourists' expectations are constantly changing. As a result of this change, the travel reasons of the people have also been differentiated. In this way, various types of tourism have emerged. Travels have begun to take place, especially to feel the feelings of sadness, fear and doldrums. This type of tourism is called dark tourism. Dark tourism consists of different themes. Areas of war, natural disasters, collecting houses, horror-based houses, prisons, executions, mass terrorist acts and tombs are considered to be sorts of dark tourism. Within the scope of this study, houses of horror were discussed which are an artificial dark tourism. There are many international examples of houses of horror. Houses of horror are located in the entertainment sector in Turkey as well. Detailed literature on the subject has been scanned. The questionnaire was created. Semi-structured interview method which is one of the qualitative data collection

* Bu çalışma 2. Uluslararası Mesleki Bilimler Sempozyumu’nda özet bildiri olarak sunulmuştur.

** Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi TMYO, handekurnaz@mu.edu.tr, Orcid ID: 0000-0001-9712-6387

methods has been applied. The research was conducted in April-May 2018. Questions were raised to the owners of the houses of horror who responded positively to the interview request. The semi-structured interview form consisted of 5 questions. In the first question, information about demographic information was requested. Other questions include houses of horror and tourism. As a result of different themes have been identified in Turkey where the houses of horror. The operators of the houses of horror were generally male. In general, they have a second profession. It has been determined that houses of horror are generally preferred by local tourists or young participants. It was also emphasized that fear houses should have an international character. In addition, it is suggested to evaluate the houses of horror within the scope of tourism within the scope of dark tours after having certain qualifications.

Keywords: Dark Tourism, Horror Houses, Dark Tourism Attractions

Giriş

Turizm sektörünün kültürlere, çevreye, ekonomiye çeşitli etkileri olmaktadır. Bu etkiler olumlu ve olumsuz bir şekilde meydana gelebilmektedir. Kitle turizmi kapsamındaki hizmetlerin sezonluk olması, kaynakların aşırı kullanımı, taşıma kapasitesi artışı nedeniyle doğal ve kültürel değerler aşırı bir şekilde kullanılmaktadır (Akıncı ve Kasalak, 2016).

Özellikle son yıllarda ortaya çıkan alternatif turizm kavramı, turizmin gelecek vizyonu olarak yer almaktadır. Sadece arz kısmında değil, yerel halk, işletmeler de alternatif turizmin içerisinde bulunmaktadır (Baytok vd., 2017). Turistlerin beklentilerinin ve turizm tiplerinin değişmesiyle oluşan özel ilgi turizm türleri oldukça popüler bir konu haline gelmiştir. Özellikle artan katılımcı sayısı ile birlikte bunların sahip oldukları özel tutku ve beğeniler, alternatif turizm türlerinin artmasına vesile olmuştur (Akdağ, 2015). Bu özel tutkuların oluşmasıyla ve turist beklentilerinin değişmesi ile meydana gelen özel ilgi turizm türlerinden biri de hüzün turizmidir (Kılıç ve Akyurt, 2011).

Uluslararası literatürde farklı şekillerde adlandırılan bu turizm türü Kılıç ve Akyurt (2011) tarafından ulusal literatürde hüzün olarak belirlenmiş olup kullanılmaya başlanmıştır. Hüzün turizmi 12 ay boyunca yapılması muhtemel bir özel ilgi turizm türüdür. Özel ilgi turizm türlerinden hem eğitim hem de kültür başlıklarından incelenmesi mümkün olan hüzün turizminin sahip olduğu çeşitlilik nedeniyle eğlence amaçlı özel ilgi turizm türleri arasında da sayılması mümkündür. Hüzün turizminin amacı turistlerde acı, ölüm, geçmiş hatırlama, korku, endişe gibi duyguların ön plana çıkarılmasıdır. Bu sebeple hüzün turizmi çeşitleri oldukça fazla sayıda olmaktadır. Cezaevleri, mezarlıklar, doğal felaketlerin yaşandığı alanlar (tsunami, yanardağ patlama vb.), teknolojik felaketlerin yaşandığı merkezler (nükleer, atom bombası vb.), soykırım alanları, işkence merkezleri, idam merkezleri, intihar ve ötenazi yerleri, savaş alanları hüzün turizmi destinasyonları arasındadır. Bu çeşitlerden biri de eğlence amaçlı hüzün turizmi merkezlerinden biri olan korku evleridir. Bu alanda hüzün turizmi ile ilgili çalışmaya rastlanılmamış olması ve boşluğu doldurması çalışmanın önemini oluşturmaktadır.

Uluslararası literatüre göre hüzün turizmi ile ilgili farklı konuları içeren çalışmalar bulunmaktadır. Mezarlık ve mezarlık ziyaretleri ile ilgili (Seaton, 2002; 1996), hapishaneler (Strange ve Kempa, 2003) ve kölelik mirası cazibe merkezleri (Dann ve Seaton, 2001) hüzün turizmi merkezleri arasında yer almaktadır.

Bu çalışma kapsamında özel ilgi turizm türlerinden biri olan hüzün turizmi ele alınmıştır. Hüzün turizmi, Hüzün turizmi sahip olduğu temalar sayesinde birçok çeşitten oluşmaktadır. Bu çeşitler cezaevleri, hapishaneler, felaketler, birebir ölüm olayının yaşandığı mekanlar, trajik olayların gerçekleştiği destinasyonlardan meydana gelmektedir. Araştırma kapsamında yapay bir hüzün turizmi potansiyeli sayılabilecek korku evleri ele alınmıştır. Çalışmanın amacı korku evlerinin hüzün turizmi ürünü olarak çekiciliklerinin belirlenmesidir.

1. Hüzün Turizmi

Kültürel ve doğal cazibeler sonucunda destinasyonlar arasında farklılıklar ve özel ilgi turizm çeşitleri oluşmaktadır. Özel ilgi turizm çeşitleri sayesinde farklı turizm destinasyonları ve turistik çekicilikler ortaya çıkmaktadır (Kılıç ve Akyurt, 2011: 209). Son yıllarda farklı beklentiler ve çeşitli deneyimler yaşamak isteyen turistler sayesinde turizm popüler bir etkinlikler dizisi haline gelmiştir. Geleneksel turist tipi yerini özel ilgilere meraklı olan turist tipine bırakmıştır (Fonseca vd., 2016). Özel ilgiler geleneksel deniz, kum ve güneş turizm hareketi yerine geçmiştir. Bunlardan biri de hüzün turizmi olarak yer almıştır. Ölümle ilgili gerçek ya da yapay çekiciliklerden oluşan turizm çeşidine hüzün turizmi adı verilmiştir (Lennon ve Foley, 2009). Daha detaylı bir tanımla hüzün turizmi, insanların hayatlarını etkilemiş ya da etkilemeye devam eden ölüm ile ilgili tarihi ya da trajedileri konu alan yerlere yapılan ziyaretlerdir (Tarlow, 2005).

Stone ve Sharpley (2008)'e göre, ölüm insan hayatının temel bir parçası konumundadır. Özellikle ölümün gerçekleşme seyri, ölüm ile ilgili doğrudan ya da dolaylı unsurlar, ölüm duygusunu yaşatan mabetler, hüzün turizminin temel kaynakları arasına girmiştir.

Ölümle ilgili olan yerlere yapılan ziyaretler yeni bir turizm konsepti olmamakla birlikte insanların sürekli ilgisini çekmiştir (Stone, 2005). Alan yazınında yeni bir konu olmasına rağmen ölüm kavramı en eski seyahat nedenlerinden biri olmuştur (Lennon, 2000). Hüzün turizminin ilk örnekleri arasında kutsanmış kişilerin mezarlarına yapılan seyahatler, Roma gladyatör oyunları, Orta Çağ kamu idamları, morg turları, Pompei gibi merkezler yer almaktadır (Seaton, 2002). 1990'lı yıllardan itibaren özel ilgi turizm türü olarak yer alan hüzün turizminin tanımı konusunda fikir birliğine varılamamıştır. Bu çalışma kapsamında dark turizm kavramı hüzün turizmi olarak ele alınmıştır (Kılıç ve Akyurt, 2011). Hüzün turizmi belirli başlıklardan oluşan bir turizm çeşididir. Bunlar savaş alanları, afet, hapishane, mezarlık, hayalet ve soykırım olarak bölümlere ayrılmaktadır (Sharpley ve Stone, 2009). Hüzün turizmi çeşitleri arasında yer alan savaş alanları (Cooper, 2006), cezaevleri (Strange ve Kempa, 2003), soykırım alanları (Cohen, 2011), Ground Zero (Stone, 2005) gibi çalışmaların yer aldığı belirlenmiştir.

Stone (2006)'ya göre hüzün turizmini besleyen yedi temel çeşitlilik bulunmaktadır. Bunlar,

- Hüzün Turizmi Fabrikaları
- Müzeler, Zindanlar
- Mezarlıklar
- Doğal Felaketlerin Yaşandığı Ölüm Yerleri
- Cinayet Alanları

- Savaş Alanları
- Soykırım Alanları

Bu çalışma kapsamında ele alınan korku evleri hüzün turizmi fabrikaları arasında yer almaktadır. Hüzün turizmi fabrikaları yapay olarak oluşturulmuş olan temalı parklar olmakla birlikte tarihsel bir şekilde ilişkilendirilen olağanüstü olayların yaşandığı varsayıldığı merkezler olarak da tanımlanmaktadır. Hüzün turizmi fabrikaları yoğun turizm altyapısı ve teknoloji gerektiren merkezlerdir. Kişileri var oldukları durumdan ya da mekandan uzaklaştırarak korku gibi duyguların hissedilmesini sağlama amacı taşıyan çekiciliklerdir. En popüler hüzün turizmi fabrikalarından biri Londra Zindanıdır (London Dungeon). Popüler olan diğer hüzün turizmi fabrikalarına örnek ise Romanya'da bulunan Dracula Park'tır (Stone, 2006).

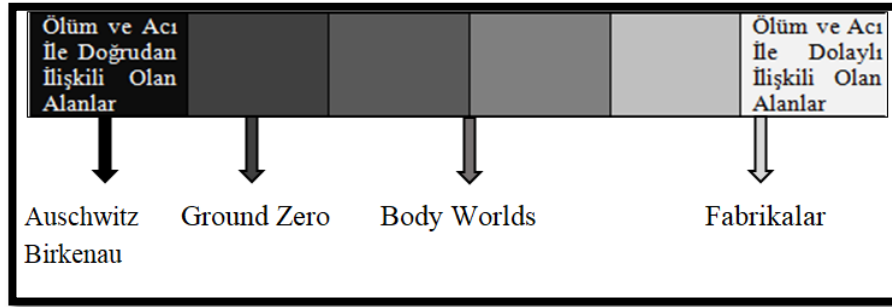
Tablo 1: Dünya'daki ve Türkiye'deki Bazı Hüzün Turizm Merkezleri

Çekicilik	Bölge
Auschwitz Toplama Kampı	Polonya
Ground Zero-11 Eylül	Amerika Birleşik Devletleri
Hiroşima	Japonya
Drakula'nın Şatosu	Transilvanya
Alcatraz Federal Hapishanesi	Amerika Birleşik Devletleri
Pompei	İtalya
Père – Lachaise	Fransa
Paris Yeraltı Mezarları	Fransa
Hoa Lo Cezaevi	Vietnam
Londra Zindanları	İngiltere
Anne Frank Evi	Amsterdam
Coronado Oteli	San Diego
Easter-Paskalya Adası	Şili
Mary King Kilisesi	Edinburgh
Point Hicks Deniz Feneri	Avustralya
Srebrenitsa Katliamı	Bosna Hersek

Çernobil	Ukrayna
Hocalı Katliamı	Azerbaycan
Ulucanlar Cezaevi	Ankara
Sinop Cezaevi	Sinop
Anıtkabir	Ankara
Çanakkale Savaşı-Gelibolu	Çanakkale
Başkomutan Meydan Savaşı	Afyon-Kütahya
Madımak Oteli	Sivas
Dolmabahçe Sarayı	İstanbul
Soma	Manisa
Sarıkamış	Kars

Kaynak: Sharpley ve Stone (2009); Yuill, (2003); Alili (2017)

Bu tablo doğrultusunda çok farklı çeşitlerde hüzün turizmini ele almak mümkündür. Hüzün turizmi çeşitlerinden biri de sonradan oluşturulan kişilerde hem eğlence hem de korku duygularının oluşmasını sağlayan korku evleridir. Korku evleri kişilere korku, heyecan, panik duygularını yaşatarak yapay hüzün turizmi merkezlerine örnek olabilmektedir.



Şekil 1: Hüzün Turizmi Dizisi

Kaynak: Sharpley (2009).

Şekil 1'e göre, hüzün turizm merkezlerini çeşitli özellikleri doğrultusunda renklerine ayırmak mümkündür. Koyu olan renkler birebir ölüm temasının vurgulandığı mekanlar olmakla birlikte açık renkli olan destinasyonlar eğlence temalı hüzün turizmi merkezleri şeklinde ortaya çıkmaktadır. Ayrıca bu özellikler, hüzün turizminde yer alan uzun süredir tartışılan eğitim ve eğlence arasındaki ikili karşıtlıkları göstermektedir (Sharpley, 2009).

Tablo 2: Dünya'daki İlk 20 Hüzün Turizmi Merkezi

İsim	Destinasyon	İsim	Destinasyon
1. Auschwitz-Birkenau,	Polonya	11. Montserrat	Karayip
2. Chernobyl & Pripyat	Ukrayna	12. Kumsusan Güneş Sarayı	Kuzey Kore
3. Hiroshima & Nagasaki	Japonya	13. İjen	Endonezya
4. Berlin	Almanya	14. Savaş Kalıntıları Müzesi	Vietnam
5. Murambi, Nyamata ve Kigali Soykırım Anıtları	Rwanda	15. Cehennem Kapısı	Türkmenistan
6. Ground Zero	Amerika Birleşik Devletleri	16. Robben Adası	Güney Afrika
7. Semipalatinsk Test Alanı	Kazakistan	17. Aral Gölü	Kazakistan-Özbekistan
8. Ölüm Tarlaları	Kamboçya	18. Perm-36	Rusya
9. Majdanek Kampı	Lublin-Polonya	19. Ağdam	Azerbaycan
10. Titanik	Güney Atlantik	20. Falkland Adaları	Atlantik

Kaynak: <http://www.dark-tourism.com/index.php/18-main-menus/mainmenussubpages/616-list-of-top-20-dark-tourism-destinations>

Hüzün turizmi destinasyonları kapsamında ilk 20 olan bölgeler incelendiğinde hüzün turizmi çeşitlerini bu sıralamada görmek mümkündür. Soykırım kampları, doğal felaketlerin yaşandığı alanlar, teknolojik felaketlerin gerçekleştiği bölgeler ve toplu ölümlerin gerçekleştiği mekanlar hüzün turizmi destinasyonları arasında daha çok tercih edilen çeşitlerini oluşturmaktadır.

Tablo 3: Hüzün Turizmine Ait Bazı Temel Bilgiler

Örnekler	Roma Gladyatör Oyunlarına Geziler Ortaçağ Hac Ortaçağ Kamu İdamlarına Ziyaretler Mezarlık ve Mezarlık Ziyaretleri Kölelik Mirası Vahşet ve Hapishaneler Morg Ziyaretleri
Amaç	Anmak Yas

	Manevi Bir Deneyim Ulusal Kimliğin Bir Göstergesi Eğitimsel Deneyim Rastgele Bir Ziyaret
Seyahat Etkinliği İçeriği	Halkın ölüm yasalarına Bireysel veya toplu ölüm bölgelerine Anıtlara Sembolik ölüm temsillerine Ölüme tanıklık etme

Kaynak: Sharpley, 2009

Hüzün turizmi temel bilgilerinin birarada sunulduğu Tablo 3'e göre, belli örnekleri, seyahat etme amaçları ve seyahat etkinlikleri verilmektedir. Aslında hüzün turizmi sadece bir özel ilgi turizmi çeşidi olmamakla birlikte seyahat motivasyonlarının önemli rol oynadığı etkinlikler bütünüdür.

YÖNTEM

ARAŞTIRMA AMACI VE ÖNEMİ

Yapılan çalışmanın amacı korku evlerinin hüzün turizmi çekicilikleri arasında yerinin belirlenmesidir. Araştırma kapsamında seçilen konunun hüzün turizmine farklı bir bakış açısı getirmesi, ulusal alanda yapılacak olan çalışmalara örnek olması ve bu konu ile ilgili eksikliklerin tespit edilerek daha kaliteli bir şekilde hüzün turizmi pazarının oluşturulması açısından oldukça önemlidir.

Hüzün turizmi ile ilgili yapılan araştırmalar çok yeni olmakla birlikte, korku evleri ile ilgili herhangi bir çalışmanın yapılmamış olması araştırmanın önemini vurgulamaktadır. Farklı turist tiplerine hitap eden hüzün turizminin çeşitliliğinin artırılması ve hüzün turizmi çeşitlerinin sürdürülebilir hale getirilmesi araştırmanın konuları arasındadır.

Araştırmanın temel problemi korku evlerini hüzün turizmi merkezi olarak değerlendirmek mümkün mü? Bu problem çerçevesinde sorulara cevaplar aranmıştır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın amacı doğrultusunda nitel araştırma yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme ile veriler toplanmıştır. Araştırmanın evreni Türkiye'de yer alan ve faaliyet gösteren korku evleridir. Bu bağlamda korku evlerinin işletmecileri ile görüşülmüş ve araştırmayı kabul eden 17 korku evi işletmecisine ulaşılmıştır.

Konu ile ilgili detaylı bilgi alabilmek amacıyla nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmanın yöntemi olarak nitel araştırma veri toplama yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme metodu uygulanmıştır. Araştırma konusunun detaylı bir şekilde alan yazın taraması yapıldıktan sonra amacına uygun olarak sorular

hazırlanmıştır. Araştırma konusuna bağlı bir şekilde (Şengül ve Genç, 2016; Stone, 2006) toplam 5 soru oluşturulmuştur. Veriler 2018 yılının Nisan ve Mayıs aylarında toplanmıştır. Görüşme soruları uzman görüşüne tabi tutularak geçerliliği sağlanmıştır. Bu alanda faaliyet gösteren toplam işletme sayısı sürekli değişmektedir. Faaliyetlerine devam eden işletmelere sosyal medya üzerinden bağlantı kurulmuş alınan randevular sonucunda görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Elde edilen sorular korku evlerinin işletmecilerine yöneltilmiştir. Bazı görüşmelerde ses kaydı izni alınmış olup, bazı görüşmeler ise not tutarak kayıt altına alınmıştır. Görüşme sorularının oluşturulmasında hüzün turizmi alan yazını dikkate alınmıştır. Yapılan görüşmelerin süreleri 7 dk. ile 20 dk. arasında değişmiştir. Görüşmelerden elde edilen veriler kodlandırma ve temalandırma yapılarak incelenmiştir.

BULGULAR

Yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi ile elde edilen bilgiler raporlaştırılmıştır. Katılımcılara ait demografik bilgiler Tablo 4’de yer almıştır.

Tablo 4: Katılımcılara Ait Bilgiler

Kod	Cinsiyet	Yaş	Meslek	Eğitim	Esas Meslek	Bulunduğu İl
1	Erkek	2	İşletme Sahibi	Lise	Müziyen	Ankara
2	Erkek	2	İşletme Sahibi	Üniversite	Esnaf (Farklı bir iş alanı)	Ankara
3	Erkek	7	İşletme Sahibi	Lise	E-Ticaret	Antalya
4	Erkek	5	İşletme Sahibi	Üniversite	Galeri-Emlak	Antalya
5	Erkek	7	İşletme Sahibi	Üniversite	Elektrik Mühendisliği	İstanbul
6	Erkek	1	İşletme Sahibi	Üniversite	Restoran İşletmeciliği	Eskişehir
7	Kadın	8	İşletme Sahibi	Üniversite	Öğretmen-Eğitmen	İstanbul
8	Erkek	3	İşletme Sahibi	Lise	Animasyon	İzmir
9	Erkek	1	İşletme Sahibi	Üniversite	İşletmeci	İzmir
10	Erkek	6	İşletme Sahibi	Lise	Pazarlama	İzmir
11	Erkek	4	İşletme Sahibi	Üniversite	Kabin Görevlisi	İzmir

12	Kadın	2	İşletme Sahibi	Üniversite	Satın Alma Görevlisi	İstanbul
13	Erkek	6	İşletme Sahibi	Üniversite	Serbest Meslek	Kayseri
14	Erkek	4	İşletme Sahibi	Üniversite	Danışmanlık	İstanbul
15	Erkek	5	İşletme Sahibi	Üniversite	Esnaf (Farklı bir iş alanı)	Sinop
16	Kadın	2	İşletme Sahibi	Üniversite	Turizm	Kuşadası
17	Erkek	1	İşletme Sahibi	Üniversite	Danışmanlık	Ankara

Tablo 4 doğrultusunda araştırmayı kabul edip sorulara cevap veren katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde;

Tablo 5: Demografik Bilgilere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

İfade		N	%
Cinsiyet	Erkek	14	82,35
	Kadın	3	17,65
Yaş	18-24	3	17,65
	25-34	13	76,55
	35-44	1	5,8
Eğitim	Üniversite	13	76,5
	Lise	4	23,5

14 katılımcının erkek (%82,35), 3 katılımcının kadın olduğu (%17,65); yaş aralıkları değerlendirildiğinde 18-24 yaş grubunda 3 (%17,65), 25-34 yaş grubunda 13 (%76,55), 35-44 yaş aralığında 1 katılımcının (%5,8) olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya dahil olan tüm katılımcıların işletme sahibi olduğu (%100); eğitim durumları incelendiğinde 13 katılımcının üniversite mezunu (%76,5) ve 4 katılımcının lise mezunu (%23,5) olduğu belirlenmiştir. Çalışmaya katkı sağlayan katılımcıların tamamının (%100) daha önce farklı bir meslek dalı ile uğraştığı görülmüş olup, ikinci meslek olarak korku evlerini tercih ettikleri incelenmiştir. Korku evlerinin bulunduğu il açısından ise çoğunlukla büyük şehirlerde yer aldığı görülmüştür. Talebin büyük şehirlerde daha çok olmasından dolayı bu sonuç beklenen bir durumdur.

Tablo 6 doğrultusunda tüketici profilini tanımlamaya ait soru yöneltilmiş katılımcılardan gelen cevaplar değerlendirilmiştir.

Tablo 6: Tüketici Profiline Belirlenmesi

Temalandırma	Kodlandırma	
Korku Evleri	Tüketici Profili	K1: İlk zamanlar kaliteli olan profil düştü.
		K2: Evlilik teklifi ve doğum günü için bile geliyorlar.
		K3, K8, K10, K11, K13, K15, K16, K17: 13-50 yaş arası geliyor. Amacı macera yaşamak. Genellikle öğrenci oluyor.
		K4: Kendi işletmemizde 16 yaş sınırı var.
		K5: Korku evinin bulunduğu yerden dolayı farklı tüketici profili var.
		K6: Sadece arkadaş grubu değil aileler de var. Hatta 45 yaş üstü kadın tüketici profili mevcut.
		K7: Mavi yakalılar geliyor özellikle.
		K9: Daha yaygınlaşamayan bir sektör.
		K12: Dizi çekimi bile oldu, profil çok farklı.
		K14: Vasat, Kalite düşük, alım gücü çok yok.

Bu bağlamda genel olarak korku evlerini tercih eden profilin heterojen olduğu görülmüştür. Tercih eden profilin yaş ortalaması 13 yaşından itibaren başlamakla birlikte 50 yaşa kadar devam etmektedir. İş gücü olarak farklı mesleklere sahip kişilerin korku evlerini tercih ettikleri, hatta amaçlarının sadece korku dolu zamanlar geçirmek olmadığı özel günlerinin de burada kutlanarak farklılık oluşturmak istendiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda hedef kitlenin farklı özellik göstermesinden dolayı korku evleri geliştirebilir projeler olabilmektedir. Yabancı turistler açısından ise korku evlerinin bulunduğu destinasyonun özelliği doğru orantılı olduğu görülmüştür. Özellikle deniz, kum, güneş üçlemesinin olduğu merkezlerde (İzmir, Kuşadası, Antalya) korku evlerinin yabancı turist profili nicelik olarak değişse bile hizmet verdikleri tespit edilmiştir.

Hüzün turizminin bilinmesine yönelik görüşler istediğinde ise katılımcıların farklı cevaplar verdiğini görmek mümkündür.

Tablo 7: Hüzün Turizmi Bilinirlik

Temalandırma	Kodlandırma	
Hüzün Turizmi	Farkındalık	K1, K2, K3: <i>İsmi bilmemekle birlikte daha önce biliyordum.</i>
		K4, K6, K7, K10, K11, K12, K13: <i>Duymadım. İsim ile yorumlayabiliriz.</i>
		K5: <i>Rusya ve Amerika'da örneklerini inceledim.</i>
		K9, K14: <i>Hüzün turizmini biliyorum. Korku evleri kapsama dahil edilebilir. Özellikle iyi bir çalışma ile olabilir.</i>
		K15, K16, K17: <i>Duymadım ama her ülkede bu tarz oyunlar var.</i>

Bu açıdan hüzün turizmini bilen ve örneklerini inceleyen tek katılımcı olmakla birlikte, daha önce hüzün turizmi hakkında herhangi bir bilgiye sahip olmayan üç katılımcının olduğu anlaşılmaktadır. Tablodan çıkan sonuca göre hüzün turizmi geliştirilebilir bir turizm çeşididir. Araştırmaya katılan katılımcıların birçoğu ise ismi duymamasına rağmen çağrışım yaparak hüzün turizmi çeşidini anlayabildiklerini belirtmişlerdir.

Katılımcılara hüzün turizmine ve korku evlerinin hüzün turizmi parçası olarak kullanılabilirliğine yönelik düşünceleri sorulduğunda ise verilen cevapların çeşitli olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 8: Hüzün Turizmi Çalışmaları

Temalandırma	Kodlandırma	
Hüzün Turizmi	Ürün Çeşitliliği	K1, K9: <i>Korku evlerinin başka turizm değerleri ile birleşerek yapılabilir. Teknolojik altyapı olmalı ve orantısız güç kullanılmamalı.</i>
		K2, K11: <i>Ciddi bir yatırım gerekiyor. Ve Önyargıların olmaması gerekir.</i>
		K3: <i>Hüzün turizmi ile bağdaşmıyor ama devlet imkanı olabilir.</i>
		K4: <i>Hakkı verildiği sürece kazandırmak mümkündür sadece yenilik gerekir.</i>
		K5: <i>Hüzün turizmi için kullanılabilir kaynaklar arttırılmalı ve tanıtım faaliyetlerinin</i>

		<i>zenginleştirilmesi gerekmektedir.</i>
		<i>K6, K12: Korku evi ile birlikte şehir turları yaptırılabilir. Hüzün turizmi de kullanılır. Belediye desteği önemlidir.</i>
		<i>K7: Dünya'daki korku evleri tamamen çok farklı. Türklerde batıl inanç fazla olmasından dolayı en ufak bir olayda etkilenme oluyor, teknoloji desteği ve yatırım ile mümkün.</i>
		<i>K8: Dünya'daki diğer korku evleri maddi olarak düşünmüyor, Türkiye'de olanlar genellikle maddi olarak bu işi gerçekleştiriyor. Ekipman ve zaman yönünden geliştirmek gerekir.</i>
		<i>K 13, K17: Sıradanlıktan kurtulması gerekir. Hüzün turizmine uygundur. Destek verilmesi gerekir.</i>
		<i>K10, K16: Eğlence amaçlı olmasına rağmen hüzün turizmine kazandırmak mümkün, maddi destek gerekir.</i>
		<i>K14: Birlik olmadı. Biraz zor görünüyor.</i>

Katılımcıların birçoğu Türkiye'de yer alan korku evlerini teknoloji açısından yetersiz olduğunu, geliştirildiği takdirde hüzün turizmi çekici unsuru olarak yer alabileceği konusunda hemfikirdir. Özellikle devletin desteği olması ve Dünya'da yer alan korku evlerinin yeniliklerine ayak uydurması gerektiği vurgulanmıştır. Tanıtımın vazgeçilmez bir unsur olduğu tespit edilmiştir. Sadece bir katılımcı korku evlerinin hüzün turizmine kazandırma aşamasında zorluklar olduğunu, geçmiş yıllarda daha kaliteli hizmetin sunulduğunu belirtmiştir.

SONUÇ

Bu çalışma hüzün turizmi çeşitliliğini geliştirme üzerine yapılmıştır. Araştırmanın amacı ise korku evlerini hüzün turizmi potansiyeli açısından incelemektir. Uluslararası destinasyonlarda turistik merkez olarak yer alan korku evlerinin, Türkiye'de birer hüzün turizmi merkezi olma durumu tartışılmıştır. Araştırmaya katılan korku evi işletmecilerinin çoğunluğunun erkek, 25-34 yaş grubunda, bir meslek sahibi, genellikle üniversite mezunu olduğu görülmüştür. Korku evlerinden hizmet satın alan tüketicilerin profillerinin belirlenmesi amacıyla yöneltilen soruda, çok farklı tüketici profiline olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda korku evlerinden hizmet satın alan tüketicilerin 13-50 yaş arasında, arkadaş grubu ve aile olan, yavaş yavaş kalite düşmesine rağmen özel günlerini kutlayan, öğrenci ve meslek sahibi özellikleri bulunmaktadır. Buradan korku evlerini tercih eden tüketici profiline çeşitlilik gösterdiği sonucuna ulaşmak mümkündür.

Çalışmanın ana konusunu oluşturan hüzün turizmi hakkındaki düşüncelerinin belirlenmesine yönelik yöneltilen soru da ise farklı ve korku evlerinin geliştirilmesine yönelik cevaplar verilmiştir. İlk olarak katılımcılara hüzün turizminin bilinirlik derecesine ait soru yöneltilmiştir. Araştırmaya katılan tüm katılımcıların hüzün turizmi ile ilgili bir fikri olduğu tespit edilmiştir. Daha önce ismini duymasalar bile hüzün turizminin çeşidi ile ilgili isimden çağrışım yapmışlardır. Bu bağlamda hüzün turizmi geliştirilmeye açık bir turizm çeşididir. Ayrıca daha önce örneklerini izleyen ve Dünya'daki diğer korku evleri hakkında bilgi sahibi olan katılımcılar mevcuttur. Bu bağlamda bu turizm türü içerisinde korku evlerinin yapay hüzün turizmi merkezi olarak ele alınabileceği görüşünü desteklemektedir. Hüzün turizmi kapsamında korku evlerinde yapılması gerekenler belirtildiğinde ise fikir birliğinden teknoloji ile desteklenmesi yer almıştır. Yeterli teknoloji ve destek ile geliştirilebileceği tespit edilmiştir. Birebir korku evlerine olan turlar değil de şehir turları kapsamında korku evlerini de dahil ederek tur programları gerçekleştirilebilir yönünde düşünceler yaygındır. Tanıtım faaliyetlerinin etkili bir şekilde kullanılarak daha çok kişiye hitap etmesi sağlanabilmektedir.

Korku evleri ile ilgili herhangi bir çalışma ulusal literatürde mevcut olmamakla birlikte hüzün turizmi fabrikaları adı altında eğlence temalı hüzün turizmi merkezlerine ait birtakım çalışmalar mevcuttur. Ulusal literatürde korku evleri ile ilgili bir çalışmanın olmamasından dolayı ulusal literatüre bu konu ile ilgili kaynak olması muhtemeldir. Ayrıca Çakar'ın 2017 yılında yapmış olduğu çalışmasında Tokat ilinin Hüzün Turizmi potansiyeli araştırılmış, Tokat Kalesi'nin hem zindan hem cezaevi açısından hüzün turizminde incelenebileceği görülmüştür. Uluslararası literatürde ise korku turları içerisinde hayalet turları, Drakula Şatosu Turları ve Londra Zindan turları gibi korku turlarının olduğunu görmek mümkündür (Jahnke, 2013).

Türk kültürü ve tarihi açısından hüzün turizmi çekiciliklerinin belirli örnekler bulunmaktadır. Anıtkabir, Gelibolu Tarihi Milli Parkı, Sarıkamış, Sinop Cezaevi ve Ulucanlar Cezaevi gibi birçok hüzün turizmi destinasyonunu görmek mümkündür. Araştırmanın sonucu olarak hüzün turizmi kapsamında korku evlerini birer turistik çekicilik olarak tanımlamak mümkündür. Hüzün turizminde korku evlerinin yer alması için uluslararası örneklerinin incelenmesi, teknolojik altyapı ile ekipmanların tazelenmesi, sıradanlıktan kurtularak teknoloji ile farklı oyunların yer alması, korku evlerine ait önyargıların kaldırılması için tanıtımlarının artırılması, korku evlerini maddi bir gelir kapısı olarak düşünmeyip eğlence ve hüzün turizmi merkezi yapmak için geliştirmesi ve farklı turizm çeşitleri ile birleştirerek korku evlerini hüzün turizmi ürünü olarak yer alması mümkündür. Yapılacak çalışmalar açısından hüzün turizmi çeşitlerini konu alan farklı çalışmaların yapılması, korku evlerini tercih eden tüketicilere araştırmanın uygulanması ve Dünya'daki korku evleri örnekleri ile karşılaştırma yapılarak çalışmaların gerçekleştirilmesi faydalı olacaktır.

KAYNAKLAR

AKDAĞ, Gürkan, (2015), "Trakya Bağ Rotasını Takip Eden Yerli Turistlerin Şarap Turizmi Deneyimleri", **Journal of Tourism and Gastronomy Studies**, 3/4: s. 3-11.

- AKINCI, Z. ve M. A. KASALAK, (2016), *The Place and Importance of Special Interest Tourism in Terms of Sustainable Tourism Management*, II. Eurasia International Tourism Congress, 05-07 May 2016.
- ALİLİ, Murad, (2017), "Avrupa'daki Ve Türkiye'deki Hüzün Turizmi Destinasyonlarının Karşılaştırması Üzerine Teorik Bir Çalışma", **Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi**, 1(1): s. 37-50.
- BAYTOK, A.; PELİT, E. ve H. H. SOYBALI, (2017), "Alternatif Turizm Mi Turizmde Çeşitlilik Mi? Kavramsal Bir Değerlendirme", **Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (ERZSOSDE)**, ÖS-IV: s. 1-14.
- BLOM, Thomas, (2000), "Morbid Tourism-a Postmodern Market Niche with an Example from Althorp", **Norsk Geografisk Tidsskrift**, 54(1): s. 29-36.
- CLARK, Laura Beth, (2010), "Always Already Again: Trauma Tourism and the Politics of Memory Culture", **Encounters**, 1: s. 65-79.
- COHEN, Erik, (2011), "Educational Dark Tourism At An In Populo Site: The Holocaust Museum in Jerusalem", **Annals of Tourism Research**, 38(1): s. 193-209.
- COOPER, Malcolm, (2006), "The Pasific War Battlefields: Tourist Attractions or War Memorials", **International Journal of Tourism Research**, 8(3): s. 213-222.
- ÇAKAR, Kadir, (2017), "Tokat Kalesinin Hüzün Turizmi Potansiyeli", **18. Ulusal Turizm Kongresi**, 18-22 Ekim 2017, Mardin.
- DANN, G. ve A.V. SEATON, (2001), "Slavery, Contested Heritage and Thanatourism", **International Journal of Hospitality and Tourism Administration**, 2:3-4, s.1-29.
- FONSECA A. P, SEABRA, C. ve C. SILVA, (2016), "Dark Tourism: Concepts, Typologies and Sites", **J Tourism Res Hospitality**, S2-002.
- JAHNKE, Daniela, (2013), **Dark Tourism and Destination Marketing**, Thesis, Kajaani University of Applied Sciences School of Tourism.
- KILIÇ, B. ve H. AKYURT, (2011), "Destinasyon imajı oluşturmada hüzün turizmi: Afyonkarahisar ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı", **Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 10(1): s. 209-232.
- LENNON, J. ve M. FOLEY, (2009), **Dark tourism- The Attraction Of Death And Disaster**, London: Cassel.
- LENNON, John, (2000), **Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster**, London: Continuum.
- LİPPARD, Lucy, (1999), **On the Beaten Track: Tourism, Art and Place**, (Vol. 4). New York Press.
- SEATON, Tony, (1996), "Guided by the Dark: From Thanatopsis to Thanatourism", **Journal of Heritage Studies**, 2(4): s. 234-244.
- SEATON, Tony, (2002), "Thanatourism's Final Frontiers? Visits To Cemeteries, Churchyards And Secular Pilgrimage", **Tourism Recreat**, 27: s. 73-82.

SHARPLEY, Richard, (2009), "Shedding Light on Dark Tourism: An Introduction", ***The Darker Side Of Travel. Aspects of Tourism Series*** (Ed. In R. Sharpley - P. Stone), United Kingdom: Channel View Publications, 3-23.

SHARPLEY, R. ve P. STONE, (2009), ***The Darker Side Of Travel: The Theory And Practice Of Dark Tourism***, Bristol: Channel View Publications.

STONE, Philip, (2005), ***Institute for Dark Tourism***, Retrieved Março 17, 2013, from Global Scholarship Hub.

STONE, Philip, (2006), "A Dark Tourism Spectrum: Towards a Typology of Death and Macabre Related Tourist Sites Attractions and Exhibition", ***Tourism***, 54(2): s. 145-160.

STONE, Philip, (2012), "Dark Tourism and Significant Other Death: Towards a Model of Mortality Mediation", ***Annals of Tourism Research***, 39(3): s. 1565-1587.

STONE, P. ve R. SHARPLEY, (2008), Consuming Dark-Tourism a Thanatological Perspective, ***Annals of Tourism Research***, Vol. 35 (2): s. 574-595.

STRANGE, C. ve M. KEMPA, (2003), "Shades of Dark Tourism: Alcatraz and Robben Island", ***Annals of Tourism Research***, 30(2): s. 386-405.

TARLOW, Peter, (2005), "Dark tourism: The Appealing "Dark" Side Of Tourism And More," ***Niche Tourism: Contemporary Issues. Trends and Cases***, (Ed. M. Novelli), Oxford: Elsevier, 47 -57.

YUILL, Stephanie, (2003), "**Dark Tourism Understanding Visitor Motivation At Sites Of Death And Disaster**", Unpublished Master's Thesis, A&M University, Texas.

<http://www.dark-tourism.com/index.php/18-main-menus/mainmenussubpages/616-list-of-top-20-dark-tourism-destinations>. Erişim Tarihi: 01.02.2019.